

การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร
GUIDELINE FOR COWORKING SPACE ARRANGEMENT IN BANGKOK



การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร

GUIDELINE FOR COWORKING SPACE ARRANGEMENT IN BANGKOK



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2561

ณัฐกร พิณจรปภา

สงวนลิขสิทธิ์

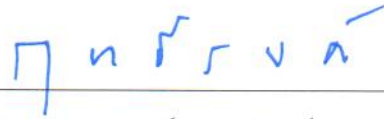
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการออกแบบภายใน

เรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย อนุรักษ์ พินิจกรปภา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิรงค์ จุฑาพถภูมิกร)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(รองศาสตราจารย์.ดร.ชัยสิทธิ์ ด้านกิตติกุล)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณินทร์ รักรวงศ์วาน)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

14 กรกฎาคม 2561

ณัฐกร พินิจกรปภา, ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการออกแบบภายใน,
กรกฎาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร (96 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิรงค์ จุฑาพฤตจักร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาประโยชน์ใช้สอยภายใน
ของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละประเภท 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงาน
ร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน และ
4) เพื่อเสนอแนะแนวทาง ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เพื่อให้เหมาะสมกับ
ผู้มาใช้บริการ

ใช้วิธีการวิจัยโดยแบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า ขนาดพื้นที่
สำนักงานร่วมแบ่งปันในหลาย ๆ ที่ถือว่ามีขนาดที่เหมาะสมทั้งในรูปแบบ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท
คือ การให้บริการแบบครบวงจร (Full Function) และการให้บริการในบางส่วน (Small Function)
ซึ่งสามารถตอบสนองลักษณะการใช้งานของลูกค้าแต่ละประเภทได้ ทำให้ผู้มาใช้บริการมีปฏิสัมพันธ์
กับผู้อื่น มีพื้นที่ทำงานแบบส่วนตัว ซึ่งพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันของแต่ละที่จะมีความแตกต่างกัน
หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับประเภทการใช้งาน ซึ่งผู้มาใช้บริการสามารถประเมินความต้องการใน
แต่ละส่วนให้บริการด้วยตัวเองได้ว่าจะมาใช้งานสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ ในส่วนใด และรูปแบบใด
ที่สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้บริการได้ดีที่สุด พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการสำนักงาน
ร่วมแบ่งปัน หลายคนมีจุดประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน เช่น ต้องการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการ
ท่านอื่นเพื่อสร้างความสนิทสนมคุ้นเคยกัน และสามารถต่อยอดทางธุรกิจกันได้ในอนาคต ซึ่งสามารถ
ช่วยเพิ่มการขยายชุมชนได้มากขึ้น และการใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทางสำนักงานร่วมแบ่งปันเตรียม
ไว้ให้ ผู้มาใช้บริการสามารถเลือกใช้เพื่อให้เหมาะสมกับงานที่ทำได้ อาทิเช่น ถ้าต้องการประชุมและ
ผู้เข้าร่วมประชุมมีหลายคน การนำเสนอผ่านทีวีหรือจอโปรเจคเตอร์ก็จะสะดวกในการมองเห็น
กับผู้ร่วมประชุมทุกคน อุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทีวี
อื่น ๆ จึงจำเป็นต่อผู้มาใช้บริการเป็นอย่างมาก

อนุมัติ:



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Pinijkornpapar, N. M.Arch (Interior Architecture), July 2018, Graduate School,
Bangkok University.

Guideline for Coworking Space Arrangement in Bangkok (96 pp.)

Thesis Advisor: Asst.Prof.Rittirong Chutapruttikorn, Ph.D.


ABSTRACT

This research is a survey research. The objectives were 1) To study the internal utility of each coworking space 2) To study the behavior of the coworking space users. 3) To study the right layout of coworking space and 4) To provide guidance for someone who want to start coworking space business.

A naturalistic inquiry through participant observation, survey, interview has been used as tools to understand how aforementioned factors are related.

The research found that there are many different types of function of coworking space that can be used in different ways to support users to make relationship with others while working there. Eventhough a private work area still important for customer to work. The coworking space have many variety of working area depending on usage type. Both in terms of Full Function and Small Function, Many people have a similar purpose for using coworking space, such as wanting to interact with other people, to create a sense of intimacy and be able to grow in business in the future. This can help to increase community expansion. If the user does not interact with other people. This will make all members of the service have a high self-blocking and make new users do not dare to interact too. The users can choose to use the service to suit their needs. For example, if there are multiple meetings and attendees, TV Presentation or the projector will be easy to see with all participants. The other office equipment such as copiers. High speed internet, other TVs are very necessary for the users too.

Approved: _____


Thesis Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความอนุเคราะห์และความเมตตาของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิรงค์ จุฑาพฤตนิกร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการดำเนินงานวิจัย ตลอดจนการเอาใจใส่และให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา ข้อบกพร่อง และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานวิจัยจนสามารถดำเนินงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาท่านอื่น ๆ ที่ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และกรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสทางการศึกษาอันมีค่ายิ่ง และสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการดำเนินงานวิจัยนำไปปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวกต่อตนเอง และสังคมต่อไป

ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ ในคำแนะนำที่ดีเสมอมา อีกทั้งคอยให้ความช่วยเหลือ คอยเคียงข้าง และเป็นกำลังใจที่ดีมาตลอด จนสามารถข้ามผ่านอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินงานวิจัย ทำให้การดำเนินงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ในความมีเมตตาอย่างสุดซึ้งซึ่งได้มอบโอกาสทางการศึกษาและคอยให้การสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด และขอขอบคุณครอบครัวอันเป็นที่รักที่มีน้ำใจและมอบความรักความห่วงใยด้วยความเข้าใจอันดีเสมอมา ตลอดจนเป็นกำลังใจที่สำคัญซึ่งเป็นแรงสนับสนุนให้ผู้วิจัยดำเนินงานได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ณัฐกร พินิจกรปภา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของการวิจัย	3
1.3 จุดประสงค์การวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 กรอบการวิจัย	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
2.1 ประวัติและความเป็นมาของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน	7
2.2 ประเภทของสำนักงาน (Office)	13
2.3 กิจกรรมที่เกิดในสำนักงานร่วมแบ่งปัน	18
2.4 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจบริการ	19
2.5 แนวคิดการออกแบบที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งาน	23
2.6 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	27
2.7 การจัดวางพื้นที่ในสำนักงาน	31
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	38
3.1 รูปแบบของการวิจัย	38
3.2 แหล่งข้อมูล	38
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย	39
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีดำเนินการวิจัย	
3.6 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการวิจัย	45
4.1 Ko Kreate Space	45
4.2 Hubba Thailand	52
4.3 Wolf Work Co-working Space	58
4.4 Launchpad	67
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	79
5.1 สรุปผลการวิจัย	79
5.2 อภิปรายผล	81
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย	84
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต	85
5.5 ข้อจำกัดในการวิจัย	85
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบคำถามในการสัมภาษณ์	89
ภาคผนวก ข ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	91
ประวัติเจ้าของผลงาน	96
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: ตารางสรุปตัวชี้วัดและตัวแปร	37
ตารางที่ 3.1: แสดงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขต กรุงเทพมหานคร	41
ตารางที่ 3.2: ตารางสรุปวิธีการเก็บข้อมูล	44
ตารางที่ 4.1: แสดงรายละเอียดการเก็บข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์	73
ตารางที่ 4.2: แสดงคุณลักษณะของข้อมูล	73



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แสดงถึงการนั่งทำงานตามร้านกาแฟแทนการนั่งทำงานประจำในออฟฟิศ	3
ภาพที่ 1.2: กรอบการวิจัย	6
ภาพที่ 2.1: ตัวอย่าง Coworking Space ในนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา	8
ภาพที่ 2.2: รูปแบบโต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง	9
ภาพที่ 2.3: แสดงลักษณะ Traditional Office	13
ภาพที่ 3.1: แสดงตัวแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ภาพที่ 4.1: แสดงภาพก่อนและหลังการปรับปรุงภายนอกอาคารใหม่	46
ภาพที่ 4.2: แสดงภาพก่อนและหลังการปรับปรุงภายในอาคาร	46
ภาพที่ 4.3: แสดงชั้นที่ 1 ของ Ko Kreate Space หลังการปรับปรุงแล้ว	47
ภาพที่ 4.4: แสดงโซนชิงช้าของ Ko Kreate Space	48
ภาพที่ 4.5: ภาพบริเวณชั้น 2 ของ Ko Kreate Space	48
ภาพที่ 4.6: ภาพบริเวณชั้น 3 ของ Ko Kreate Space	49
ภาพที่ 4.7: แสดงแผนผัง ชั้น 1 ของ Ko Kreate Space	49
ภาพที่ 4.8: แสดงแผนผัง ชั้น 2 ของ Ko Kreate Space	50
ภาพที่ 4.9: แสดงแผนผัง ชั้น 3 ของ Ko Kreate Space	50
ภาพที่ 4.10: แสดงภาพหน้าบ้านที่เปลี่ยนแปลงเป็นสำนักงานร่วมแบ่งปัน	53
ภาพที่ 4.11: ภาพแผนผังการทำงาน ชั้นที่ 1 ของ Hubba สาขาเอกมัย	54
ภาพที่ 4.12: ภาพแผนผังการทำงาน ชั้นที่ 2 ของ Hubba สาขาเอกมัย	54
ภาพที่ 4.13: แสดงลักษณะห้องประชุมแบบส่วนรวม	55
ภาพที่ 4.14: แสดงลักษณะห้องประชุมแบบส่วนตัว	55
ภาพที่ 4.15: ตึกอาคารพาณิชย์ 5 ชั้น ของ Wolf Work Co-working Space	58
ภาพที่ 4.16: แสดงพื้นที่บริการที่ใช้รับประทานอาหารเช้าร่วมกัน บริเวณชั้น 1	59
ภาพที่ 4.17: แสดงบริเวณนั่งพูดคุยหรือรับประทานอาหารเช้า บริเวณชั้น 1	59
ภาพที่ 4.18: แสดงภาพบริเวณที่นั่งประชุมกัน โดยแบ่งเป็นสัดส่วนในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน	60
ภาพที่ 4.19: แสดงบริเวณพักผ่อนในอีกมุมหนึ่งของชั้น 2	61
ภาพที่ 4.20: แสดงในส่วนของห้องประชุมแบบส่วนตัวในบริเวณชั้น 2	61
ภาพที่ 4.21: แสดงห้องประชุมแบบส่วนตัวในบริเวณชั้น 2	62
ภาพที่ 4.22: แสดงพื้นที่บริเวณชั้น 3 แบบเปิดโล่ง	63

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.23: แสดงห้องประชุมแบบ Camp Room	63
ภาพที่ 4.24: บริเวณชั้น 4 ที่มีการออกแบบด้านหน้าของตึกด้วยกระจกเพื่อรับแสงธรรมชาติ	64
ภาพที่ 4.25: โต๊ะแบบ Workstation ที่สามารถมองหลายๆจอพร้อมกันได้	64
ภาพที่ 4.26: แสดงบริเวณชั้น 5 ทางขึ้นดาดฟ้า	65
ภาพที่ 4.27: แสดงมุมมองสูงของเพดานที่มีความกว้าง สูง โปร่ง	65
ภาพที่ 4.28: แสดงแปลนของ Launchpad	68
ภาพที่ 4.29: แสดงบริเวณชั้น 1 ของ Launchpad	68
ภาพที่ 4.30: แสดงการจัดสัดส่วนในแต่ละประเภทการใช้งานได้อย่างลงตัว	69
ภาพที่ 4.31: แสดงโต๊ะทำงานแบบเจาะจงที่เป็นการเช่าแบบรายเดือน	69
ภาพที่ 4.32: แสดงโต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง สามารถนั่งทำงานร่วมกันได้	70
ภาพที่ 4.33: แสดงพื้นที่ส่วนตัวในกรณีที่ต้องการสมาธิในการทำงาน	70
ภาพที่ 4.34: สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีบริการของ Launchpad	71

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมกับชีวิตมนุษย์มากขึ้น ได้เปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิตของมนุษย์ให้เปลี่ยนไป รวมถึงพื้นที่ทำงานก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เพียงมีคอมพิวเตอร์พกพากับอินเทอร์เน็ตก็สามารถทำงานได้ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ค่าที่มนุษย์ยุคใหม่เริ่มรู้จักกันน้อยลงก็คือ “สำนักงาน” เพราะงานยุคใหม่นั้นสามารถทำงานได้จากที่บ้าน ร้านอาหาร หรือร้านกาแฟ ซึ่งสถานที่ดังกล่าวอาจจะมีข้อจำกัดหรือยังไม่สามารถรองรับในการทำงานจริง ๆ ของผู้ใช้สอย หรือบางพื้นที่นั้นมีพื้นที่ไม่เพียงพอกับการทำงานหรือการติดต่องานพูดคุยระหว่างผู้จ้างกับผู้รับจ้าง อุปกรณ์ในการนำเสนอองานไม่สะดวก อินเทอร์เน็ตล่าช้า ปลั๊กไฟมีไม่เพียงพอ ผู้คนพลุกพล่าน ขาดความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันได้มีแนวทางการทำงานแบบ Co-working Space ถ้าแปลตรงตัวคือ พื้นที่ที่ใช้ทำงานร่วมกันและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องครัว ห้องประชุม ฯลฯ บรรยากาศจะแตกต่างจากออฟฟิศทั่วไปตรงที่มีการตกแต่งที่หลากหลายและยืดหยุ่นได้ตามแต่ Concept ของแต่ละ Co-working Space บาง Co-(Community) ของคนทำงานประเภทเดียวกัน

Co Working Space หรือสำนักงานร่วมแบ่งปัน คือ สถานที่ให้ทุกคนมาใช้พื้นที่การทำงาน และทุกสิ่งทุกอย่างร่วมกัน ไม่ว่าจะพื้นที่ทำงานพร้อมทั้งโต๊ะ เก้าอี้ อินเทอร์เน็ต ห้องครัว ห้องประชุม และอุปกรณ์สร้างสรรค์งานต่าง ๆ เช่น ปริ้นเตอร์ แฟกซ์ อุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ เป็นต้น รวมทั้งสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อเริ่มต้นทำธุรกิจ ถือว่าเป็นจุดศูนย์กลางสำหรับแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับคนที่สนใจในงานแบบเดียวกันและคนที่อยากเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะกลายมาเป็นคู่หูทางธุรกิจของคุณในอนาคต สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งแรกที่เปิดตัวในประเทศไทยคือ Hubba Thailand จากความคิดของคุณอมฤตและคุณชวล เจริญพันธ์ ในช่วงที่พวกเขาประสบกับปัญหาน้ำท่วมปี 2554 ทั้งสองคนจำเป็นต้องย้ายไปอยู่ต่างจังหวัดชั่วคราว ซึ่งทำให้เกิดความคล่องตัวต่อการทำธุรกิจ เพราะไม่มีพื้นที่ไหนที่รองรับต่อความต้องการในการทำงานของเขาได้ ทำให้พวกเขาอยากสร้างสถานที่ทำงานในแบบที่เหมาะสมกับชาวฟรีแลนซ์ Startups และนักธุรกิจมือใหม่ที่สามารถทำการติดต่อธุรกิจจากส่วนไหนของประเทศก็ได้ โดยจัดตั้งสถานที่แห่งนี้เมื่อกลางปี 2555 (ศิรินทร์ ลางกุลเสน, 2556) จนกระทั่งเมื่อปลายปี 2556 ได้มีธุรกิจประเภทนี้เพิ่มขึ้นอีกประมาณ 12 แห่งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ (สุชาติ ชูติมาวรินทร์, 2556) จนปัจจุบันมีจำนวนสำนักงานร่วมแบ่งปันประมาณ 40 กว่าร้านทั่วประเทศ นับว่าภายในระยะเวลา 3 ปี สำนักงานร่วมแบ่งปันมีการเติบโตสูงถึง 3 เท่า

ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้จึงมีผู้คิดค้นสำนักงานร่วมแบ่งปันขึ้น เหมาะสำหรับผู้ที่มีอาชีพอิสระ หรือผู้ที่สามารถทำงานข้างนอกได้ ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องทำงานอยู่แต่ในสำนักงานเท่านั้น สำนักงานร่วมแบ่งปันจึงจะมีผู้ที่มีอาชีพคล้ายคลึงกันมาทำงานในที่เดียวกันแห่งนี้ ซึ่งมีข้อดีคือสามารถ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ โดยสำนักงานร่วมแบ่งปันเหล่านี้จะมีการให้บริการในส่วนของอุปกรณ์ ที่จำเป็นต่อการทำงานต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต มีบริการรับฝากของ พื้นที่นั่งนอนทานการ ห้องประชุม รวมถึงห้องครัวอีกด้วย

สำนักงานร่วมแบ่งปันในปัจจุบันเริ่มแพร่หลายมากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานครและในเขตต่างจังหวัด ซึ่งจะมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันไป รวมทั้งราคาเช่าก็จะแตกต่างกันด้วยในรูปแบบรายชั่วโมง รายวัน หรือรายเดือน อีกทั้งสำนักงานร่วมแบ่งปันปัจจุบันก็มีความแตกต่างกับสำนักงานร่วมแบ่งปันในอดีตมากขึ้น อาทิเช่น (“8 เรื่องชวนรู้”, 2561)

- 1) ความยืดหยุ่น ในเรื่องของแพ็คเกจราคาที่มีความยืดหยุ่นมาก เหมาะกับความต้องการมาใช้บริการของลูกค้าหลายประเภท รวมทั้งลูกค้าชาวกรีกอีกมากมาย
- 2) การขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจตั้งแต่ปี 2011-2017 มีธุรกิจ Co-working Space เปิดใหม่มากกว่า 700 แห่งทั่วโลก คาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และอาจมีจำนวนมากถึง 3.8 ล้านแห่งในปี 2020 หรืออาจถึง 5.1 ล้านแห่งในปี 2022
- 3) การออกแบบสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มาใช้บริการ สำนักงานร่วมแบ่งปันหลายแห่งประสบความสำเร็จเพราะการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ ทำให้รู้สึกสนุก ดึงดูดให้รู้สึกอยากมาทำงาน เพราะบรรยากาศสถานที่ทำงานนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้รู้สึกผ่อนคลายแล้ว ยังเอื้ออำนวยให้ผู้ใช้บริการสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าคนอื่น ๆ ได้ สำนักงานร่วมแบ่งปันบางที่มีบริการฟิตเนส และแนะนำการศึกษาอีกด้วย
- 4) สร้างการเติบโตด้านความสัมพันธ์ ด้วยการออกแบบที่กระตุ้นให้คนอยากมาทำงานและรวบรวมกลุ่มคนหลากหลายอาชีพไว้ด้วยกัน ถือเป็นการสร้างโอกาสให้กับลูกค้าได้ต่อยอดไอเดียกัน และสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจให้เติบโตขึ้นได้ ทำให้นวัตกรรมต่าง ๆ สามารถเกิดขึ้นได้จริง
- 5) สำนักงานร่วมแบ่งปัน คือ บ้าน โรงเรียน โรงแรม ภายใต้แนวคิดด้านการบริการด้านพื้นที่ที่ให้มากกว่าแค่พื้นที่ทำงาน เพราะบางคนใช้ชีวิตพบปะเพื่อน หาความรู้ หรือแม้แต่ค้างแรมจากที่นี่
- 6) รวมกันเป็นกลุ่มไม่โดดเดี่ยว จากการสำรวจคนที่มียานลักษณะที่ต้องทำคนเดียวไม่ใช่เฉพาะแค่คนที่ประกอบธุรกิจฟรีแลนซ์เท่านั้น และคนกลุ่มนี้มีแนวโน้มว่าจะมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ หนึ่งในปัญหาของพวกเขาคือ ความโดดเดี่ยวทางความคิดและเพื่อนร่วมงาน จึงเป็นแหล่งที่กลุ่มคนเหล่านี้สามารถพบปะกับคนอื่น ๆ ได้ดี

7) จุดเริ่มต้นใหม่ ๆ นอกจากเป็นแหล่งรวมผู้ประกอบการอาชีพฟรีแลนซ์แล้ว ปัจจุบันมีการลงทุนของเหล่าบริษัทใหญ่มากมายสำนักงานร่วมแบ่งปัน ซึ่งคาดการณ์ว่าบริษัทใหญ่ ๆ จะร่วมลงทุนแชร์พื้นที่ในอนาคตถึง 50% ของพื้นที่เลยทีเดียว เทรนด์นี้มีความเป็นไปได้สูงเพราะเหล่าบริษัทใหญ่อย่าง Facebook, IBM และ Microsoft ก็มีการเริ่มลงทุนกับสำนักงานร่วมแบ่งปันด้วย

8) ตลาดอสังหาริมทรัพย์เกิดการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากหลายบริษัทที่ทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเริ่มใส่ใจในประสบการณ์ของลูกค้าและลูกค้าจ้างมากขึ้น ที่จะมีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทำงานที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป (“8 เรื่องชวนรู้”, 2561)

ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่องการออกแบบ การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ซึ่งจากการให้บริการด้านพื้นที่ผู้ทำงานแบบอิสระและต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้ทำงานในลักษณะเดียวกัน งานวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจว่าสำนักงานร่วมแบ่งปันเหล่านี้สามารถช่วยให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกเปรียบเสมือนการทำงานในสำนักงานที่มีความยืดหยุ่นด้านอุปกรณ์สำนักงาน และด้านอื่น ๆ หรือไม่

ภาพที่ 1.1: แสดงถึงการนั่งทำงานตามร้านกาแฟแทนการนั่งทำงานประจำในออฟฟิศ



ที่มา: Starbucks. (2558). สืบค้นจาก <http://popularreadingplaces.blogspot.com/2015/04/starbucks.html>.

1.2 คำถามของการวิจัย

สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะการจัดการอย่างไร

1.3 จุดประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาประโยชน์ใช้สอยภายในของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละประเภท

1.3.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขต

กรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

1.3.4 เพื่อเสนอแนะแนวทาง ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เพื่อให้

เหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิเคราะห์นี้มุ่งศึกษาถึงการเลือกสถานที่ พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน การเปรียบเทียบในแต่ละพื้นที่ การจัดวางลักษณะพื้นที่ของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีผลต่อการทำงานของผู้ใช้บริการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แก่ บุคคลที่มาใช้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร

การเลือกประเภทของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันและพื้นที่ใช้สอยที่มีให้บริการ โดยผู้วิจัยเลือก สำนักงานร่วมแบ่งปัน Ko Kreate Space สำนักงานร่วมแบ่งปัน Wolf สำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad และสำนักงานร่วมแบ่งปัน Hubba Thailand เป็นกรณีศึกษาของพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2561 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 โดยหาข้อมูลปฐมภูมิคือ เข้าไปดูสถานที่จริงของ Ko Kreate Space , Wolf, Launchpad และ Hubba Thailand และการสังเกตพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ และข้อมูลทุติยภูมิ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบถึงพฤติกรรมในการทำงานของผู้มาใช้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันว่ามีลักษณะพฤติกรรมอย่างไร

1.5.2 ทราบถึงการบริหารพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับเป็นพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

1.5.3 นำเสนอแนวทางในการออกแบบพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้มาใช้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การบริหารพื้นที่ หมายถึง การจัดวัสดุ อุปกรณ์ และส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในสำนักงานให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีอยู่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญภิตติ, สุดา สุวรรณภิญโญ, ลัทธิตการ ศิริวรรณ และชวลิต ประภาวนนท์, 2541)

1.6.2 พฤติกรรมในการทำงาน หมายถึง พฤติกรรมและการกระทำของคณงานที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จต่องานของเขาโดยตรง และพฤติกรรมนั้นยังรวมไปถึงการแสดงออกของคณงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในสังคมที่เขาปฏิบัติงานอยู่ เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การเข้าร่วมการฝึกอบรม เป็นต้น (Albanese, 1981, p. 204)

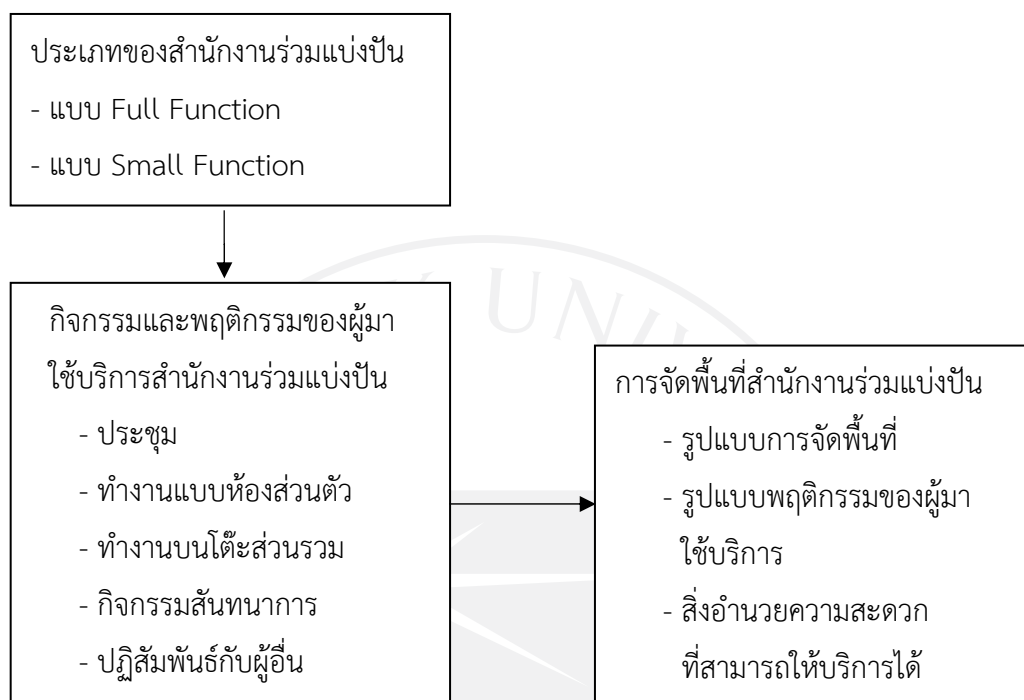
1.6.3 สำนักงานร่วมแบ่งปันคือสถานที่ที่ทำงาน สำนักงานชั่วคราวแต่มีเครื่องใช้สำนักงานให้บริการ โดยมีการเก็บค่าเช่าเป็นรายวันหรือรายเดือน และมีผู้อื่นสามารถเข้าร่วมกันได้ ที่มีรูปแบบการใช้พื้นที่บางประเภททำงานร่วมกันในสถานที่เดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ สร้างความมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการเหมือนสำนักงานทั่วไป ซึ่งมี 2 ประเภท คือ 1) พื้นที่ทำงานร่วมที่มีการสร้างชุมชนเพื่อสนับสนุนระหว่างผู้ใช้บริการ และ 2) พื้นที่ทำงานร่วมที่ไม่มีการสร้างชุมชนสนับสนุนระหว่างผู้ใช้บริการ

1.6.4 สำนักงานร่วมแบ่งปันแบบ Small Function คือ การให้บริการด้านพื้นที่ในสำนักงานร่วมแบ่งปันประมาณ 1-5 ประเภท อาทิเช่น ห้องประชุม โต๊ะบริการแบบไม่เจาะจง ห้องส่วนตัว ที่จอดรถ และอุปกรณ์สำนักงาน

1.6.5 สำนักงานร่วมแบ่งปัน แบบ Full Function คือ การให้บริการด้านพื้นที่ในสำนักงานร่วมแบ่งปันมากกว่า 5 ประเภทขึ้นไป อาทิเช่น ห้องประชุม โต๊ะบริการแบบไม่เจาะจง ห้องส่วนตัว ที่จอดรถ อุปกรณ์สำนักงาน โต๊ะแบบเจาะจง ห้องครัว พื้นที่สันทนาการ และอุปกรณ์สำนักงาน

1.7 กรอบการวิจัย

ภาพที่ 1.2: กรอบการวิจัย



บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม

ในงานศึกษาวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยในเรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในบทที่ 2 นี้จะเป็นการทบทวนวรรณกรรมโดยมีทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยสามารถจำแนกเนื้อหาได้ดังนี้

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน
- 2.2 ประเภทของสำนักงาน (Office)
- 2.3 กิจกรรมที่เกิดในสำนักงานแบ่งปัน
- 2.4 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจบริการ
- 2.5 แนวคิดการออกแบบที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งาน
- 2.6 พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.7 การจัดวางพื้นที่ในสำนักงาน
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติและความเป็นมาของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

แบรด นิวเบิร์ก (Brad Newberg) ได้ให้คำนิยามของคำว่า “Coworking” ซึ่งหมายถึงรูปแบบการทำงานในพื้นที่ร่วมกัน และได้ก่อตั้ง “Coworking Space” แห่งแรกขึ้นที่ซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ชื่อว่า “The Hat Factory” ในปี 2005 ซึ่งเป็นสถานที่ที่รวมอาชีพนักเขียนบทความด้านอิเล็กทรอนิกส์ที่มาทำงานในที่แห่งนี้เป็นประจำ จำนวน 3 คน และจากการบอกต่อ ๆ กันถึงการมาใช้บริการ สำนักงานในลักษณะนี้ว่ามีประโยชน์ในการแบ่งปันข้อมูลกันหรือได้ประโยชน์อะไรจากการที่มานั่งทำงานในสถานที่แห่งนี้จึงทำให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้นและมาใช้บริการเป็นประจำจนกลายเป็นธุรกิจสำนักงานย่อย และธุรกิจประเภทนี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วทั้งในประเทศแถบยุโรปและเอเชีย

ในปี 2007 พบว่า มีสำนักงานร่วมแบ่งปันเปิดใหม่เป็นจำนวนมากขึ้นกว่า 2,000 แห่งในสหรัฐอเมริกาและแพร่หลายไปในประเทศแถบเอเชียหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทยเองปัจจุบันก็มีสำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นจำนวนหลายแห่งเกิดขึ้น (“ที่เก่า--เล่าใหม่”, 2556)

ภาพที่ 2.1: ตัวอย่าง Coworking Space ในนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา



ที่มา: ทีเก่า--เล่าใหม่. (2556). สืบค้นจาก <http://www.deskmag.com/th/old-spaces-new-ideas-midwest-cincinnati-coworking-covington-reinvention>.

รายละเอียดทั่วไปของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

ธุรกิจนี้มีจุดกำเนิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการติดต่อสื่อสารที่มีผลทำให้ลักษณะการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่สามารถทำงานได้ทุกที่ที่ไม่จำเป็นต้องเข้าสำนักงานเพื่อที่จะไปทำงาน ซึ่งถือเป็นวิธีการทำงานของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน ดังนั้นถึงแม้จะไม่ต้องเข้าสำนักงานแต่คนเหล่านี้ก็ยังคงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกคล้ายสำนักงานนอกสถานที่ที่สามารถสนับสนุนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น อุปกรณ์สำนักงาน พื้นที่ประชุม หรือทำกิจกรรมเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นต้น

พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันจะมีลักษณะเป็นสำนักงานเล็ก ๆ ที่มีการบริการด้านอุปกรณ์สำนักงาน เช่น โต๊ะ เก้าอี้ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องส่งเอกสาร อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์สำหรับห้องครัวไว้คอยบริการ เช่น โต๊ะทานอาหาร ไมโครเวฟ กาน้ำร้อน เครื่องชงกาแฟ ซึ่งเปรียบเสมือนสำนักงานใหญ่ ๆ ทั่วไปที่มีอุปกรณ์เหล่านี้ไว้บริการพนักงานของตน และพื้นที่ในส่วนห้องน้ำชาย ห้องน้ำหญิง ห้องประชุม ห้องฉายภาพ ห้องเวิร์คชอป สตูดิโอถ่ายภาพ สถานที่จัดกิจกรรม ลานโล่ง และพื้นที่สีเขียวสำหรับพักผ่อน เป็นต้น ซึ่งผู้มาใช้บริการสามารถใช้สถานที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ได้ เพื่อรองรับการทำงานของผู้มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันนี้พึงจะได้รับคือ ผู้ร่วมมาใช้บริการที่มีอาชีพ ตำแหน่ง ลักษณะการทำงานที่แตกต่างกันที่สามารถพูดคุย ให้คำปรึกษา และมีปฏิสัมพันธ์เรื่องงานที่เกี่ยวข้องกันในอนาคตได้ (สุวิทย์ วงศ์จุริราวิชย์, 2555)

ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มาใช้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันนี้จะคิดเป็นรายชั่วโมงตั้งแต่ 100 ถึง 350 บาท โดยเฉลี่ย หรือสามารถสมัครสมาชิกและใช้บริการระยะยาวในรูปแบบของค่าใช้จ่ายบริการรายเดือนได้ และในแต่ละพื้นที่ หรือรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกันก็จะมีราคาที่แตกต่างกันด้วยการบริการทั่วไปของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

ผู้วิจัยได้จำแนกถึงลักษณะการให้บริการในส่วนต่าง ๆ ของสำนักงานร่วมแบ่งปันไว้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1) โต๊ะสำนักงาน จะมีทั้งเป็นแบบไม่เจาะจงและแบบเจาะจงเลือกที่นั่ง โดยที่แบบไม่เจาะจง ผู้ใช้บริการสามารถเลือกที่นั่งได้ตามต้องการแต่จะไม่สามารถวางสิ่งของส่วนตัวไว้กับที่ได้ ส่วนโต๊ะทำงานแบบเจาะจงผู้ใช้บริการสามารถเจาะจงที่นั่งและสามารถวางของทิ้งไว้ได้ ไม่จำเป็นต้องเคลื่อนย้ายอุปกรณ์สิ่งของส่วนตัว เพราะผู้ให้บริการได้เจาะจงที่นั่งนั้นสำหรับผู้มาใช้บริการที่ชำระค่าบริการเป็นรายเดือน สามารถอธิบายได้ตามภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2: รูปแบบโต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง



2) พื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องน้ำหญิง ห้องน้ำชาย ห้องประชุม ห้องครัว เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องส่งเอกสาร กาน้ำร้อน เครื่องชงกาแฟ โต๊ะทานอาหาร ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ ผู้มาใช้บริการต้องแบ่งปันใช้ร่วมกับผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ

3) ห้องส่วนตัว สำหรับสำนักงานขนาดเล็กที่สามารถรับพนักงานได้ 3 ถึง 10 คน โดยสำนักงานร่วมแบ่งปันบางแห่งจะมีพื้นที่เล็ก ๆ ไว้คอยบริการในส่วนของสำนักงานขนาดเล็กด้วย

4) ส่วนบริการอาหาร คือ พื้นที่ขนาดเล็กที่จัดเตรียมไว้สำหรับผู้มาใช้บริการที่ซื้ออาหารมาเพื่อทานในช่วงเวลากลางวันหรือระหว่างทำงาน โดยมีอุปกรณ์ในการรับประทานเอาไว้บางส่วน

อาทิเช่น ซ้อน ส้อม ที่ล้างจาน

5) ส่วนบริการอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น พื้นที่สนทนาการต่าง ๆ พื้นที่จัดกิจกรรม อุปกรณ์สนทนาการ เช่น โต๊ะสนุกเกอร์ หรืออุปกรณ์กีฬาบางชนิดไว้คอยบริการ สำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนที่เกิดจากการเหนื่อยล้าหลังจากทำงาน

สิ่งที่จะได้รับจากการใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน

เนื่องจากสำนักงานร่วมแบ่งปันเปิดให้บริการกับทุกเพศ ทุกช่วงอายุ และทุกสายอาชีพ จึงทำให้มีการทำงานของกลุ่มหลากหลายสายอาชีพที่แตกต่างกันไป เพราะโดยส่วนมากสำนักงานร่วมแบ่งปันจะทำพื้นที่สำหรับทำงานเพื่อให้เหมาะสมกับทุกสายอาชีพ แต่ก็มีบางแห่งที่จะเน้นในบางสายอาชีพนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่สนับสนุนกับคนกลุ่มนั้น ๆ ดังนั้นก่อนการให้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันควรที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการว่าเป็นในลักษณะใด หรือสนับสนุนสายอาชีพใดเป็นพิเศษหรือไม่ เพื่อให้การทำงานของ ผู้ใช้บริการมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลอย่างสูงสุด (“ที่เก่า-เล่าใหม่”, 2556)

จุดเด่นของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

1) ประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องด้วยสำนักงานประเภทนี้จะมีอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ที่เป็น ส่วนกลางที่ผู้ให้บริการทุกคนสามารถใช้ได้และอุปกรณ์สำนักงานก็มีครบทุกประเภทที่อำนวยความสะดวกในการทำงานได้ จึงทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เหล่านี้เอง รวมทั้งอุปกรณ์ ทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ รวมทั้งไม่มีค่าเช่าสำนักงานที่ค่อนข้างแพงสำหรับ พื้นที่ในเมืองหรือพื้นที่ที่สัญญาได้สะดวก ผู้ใช้บริการสามารถมาทำงานได้ทันทีโดยไม่ต้องเตรียม อุปกรณ์ใด ๆ และที่สำคัญไม่จำเป็นต้องเสียค่าเช่าสำนักงานในระยะยาว เพราะค่าใช้จ่ายของ สำนักงานร่วมแบ่งปันมีทั้งแบบคิดเป็นชั่วโมง รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และรายปี ให้เลือกได้ตามสะดวก

2) การเดินทางที่สะดวก สำหรับคนที่ที่พักอาศัยอยู่ไกลจากที่ทำงานมากสำนักงานร่วมแบ่งปันจึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจเพราะสามารถทำงานได้โดยไม่ต้องเข้าสำนักงาน

3) ได้สังคมใหม่ ๆ ในการทำงาน เนื่องด้วยลักษณะการทำงานของคนในยุคปัจจุบันจะมีนิสัยในการทำงานที่รีบเร่ง ใจร้อน เป็นห่วงภาพลักษณ์ต่าง ๆ เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันจึงรวดเร็ว สะดวก และง่ายตาย ดังนั้นบรรยากาศในการทำงานที่สวยงาม รู้สึกสบาย ผ่อนคลาย และสามารถพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดกับคนที่ทำในสายธุรกิจเดียวกันหรือธุรกิจอื่น ๆ จึงมีส่วนสำคัญกับการทำงานของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันด้วย

ธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานคร

ในปี 2558 ธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันในประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นจึงมีผู้ประกอบการหลายรายที่ให้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน ดังนี้ (“Coworking Space เปลี่ยนที่ (ทำงาน)”, 2558)

- 1) Cluster office : www.clusterofficebangkok.com
- 2) Draftboard : www.draftboard.co.th coworking
- 3) Glowfish : www.glowfishoffices.com
- 4) Hubba : www.hubbathailand.com
- 5) Klique Desk : www.kliquedesk.com
- 6) Launchpad : www.facebook.com/launchpadhq
- 7) Ma'D : www.facebook.com/madeehub
- 8) Muchroom : www.facebook.com/muchroomthailand
- 9) PAH Creative Space : www.pahspace.com
- 10) Phynn : www.facebook.com/phynncoworkingspace
- 11) Regus : <http://www.regus.com>
- 12) Startuphouse.asia : www.startuphouse.asia
- 13) The Hive : www.thehive.co.th
- 14) Third Place : www.thirdplacebangkok.com
- 15) The revol : www.facebook.com/therevolcoworkingspace
- 16) The space : www.facebook.com/thespacebangkok
- 17) Work Buddy : www.workbuddy.co.th
- 18) 522 : www.facebook.com/522coworkingspace
- 19) Ko Kreate space : <https://www.kokcreatespace.com/>

ลักษณะและประเภทการให้บริการของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

ประเภทการให้บริการสำหรับธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันได้มีการจัดสรรพื้นที่ตามการให้บริการ ดังนี้

- 1) ห้องประชุม โดยส่วนมากจะมีลักษณะแบ่งเป็นห้องแล้วแต่ขนาดจำนวนเก้าอี้สำหรับประชุม เช่น ห้องเล็กจำนวน 4 ที่นั่งไปจนถึงห้องใหญ่ที่มีประมาณ 20 ที่นั่ง โดยการให้บริการห้องประชุมในแต่ละที่นั้นจะแตกต่างกันไป บางแห่งมีบริการเพียงห้องเดียว ขนาดเดียว บางแห่ง

มีพื้นที่ขนาดใหญ่ก็สามารถมีห้องประชุมหลายห้องหลายขนาดไว้คอยบริการ

2) โต๊ะทำงานแบบสาธารณะ มีลักษณะเป็นโต๊ะยาวหรือโต๊ะเล็ก ลักษณะการใช้งานคือ ผู้มาใช้บริการทุกคนสามารถนั่งด้วยกันได้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจง จึงไม่สามารถนำสิ่งของหรืออุปกรณ์วางทิ้งไว้ข้ามคืนได้ และไม่รับฝากอุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้บนโต๊ะสาธารณะ

3) โต๊ะทำงานแบบส่วนตัว มีลักษณะเป็นโต๊ะเดี่ยว ซึ่งบางแห่งจะแยกพื้นที่สำหรับโต๊ะทำงานส่วนตัวไว้บริการ ซึ่งการบริการลักษณะนี้ผู้มาใช้บริการจะต้องเช่าเป็นรายเดือนและสามารถนำอุปกรณ์สำนักงาน เครื่องเขียนวางทิ้งไว้ข้ามคืนได้ และผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ ไม่สามารถมาใช้โต๊ะส่วนตัวที่มีผู้มาใช้บริการเช่ารายเดือนได้

4) ห้องทำงานแบบส่วนตัว มีลักษณะที่มีพื้นที่ทำงานเป็นแบบส่วนตัว จะไม่สามารถส่งเสียงดังได้ และจะแยกออกไปจากส่วนที่บริการสาธารณะ ซึ่งผู้มาใช้บริการจะต้องเช่าเป็นรายชั่วโมง รายวัน หรือรายเดือน สำหรับการให้บริการในส่วนนี้

5) พื้นที่สนทนาการ เป็นพื้นที่จัดเตรียมไว้สำหรับการพักผ่อน ซึ่งจะมีอุปกรณ์สนทนาการไว้คอยบริการ เช่น โต๊ะสนุกเกอร์ ชั้นหนังสือที่มีหนังสือหลากหลายประเภท เครื่องเกมส์ หรือพื้นที่ลานกว้างไว้สำหรับทำกิจกรรมกลุ่ม

6) ร้านอาหารหรือเบเกอรี่ ในบางสำนักงานร่วมแบ่งปันจะมีพื้นที่ขายขนมปัง เบเกอรี่ เครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ ไว้บริการ สำหรับผู้ที่ต้องการรับประทานอาหารว่างในระหว่างทำงาน

7) พื้นที่ทำงานด้านนอกสำนักงาน สำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีขนาดใหญ่จะมีพื้นที่ด้านนอกอาคารไว้คอยบริการทั้งในรูปแบบโต๊ะทำงาน หรือพื้นที่สนทนาการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายหรือต้องการรับอากาศบริสุทธิ์ภายนอก

8) อุปกรณ์สำนักงาน สำนักงานร่วมแบ่งปันจะมีเครื่องใช้สำนักงานไว้คอยบริการ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องแฟกซ์ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตไร้สาย อุปกรณ์เครื่องเขียนต่าง ๆ

9) พื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นพื้นที่ทำงานสำหรับคนรุ่นใหม่และยังทำให้เห็นว่าเป็นสัญญาณที่ดีในการเติบโตของเศรษฐกิจไทยอีก เพราะธุรกิจประเภทนี้กลายเป็นศูนย์รวมสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ในส่วนนี้เป็นการลดต้นทุนในการสร้างสำนักงานของผู้ประกอบการมือใหม่และยังสร้างสังคมเล็ก ๆ ได้อีก คนส่วนมากที่ต้องการหาแรงบันดาลใจในการทำงานมักจะแสวงหาที่ทำงานใหม่ ๆ ได้พบเจอคนมากมาย ซึ่งสถานที่รองรับการทำงานแบบนี้มีไม่มากนัก ตัวอย่างเช่น ร้านกาแฟ ก็ไม่สามารถรองรับการทำงานเป็นเวลานานได้ และมีข้อจำกัดเรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน โต๊ะ เก้าอี้ รวมทั้งบรรยากาศภายในร้านที่มีคนพลัดเปลี่ยนกันมามากเกินไป ซึ่งอาจทำให้เสียสมาธิในการทำงานได้ อีกตัวอย่างหนึ่งเช่น ห้องสมุด ถึงแม้จะมีโต๊ะ เก้าอี้ ไว้คอยบริการแต่ก็มีข้อจำกัดอีกคือไม่อนุญาตให้นำอาหารหรือเครื่องดื่มเข้าไป

รับประทาน และขาดแคลนมุมพักผ่อนจากการเหนื่อยล้าในการทำงาน จึงได้ก่อเกิดธุรกิจนี้ขึ้นมา ที่สามารถรองรับการทำงานได้อย่างเต็มที่ และขอคำแนะนำจากผู้ที่มาใช้บริการคนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

2.2 ประเภทของสำนักงาน (Office)

ปัจจุบันลักษณะการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมายหลายรูปแบบ ดังนั้นลักษณะของสำนักงานจึงเปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกัน จึงสามารถสรุปประเภทของสำนักงานแบบต่าง ๆ ได้ ดังนี้ (“ออกแบบออฟฟิศตกแต่งสำนักงาน “การจัดพื้นที่ทำงาน””, 2559 และ “ออกแบบออฟฟิศตกแต่งสำนักงาน “องค์ประกอบในสำนักงาน””, 2559)

Traditional Office

Traditional Office หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สำนักงานแบบดั้งเดิม หมายถึง สำนักงานที่เกิดขึ้นในช่วงยุคสมัยแรก ๆ ดังนั้นการทำงานของคนในสำนักงานนี้จึงเป็นลักษณะแบบการทำมือ (Manual) โดยส่วนใหญ่ โดยที่ยังไม่มีเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานมากนัก เนื่องจากเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นเองทำให้สำนักงานแบบนี้ได้หายไปจากสังคมแล้ว

ภาพที่ 2.3: แสดงลักษณะ Traditional Office



ที่มา: Frels, B. (2014). *Workplace trends: Open office vs. traditional office plans*.

Retrieve from <https://www.ariumae.com/workplace-trends-open-office-vs-traditional-office-plans/>.

Virtual Office

Virtual Office หรือสำนักงานเสมือน หมายถึง สำนักงานที่ไม่เน้นที่ตั้งเป็นหลักจะเน้นการทำงานผ่านระบบออนไลน์มากกว่า เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เข้ามามีบทบาทต่อการทำงานในสำนักงานเป็นอย่างยิ่ง เช่น เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ จึงทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในองค์กรได้ง่ายขึ้นและทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น อีเมล โทรศัพท์ การประชุมผ่านเน็ตเวิร์ค เป็นต้น ทำให้พนักงานสามารถที่จะทำงานที่ไหนของโลกก็ได้ สำนักงานเสมือนจึงทำให้คนจำนวนหนึ่งสามารถทำงานร่วมกันได้โดยไม่ต้องใช้สถานที่เป็นหลักแหล่งและไม่จำเป็นต้องพบเจอกัน โดยอาศัยเครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งทำให้ลดความเสี่ยงในการลงทุนในอุปกรณ์และค่าเช่าสำนักงาน ซึ่งเมื่อผนวกสำนักงานเสมือนเข้ากับระบบอินเทอร์เน็ตทำให้สำนักงานเสมือนสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังสามารถทำธุรกิจในระดับนานาชาติได้อย่างง่าย ง่ายก็ตามสำนักงานเสมือนไม่ได้มีความหมายครอบคลุมเพียงสำนักงานขนาดเล็กเท่านั้น แต่องค์กรขนาดใหญ่ที่มีสำนักงานอยู่จริงก็สามารถประยุกต์ใช้สำนักงานเสมือนได้ เช่น เปิดสำนักงานเสมือนแทนสำนักงานสาขาจริง เป็นต้น

Mobile Office

Mobile Office หรือที่เรียกกันว่า สำนักงานเคลื่อนที่ ตามความหมายจริง ๆ แล้วไม่ได้หมายถึงสำนักงานที่สามารถเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนก็ได้แต่เป็นการลดงบประมาณในการดำเนินงาน เช่น บริษัท IBM ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องการที่จะขยายกลุ่มลูกค้ามายังประเทศไทยก็สามารถทำได้โดยเปิดสำนักงานเล็ก ๆ หรือที่เรียกว่า Mobile Office เพื่อไม่ให้เสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มากมาย โดยที่สำนักงานนั้นสามารถที่จะให้ลูกค้าทำการสั่งซื้อหรือให้บริการด้านต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้ครบถ้วนเหมือนอยู่ในสำนักงานใหญ่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อลูกค้าได้ทำการสั่งซื้อสำนักงานที่ประเทศไทยก็จะทำการส่งใบสั่งซื้อไปยังสำนักงานใหญ่ ทำให้ลดต้นทุนในการเก็บสินค้า ลดต้นทุนในการดูแลสินค้า เป็นต้น แต่ในปัจจุบันนี้ได้มีการขายในลักษณะใหม่ที่เรียกว่า Mobile Office เกิดขึ้นเยอะแยะมากมาย การขายในลักษณะที่เรียกว่า Mobile Office นั้น ได้แก่ การนำสินค้าและบริการไปให้บริการแก่ลูกค้าที่อยู่ไกลออกไป ทำให้สะดวกต่อลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมายังสำนักงาน การให้บริการลักษณะนี้ เช่น การให้บริการของธนาคารในการรับฝากเงิน เป็นต้นอีกรูปแบบหนึ่งของการจัดสำนักงานแบบ Mobile Office โดย Mr.Kunio Ushioda รองผู้อำนวยการสำนักงาน Corporate Marketing Headquarters (CHM) บริษัท NTT DoCoMo ซึ่งเป็นบริษัทโทรคมนาคมที่อยู่ในระดับแนวหน้าของประเทศญี่ปุ่น เริ่มแนวคิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยประยุกต์ใช้แนวความคิดทางด้านการจัดการฐานความรู้ (Knowledge Management: KM) ที่ทราบกันในชื่อของ SECI Model จาก Prof.Nonaka และ Dr.Takeuchi จาก Hitotsubashi University โดยหลักการที่อาศัย KM เป็นแนวคิดจะมีรูปลักษณะที่แตกต่างจากสำนักงานทั่วไปในปัจจุบันที่จัดโต๊ะทำงานให้พนักงาน

นั่งครอบครองเป็นเจ้าของคนละชุด อีกทั้งยังแบ่งพื้นที่ของแต่ละคนโดยใช้พาทิซันกัน หรืออาจจัดห้องทำงานที่มีประตูปิดอย่างมิดชิด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะไม่พบเห็นในรูปแบบของ Mobile Office และรูปแบบของสำนักงานตามแนวคิดใหม่นี้จะมีรูปแบบที่สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ห้องทำงานเปิดโล่ง ไม่มีผนังกั้นให้เป็นห้องเล็ก ๆ ทำให้ผู้บริหารสำนักงานสามารถมองเห็นได้ทุกมุมในสำนักงาน

2) โต๊ะทำงานของพนักงาน เป็นโต๊ะขนาดใหญ่ที่ทำงานได้ 4 ที่นั่ง เพื่อให้พนักงานทำงานร่วมกัน พนักงานสามารถเปลี่ยนที่นั่งได้ตลอด โดยเลือกนั่งกับใครก็ได้ขึ้นอยู่กับภาระงานที่จะต้องไปทำงานประสานกับเพื่อนร่วมงานคนใดในช่วงเวลานั้น

3) พนักงานทุกคนจะมีคอมพิวเตอร์ Notebook และโทรศัพท์มือถือ โดยใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานที่โต๊ะทำงาน บนโต๊ะจะมีเอกสารเฉพาะเท่าที่จำเป็นต้องใช้ในขณะนั้น โดยจัดเก็บเอกสารให้อยู่ในรูปของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-document) โดยเก็บไว้ที่เครื่องแม่ข่าย (Server) พนักงานสามารถเรียกใช้ได้ตลอดเวลา ทำให้อำนาจสำนักงานลดการใช้กระดาษ (Paperless) ให้มากที่สุด โดยบริษัทได้จัดบางส่วนของสำนักงานในแต่ละชั้นของตึกทำงาน ตามภาระการใช้งานออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

3.1) Base Zone เป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของห้องทำงานที่พนักงานจะหมุนเวียนกันมานั่งทำงานเป็นกลุ่มตามโต๊ะทำงานที่จัดไว้โต๊ะละ 4 คน งานส่วนใหญ่เป็นการประสานงานปรึกษางาน รวมถึงการวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะก่อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนทักษะประสบการณ์ซึ่งกันและกันระหว่างพนักงาน

3.2) Creative Zone เป็นส่วนของสำนักงานที่ส่วนใหญ่จัดให้อยู่ริมหน้าต่าง มีจอภาพขนาดใหญ่ไว้สำหรับแสดงหรือนำเสนอข้อมูล พื้นที่ในส่วนนี้จัดไว้สำหรับการประชุมอย่างเป็นทางการของคณะทำงานกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อระดมสมองหาแนวคิดใหม่ ๆ ส่วนเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านทั้งระบบมีสายและไร้สาย เพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้นข้อมูล โดยห้องประชุมขนาดเล็กในลักษณะนี้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของห้องให้เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ตามความต้องการ

3.3) Concentration Zone เป็นส่วนของสำนักงานที่จัดไว้สำหรับการทำงานที่ต้องการสมาธิในการทำงานเป็นอย่างมาก เช่นการวางระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรืองานร่างแผนงานโครงการต่าง ๆ สำนักงานในส่วนนี้จะถูกจัดให้เป็นสัดส่วน และมีโต๊ะทำงานเฉพาะบุคคล

3.4) Refresh Zone เป็นส่วนที่จัดไว้สำหรับเป็นที่พักผ่อนของพนักงาน อาจประกอบไปด้วยตู้เครื่องดื่มแบบหยอดเหรียญ หรือที่อ่านหนังสือพิมพ์ เพื่อให้พนักงานทุกแผนกสามารถใช้สำหรับพบปะพูดคุยกัน ทำให้ได้ทำความรู้จักเพื่อนใหม่ ๆ อย่างไม่เป็นทางการ

Home Office

Home Office หรือการประยุกต์บ้านให้เป็นที่ทำงาน ซึ่งการประยุกต์บ้านให้เป็นที่สำนักงานนั้นช่วยลดต้นทุนเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันนี้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าเช่า ค่าเดินทาง เป็นต้น สูงขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้ต้องลดค่าใช้จ่ายบางส่วนที่ไม่จำเป็นบางส่วนออกไป Home Office จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการทำงานภายในบ้าน ทำให้มีอิสระในการทำงานเป็นอย่างสูง ทำให้เป็นเจ้านายของตนเอง ตลอดจนได้แต่งตัวตามสบายทุกวัน ไม่ต้องเครียดในการไปทำงานให้ทันเวลาในช่วงเช้าซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นธุรกิจสำหรับบุคคลที่มีทุนน้อย

การออกแบบ Home Office

การออกแบบ Home Office ต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

1) อันดับแรก สิ่งที่ต้องคำนึงเป็นอย่างมากคือ พื้นที่ในการทำงานและความเป็นส่วนตัว การจัดพื้นที่ทำงานควรแยกห้องทำงานออกมาให้เป็นกิจจะลักษณะ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับส่วนอื่นภายในบ้าน หรือถ้ามีงบไม่เพียงพออาจกั้นด้วยพาทิชัน (Partition) หรือตู้สูงเพื่อแบ่งแยกพื้นที่ออกจากห้องอื่น เนื่องจากบางครั้งอาจมีการเจรจาต่อรองสัญญาเกี่ยวกับลูกค้า

2) อันดับสอง สิ่งต่อไปที่ต้องคำนึงก็คือ โต๊ะทำงาน สามารถเลือกได้ว่าต้องการโต๊ะทำงานที่มีขนาดใหญ่ หรือถ้าบ้านมีพื้นที่จำกัดอาจจะใช้โต๊ะทำงานที่เป็นเคาน์เตอร์ติดริมหน้าต่างก็ได้ หากมีเพื่อนร่วมงานหรือพนักงานที่มาทำงานกับเรา อาจต้องคำนึงถึงการจัดวางพื้นที่ทำงานให้เหมาะสม เนื่องจากพื้นที่ทำงานที่ดีและเหมาะสมจะทำให้คนทำงานมีสมาธิและทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงกว่าคนที่ทำงานในพื้นที่แออัด ตู้เก็บของก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึง เนื่องจากสำนักงานอาจมีอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการใช้งานต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพริ้นเตอร์ ตลอดจนแฟ้มเอกสารและเอกสารต่าง ๆ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้พร้อมที่จะทำให้ห้องทำงานยุ่งเหยิงจนไม่เอายากทำงานได้ดังนั้นควรที่จะเลือกตู้ที่มีหน้าบานปิดแบบต่าง ๆ ตลอดจนชั้นปรับระดับได้ นอกจากนี้ลิ้นชักยังมีหน้าที่สำคัญในการจัดเก็บกระดาษหรือแฟ้มเอกสารจำพวกแฉวน และช่วยในการจัดระเบียบเอกสารได้เป็นอย่างดี

3) อันดับสาม การวางแผนผัง (Planning) ห้องทำงาน หากห้องทำงานมีหน้าต่าง หรือช่องรับแสงที่รับวิวภายนอกที่สวยงาม ก็ควรจัดตำแหน่งของโต๊ะทำงานให้สอดคล้องกับหน้าต่าง เพื่อช่วยผ่อนคลายเวลาทำงาน ทำให้ทำงานได้อย่างสบายตลอดทั้งวัน

4) อันดับสี่ คำนึงถึงแสงสว่าง เนื่องจากแสงสว่างมีบทบาทสำคัญ และช่วยกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากทำงาน การจัดโต๊ะทำงานติดหน้าต่างทำให้มองเห็นทัศนียภาพที่สวยงาม และทำให้รู้สึกผ่อนคลายเวลาทำงาน และยังทำให้ได้รับแสงธรรมชาติได้อีกด้วย

การจัดพื้นที่ทำงาน (Zone Management)

การจัดพื้นที่ทำงานสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนสาธารณะ (Public Zone) ส่วนสาธารณะก็คือส่วนด้านหน้าของออฟฟิศ ส่วนที่คนจากภายนอกสามารถเข้าถึงได้ ควรประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1.1) ส่วนต้อนรับ (Information) เป็นส่วนแรกของออฟฟิศหรือเปรียบเสมือนหน้าตาของสำนักงาน และยังเป็นส่วนให้ข้อมูลต่าง ๆ ต่อผู้มาติดต่องานอีกด้วย

1.2) ส่วนพักคอย (Waiting Area) ถ้าพื้นที่ภายในบ้านมีไม่มากพอส่วนพักคอยอาจเป็นส่วนเดียวกับส่วนต้อนรับเลยก็ได้ แต่ถ้ามีพื้นที่มากพออาจแยกออกไปเป็นส่วนต่างหากอาจเป็นทั้งภายในและภายนอกบ้านก็ได้ แล้วแต่จุดประสงค์และความสะดวก หรืออาจตามสไตล์ของการตกแต่งก็เป็นได้

2) ส่วนกึ่งสาธารณะ (Semi Public Zone) ส่วนกึ่งสาธารณะเป็นส่วนที่เชื่อมต่อจากส่วนสาธารณะ ใช้สำหรับเป็นที่ติดต่อประสานงานระหว่างผู้มาติดต่องานและพนักงาน ควรประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้ ห้องประชุม (Meeting Room) ควรเป็นห้องที่สามารถเปิด-ปิดได้โดยสะดวก เพื่อกรณีที่ต้องการความเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น อาจกั้นด้วยผนังกระจก ซึ่งทำให้รู้สึกไม่อึดอัด และควรเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชุมไว้ให้พร้อม เช่น ทีวี ไวท์บอร์ด เป็นต้น

ส่วนเอนกประสงค์ (Multi Function) อาจเป็นส่วนที่ใช้รับรองลูกค้า อาจทำเป็นมุมคาเฟ่เล็ก ๆ ไว้รับรองลูกค้าและพนักงาน เพื่อใช้เป็นส่วนพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศการทำงาน

3) ส่วนตัว (Private Zone) พื้นที่ส่วนนี้แบ่งไว้สำหรับพนักงาน (Staff Only) ซึ่งจะไม่อนุญาตให้ลูกค้าเข้ามาในส่วนนี้ได้ ควรประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

3.1) ส่วนทำงาน (Working Area) ควรออกแบบให้มีบรรยากาศที่น่าทำงาน ไม่ใช่สีส้มที่ดูฉูดฉาด เพื่อให้มีสมาธิในการทำงาน และควรวางแผนเพื่อให้รองรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นที่เก็บเอกสาร (File Storage) เอกสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับออฟฟิศทุกประเภท ยิ่งนานวันเอกสารยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ ดังนั้นควรเตรียมสถานที่เพื่อจัดเก็บเอกสาร เพื่อให้สะดวกต่อการค้นคืน เป็นต้น

3.2) ส่วนเตรียมอาหาร (Pantry) อาจใช้ร่วมกับห้องครัวของส่วนพักอาศัย เนื่องจากพนักงานอาจใช้เป็นที่พักรับประทานอาหารกลางวัน ซึ่งจะได้ไม่ส่งกลิ่นไปรบกวนส่วนทำงานการวางแผนผังสำนักงาน

การวางแผนผังสำนักงาน เป็นการจัดการการวางแผนในพื้นที่ใช้สอยภายในองค์กรหรือบริษัทเพื่อจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ระบบการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้แต่ละส่วนมีความสัมพันธ์กับลักษณะการทำงาน ดังนั้นในการวางแผนสำนักงานจึงต้องพิจารณาถึงความต้องการของสำนักงานเป็นส่วนรวม ผู้ทำหน้าที่วางแผนสำนักงาน

ต้องสามารถคาดคะเนความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต และที่สำคัญผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนสำนักงานต้องเข้าใจถึงลักษณะงานภายในสำนักงาน เพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

ความสำคัญของการวางแผนผังสำนักงาน

การวางแผนผังสำนักงานทำให้ระบบการทำงานภายในสำนักงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความสำคัญต่อสำนักงาน ดังนี้

1) ช่วยให้บุคลากรสำนักงานสามารถผลิตงานได้รวดเร็ว เรียบร้อย และได้ผลดียิ่งขึ้น ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากสำนักงานนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการวางแผนผังสำนักงาน เนื่องจากถ้าทำการวางแผนผังสำนักงานได้ไม่ดีอาจทำให้การปฏิบัติงานเกิดการไม่คล่องตัว เกิดความสับสนในการทำงาน ถ้าทำการวางแผนผังสำนักงานได้ดี ทำให้ผังการทำงาน (Flow) ของแต่ละแผนกสามารถที่จะทำงานเชื่อมต่อกันได้ ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินของงาน ซึ่งก่อให้เกิดความรวดเร็วในการทำงาน

2) ช่วยให้สำนักงานประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนสำนักงาน วางแผนสำนักงานได้อย่างเหมาะสม เช่น จัดให้กลุ่มงานที่มีลักษณะงานที่สอดคล้องกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน จัดให้มีวัสดุอุปกรณ์ที่ครบครันพร้อมใช้งาน จะเป็นส่วนที่ทำให้ลักษณะของงานเดินไปได้อย่างสะดวก และมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีส่วนทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายภายในสำนักงานได้เป็นอย่างดี เช่น อาจประยุกต์ใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทำให้ในสำนักงานสามารถใช้งานพรินเตอร์ร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดการประหยัดงบประมาณในการซื้อวัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น

2.3 กิจกรรมที่เกิดในสำนักงานร่วมแบ่งปัน

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงกิจกรรมให้บริการในส่วนต่าง ๆ ที่สำนักงานร่วมแบ่งปันได้จัดสรรพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ไว้ ผู้วิจัยจึงได้หาข้อมูลเพิ่มเติมทั้งข้อมูลปฐมภูมิคือ ได้ไปสำรวจพื้นที่ให้บริการจริง และข้อมูลทุติยภูมิคือ เอกสารอ้างอิง และจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ไว้ จึงแบ่งประเภทได้ดังนี้ (“มารู้จัก Co-working Space”, 2558)

1) ห้องประชุม ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน มีให้บริการ หมายความว่าห้องที่มีโต๊ะใหญ่ และมีเก้าอี้หลายที่นั่งตั้งแต่ 6-10 ที่นั่ง เพื่อใช้สำหรับปรึกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องเนื้อหางานกัน

2) โต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง หมายถึง โต๊ะทำงานที่มีทั้งสำหรับนั่งคนเดียวหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป โดยที่ไม่ได้ระบุที่นั่ง ทุกคนสามารถมานั่งสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันได้ ไม่สามารถฝากสิ่งของทิ้งไว้ข้ามคืนได้

3) โต๊ะทำงานแบบเจาะจง หมายถึง โต๊ะทำงานทั้งแบบประเภทนั่งคนเดียวหรือหลายคนที่สามารถนำอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์เครื่องเขียนมาวางทิ้งไว้ข้ามคืนได้ ลักษณะการใช้งานแบบนี้ส่วนมากจะรองรับกับผู้มาใช้บริการประเภทรายเดือน ที่เช่าพื้นที่ของโต๊ะทำงานนั้นไว้เมื่อ

กลับมาใช้บริการในวันรุ่งขึ้นก็สามารถมาใช้นั่งโต๊ะตัวเดิมได้โดยไม่มีใครมาใช้โต๊ะของเราได้

4) ห้องส่วนตัว จะมีลักษณะคล้ายกับห้องประชุมแต่จะแตกต่างที่ว่าห้องส่วนตัวในที่นี้จะเป็นการนั่งทำงานเพียงคนเดียวหรือไม่เกิน 4 คนในห้อง ๆ นั้น การทำงานในห้องส่วนตัวนี้จะรองรับกับลูกค้าที่ต้องการใช้สมาธิในการทำงานสูงมากและไม่มีผู้ให้บริการท่านอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

5) พื้นที่สนทนาการ เป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อนจากการเหนื่อยล้าในการทำงาน จะมีแบบทั้งในสำนักงานหรือนอกสำนักงาน พื้นที่นี้จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการ เช่น มุมอ่านหนังสือ มุมพักผ่อนกาแฟ หรือแม้แต่อุปกรณ์พวกเก้าอี้เป็นเก้าอี้โพนัม หรือรูปแบบต่าง ๆ ที่ช่วยให้นั่งสบายขึ้น ทั้งนี้พื้นที่สนทนาการจะหมายรวมถึงพื้นที่ที่ผู้มาใช้บริการสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันได้ อีกส่วนหนึ่งคือ พื้นที่ด้านนอกอาคาร ในส่วนนี้จะหมายถึง พื้นที่โล่งนอกอาคารที่ลูกค้าสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือเพื่อออกมาเดินเล่น พักผ่อน พูดคุยกันได้ ในส่วนนี้จะทำให้ผู้มาใช้บริการมีความรู้สึกปลอดโปร่ง สบายตา ดูไม่อึดอัดจากการทำงานในอาคารสำนักงานนาน ๆ

6) ห้องครัว เป็นพื้นที่สำหรับการเตรียมอาหารเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ไม่ส่งกลิ่นรบกวนผู้อื่น อาทิเช่น พวกเครื่องดื่มต่าง ๆ หรือของทานเล่นเท่านั้น

ทฤษฎีการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์

ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็นสองประเภท คือ

1) ความต้องการทางกายภาพ คือ ความต้องการด้านสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบาย ใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ

2) ความต้องการทางอารมณ์หรือความรู้สึก คือ ต้องการให้สถานที่นั้น ๆ ตอบสนองความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใช้งาน ซึ่งการออกแบบประเภทนี้ควรประกอบไปด้วย

2.1) การส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้งาน

2.2) การก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อความรู้สึก

2.3) สามารถตอบสนองความต้องการทางกายภาพได้ หากไม่สามารถตอบสนองได้

จะทำให้ผู้ให้บริการไม่รู้สึกสะดวกสบายและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน อาทิเช่น อาคารสำนักงานเช่าทั่วไปที่ไม่ได้มีการออกแบบอย่างสวยงามแต่ออกแบบไว้แค่เพียงใช้ในการทำงานเท่านั้น จึงทำให้พนักงานรู้สึกทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ เพราะลักษณะสำนักงานที่มีขนาดเล็กและค่อนข้างแออัด ไม่ได้เน้นการตกแต่งที่สวยงามจึงทำให้พนักงานรู้สึกไม่ได้ผ่อนคลายในความรู้สึกในขณะที่ทำงาน

2.4 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจบริการ

การจัดการตลาดธุรกิจประเภทต่าง ๆ เป็นการจัดการกับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างข้อเสนอขายที่ก่อให้เกิดการซื้อ ขายสินค้า ให้บริการ ระหว่างผู้บริโภค ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด

4 ประการ (Marketing Mix: 7Ps) ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ 2) ราคา (Price) กำหนดราคาให้มีกำไร 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หาซื้อสะดวกและรวดเร็ว 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความต้องการ 5) บุคลากร (People) 6) กระบวนการ (Process) และ 7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งแยกรายละเอียดได้ดังนี้ (Kotler & Keller, 2015)

1) สินค้า (Product) คือ วัตถุหรือสินค้าที่สามารถจับต้องได้ เพื่อทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือในบางกรณีสินค้าของธุรกิจนั้นคือการให้บริการ การนำเสนอขายสินค้าและบริการนั้นจะต้องสร้างคุณค่าให้กับสินค้าด้วย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าอยากมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

ในงานวิจัยชิ้นนี้ สินค้า คือ การให้บริการของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งเป็น ให้บริการด้านสถานที่ในการใช้สอยเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ประชุมหรือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และการทำงานในแต่ละวัน นอกจากนี้ยังมีการให้บริการในด้านอื่น ๆ อีก เช่น การให้บริการอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์เครื่องเขียน และการบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ

2) ราคา (Price) ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของการทำธุรกิจที่มีการแข่งขัน การแข่งขันกันทางด้านราคาเป็นเรื่องที่ลูกค้าได้ประโยชน์และจะเลือกในสิ่งที่ตนคิดว่าดีที่สุด

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ราคาของการให้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันนี้ จะคิดเป็นรายชั่วโมงหรือรายเดือน รวมทั้งราคาพิเศษสำหรับลูกค้าประจำหรือสมาชิกด้วย

3) การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขายการตลาดบริการสิ่งหนึ่งที่ท้าทายการสื่อสารการตลาดของบริการก็คือการที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขายความไม่มีตัวตนของบริการมันทำให้เป็นไปได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่จะทำการซื้อดังนั้นการส่งเสริมการตลาดบริการจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไรและให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร

ในกรณีนี้ ช่องทางส่งเสริมการขายจะเป็นการลดราคา หรือเพิ่มชั่วโมงในการใช้บริการ รวมทั้งการใช้อุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ที่มีไว้บริการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ

4) สถานที่ (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการให้บริการกลยุทธ์การให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการและสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่านักการตลาดจะจัดการให้มีการรับบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ในส่วนของพื้นที่ร่วมแบ่งปันที่ตอบสนองต่อส่วนประสมการตลาดเรื่องสถานที่นั้นคือการที่มีสาขาหลายสาขาในแต่ละที่ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าสะดวกกับการเดินทางไปที่ไหนมากกว่า

5) กระบวนการ (Process) เป็นเรื่องของการทำให้เกิดกรรมวิธี และการบริหารงานตามแผนธุรกิจซึ่งจะวิเคราะห์ถึงว่าทำอย่างไรจึงจะให้ธุรกิจขยายตัวและเติบโตและจะสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้

ในที่นี้จะกล่าวถึงการบวนการในการให้บริการในส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เช่น การมีบริการอุปกรณ์สำนักงานครบครัน การมีระเบียบ กฎเกณฑ์ในการใช้บริการเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการเอาเปรียบกันหรือรบกวนผู้มาใช้บริการคนอื่น ๆ ในสำนักงาน

6) บุคลากร (People) หรือพนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะที่แตกต่างของบริการอันดับหนึ่งคือการผลิตและการบริโภคจะเกิดขึ้นในขณะเดียวกันไม่สามารถแยกผู้ให้และผู้รับบริการออกจากกันได้คนจึงหมายถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการนำเสนอบริการซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า

ในที่นี้คือการบริการของพนักงานที่คอยให้บริการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด รวมทั้งคนอื่น ๆ ที่คอยให้บริการในที่นั้นด้วยบริการที่ดีจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจและความประทับใจในการให้บริการจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เนื่องจากการบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้จึงต้องทำให้ข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน สิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้เป็นสภาพแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอ

สำหรับธุรกิจการให้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันนี้ คือ ลักษณะทางกายภาพทั่วไป เช่น ความสะอาดในพื้นที่สำนักงาน ความกว้างขวางและเพียงพอของที่จอดรถ ป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน ทุกสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนถึงความเอาใจใส่ของสถานที่และทำให้เกิดความเชื่อถือกับลูกค้าได้ว่า จะได้รับการบริการที่ดีและเอาใจใส่เช่นเดียวกัน (Kotler & Keller, 2015) ทั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการทราบพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานครว่าเพราะเหตุใดถึงเลือกสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ เพื่อมาใช้บริการจึงจำเป็นต้องทราบถึงการให้บริการว่ามีกี่ประเภทและมีลักษณะอย่างไร เพื่อที่จะได้ประเมินได้ว่าสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้นๆ มีความพร้อมในการให้บริการมากน้อยอย่างไรจึงสรุปเนื้อหาลักษณะเฉพาะของการบริการมาดังนี้

1) ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นและสัมผัสไม่ได้ ดังนั้นจะต้องนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เช่น จะต้องตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด และนำใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าการบริการก็น่าจะดีเหมือนการตกแต่งสถานที่

2) ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) แม้ว่าอยู่คนละสถานที่แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการดังนั้นต้องให้ทั้งสองฝ่ายพบกันให้ได้ไม่ว่าจะเป็นการจัดจุดให้บริการที่สะดวกสำหรับลูกค้า เช่นการจัดธนาคารหรือตู้ ATM ภายในห้างสรรพสินค้าการให้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ตลอด 24 ชั่วโมง

3) การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish Ability) การบริการต้องอาศัยคนในการบริการเป็นสำคัญ

ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งพนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (Idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ ดังนั้นจะต้องมีการจ้างพนักงานให้มีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้า

4) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอจึงต้องเข้าใจลักษณะเฉพาะของธุรกิจว่าในแต่ละช่วงวันช่วงเวลาและช่วงเดือนที่แตกต่างกันจะบริหารการบริการของตนอย่างไรให้เหมาะสมกับความต้องการที่ไม่แน่นอนนี้

5) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้งหมายถึงความแตกต่างด้านคุณภาพในการให้บริการเนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ (Variability or Heterogeneity)

ลักษณะของความ需求和พฤติกรรม

- 1) ความต้องการพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน
- 2) ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าสามารถจัดเป็นกลุ่มได้
- 3) ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงได้
- 4) พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะเปลี่ยนไป หากมีบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการ

มากขึ้นมาตอบสนอง

- 5) ลูกค้ามีความต้องการไม่สิ้นสุดหรือไม่จำกัด
- 6) บ่อยครั้งที่ลูกค้าไม่สามารถบอกความต้องการของตนเองได้
- 7) ความต้องการและพฤติกรรมที่แอบแฝง

สรุปพฤติกรรมของลูกค้า

- 1) ต้องการความสะดวกสบาย
- 2) ต้องการความรวดเร็ว ไม่สามารถรอได้
- 3) ต้องการความมั่นคงปลอดภัย
- 4) เน้นความทันสมัย
- 5) เน้นความคุ้มค่าเงิน
- 6) มีความกล้าออกความเห็นมากขึ้นและการเรียกร้องสิทธิที่ตนควรได้รับ
- 7) การต้องการบริการแบบเบ็ดเสร็จ

กลยุทธ์การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

การทำธุรกิจไม่ได้มีแค่เพียงการโจมตีคู่แข่งแข่งขันเพียงอย่างเดียวหลายครั้งธุรกิจก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างสัมพันธ์มิตรทางธุรกิจที่ดีเนื่องจากบางครั้งอาจใช้การร่วมมือกับธุรกิจพันธมิตรอื่นในการพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจได้การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยอาศัยความร่วมมือทางธุรกิจก็เป็นแนวทางที่ดีซึ่งกำลังได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง

เป็นการขยายศักยภาพของตนและลดความเสี่ยงของธุรกิจในการแบกรับค่าใช้จ่ายทั้งหมดและความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้นได้บริการเกินความคาดหมาย

2.5 แนวคิดการออกแบบที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งาน

2.5.1 การวิเคราะห์ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสภาพแวดล้อมกายภาพ

สภาวะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพและรวมทั้งทางสังคมที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อความเข้าใจว่าอิทธิพลต่าง ๆ ได้มีส่วนในการทำให้เกิดลักษณะทางพฤติกรรมอย่างไร อาจกล่าวเป็นประเด็นสำคัญ ๆ ได้ดังนี้

1) สภาพแวดล้อมกายภาพเป็นระบบเปิดเพราะสภาพแวดล้อมกายภาพไม่มีขอบเขตที่แสดงว่ามีการสิ้นสุดทั้งทางกายภาพและทางเวลา สภาพแวดล้อมกายภาพมีความต่อเนื่องกันตลอด และประการสำคัญ คือ ขึ้นอยู่กับอาณาบริเวณที่บุคคลมีความสัมพันธ์ทางกิจกรรมด้านเวลาก็เช่นเดียวกัน ประการสำคัญที่สภาพแวดล้อมกายภาพเป็นระบบเปิดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาพร้อม ๆ กับการรักษาความสมดุลอยู่ได้เป็นเพราะมีความเกี่ยวข้องกับระบบสังคมและระบบวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กันเป็นสภาพแวดล้อมทั้งหมด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบใดในระบบทั้งหมดจะมีผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย

2) ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมกายภาพหรือระบบสังคมที่เป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องตลอดจนปัจเจกบุคคล องค์ประกอบเหล่านี้แต่ละอย่างมีความหมายก็ต่อเมื่อได้พิจารณาความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอย่างอื่นเท่านั้น โดยประกอบกันเป็นสภาพการณ์หนึ่ง ๆ ที่มีกิจกรรมเกิดขึ้น นั่นคือ สิ่งของต่าง ๆ มนุษย์ ตำแหน่งของสิ่งของและมนุษย์กิจกรรมที่เกิดขึ้น การกระทำระหว่างกันและความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพ ฯลฯ เหล่านี้มีความสัมพันธ์กันเป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปในทุกขณะและสื่อความหมายตามความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วย

3) ความสัมพันธ์ที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปในขณะใดขณะหนึ่งและในทีใดทีหนึ่งสภาพแวดล้อมนั้น ๆ มีลักษณะเฉพาะและมีความหมายเฉพาะด้วย และมีความคงที่ในขณะนั้นที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะกิจกรรมและองค์ประกอบย่อมต้องเปลี่ยนไปตามสภาพจริงของเหตุการณ์ ในเวลาต่างกันบุคคลจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ต่างกัน สภาพแวดล้อมที่รับรู้ในขณะนั้นย่อมแตกต่างจากสภาพแวดล้อมที่รับรู้ในขณะอื่น เมื่อตำแหน่งและพฤติกรรมเปลี่ยนไปความแตกต่างนี้อาจมีน้อยมากแต่ก็จัดได้ว่าเป็นลักษณะเฉพาะ

4) สภาพแวดล้อมกายภาพ ย่อมสื่อความหมายทางหน้าที่ใช้สอยและความหมายทางสัญลักษณ์อื่น ๆ ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางพฤติกรรมที่เหมาะสม กล่าวคือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีองค์ประกอบและคุณสมบัติขององค์ประกอบที่สะท้อนให้เห็นถึงหน้าที่ใช้สอยของ

สภาพแวดล้อมนั้น ๆ และพร้อมความหมายทางสัญลักษณ์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพจึงกำหนดลักษณะทางพฤติกรรมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมนั้น

5) ด้วยความคงที่ของลักษณะทางพฤติกรรมตามหน้าที่ใช้สอยที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพกำหนด ประกอบกับความเหมาะสมในการปฏิบัติตัวตามบรรทัดฐานของสังคม จึงอาจกล่าวได้ว่าไม่ว่าบุคคลใดที่มีบทบาทอย่างเดียวกันจะต้องมีพฤติกรรมทำนองเดียวกันในสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ จะมีความแตกต่างทางพฤติกรรมก็เฉพาะในเรื่องรายละเอียดที่เป็นไปตามคุณสมบัติทางสรีรวิทยาและทางบุคลิกภาพเท่านั้น โดยทั่วไปกรอบแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเฉพาะทำให้มีพฤติกรรมทำนองเดียวกันเกิดขึ้นเสมอ

6) ลักษณะคงที่ของพฤติกรรมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ความเหมาะสมที่บุคคลต้องปฏิบัติตัวในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การมีพฤติกรรมในทำนองเดียวกันในสภาพแวดล้อมแต่ละอย่าง ทั้งหมดนี้เป็นประสบการณ์ทั่วไปของบุคคลนากรใช้สอยสภาพแวดล้อมแต่ละอย่าง ประสบการณ์ทั่วไปที่บุคคลสะสมไว้นี้ มีส่วนช่วยให้มีพฤติกรรมในสภาพแวดล้อมได้สะดวกและถูกต้อง บุคคลสามารถคาดคะเนพฤติกรรมที่ควรเกิดขึ้นได้

7) มนุษย์มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทั่วไปในลักษณะกลาง ๆ ต่อเมื่อเกิดความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากเดิม หรือในกรณีที่อยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ที่มีความต้องการเกิดขึ้นใหม่ จะมีกระบวนการค้นหาข่าวสารและวางแผนเพื่อการกระทำอย่างชัดเจน ในกรณีดังกล่าวมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่เป็นการสอดคล้องกับความต้องการ โดยเริ่มด้วยการรับรู้สิ่งที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมในขณะนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าโยปกติเราเพิกเฉยต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวเรา

8) มนุษย์สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องแต่เนื่องจากมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่จะต้องมีการกระทำเกิดขึ้นเสมอในชีวิตประจำวัน และการกระทำนี้ก็จะเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของมนุษย์เอง อาจกล่าวได้ว่า มนุษย์สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมด้วยการกระทำ เราทำอะไรเพื่อผลอะไรก่อนที่จะทำอะไรต่อไป มีการประเมินผลที่ได้กระทำไปแล้ว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขหรือสำหรับการกระทำต่อไป แม้แต่ทุกก้าวที่เราจะก้าวต่อไปในขณะที่เดินก็มีกระบวนการปฏิบัติดังกล่าวเกิดขึ้น แม้ว่าเราจะไม่รู้ตัวก็ตาม

9) ในความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมด้วยการกระทำนั้น สภาพแวดล้อมสร้างโอกาสที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายของการกระทำแตกต่างกัน สภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น แม้ว่าจะไม่มีขอบเขตจำกัด สภาพแวดล้อมมีข้อจำกัดทางกายภาพดังกล่าวมาแล้วในตอนต้นของบท สิ่งปรากฏอยู่ในสภาพแวดล้อมอาจส่งเสริมหรือขัดขวางการกระทำในสภาพแวดล้อมได้แม้ว่ามนุษย์จะมีความสามารถในการปรับตัว แต่ข้อจำกัดยังคงมีอยู่หากไม่ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขสภาพแวดล้อม

นอกจากนี้ ข้อจำกัดต่อพฤติกรรมยังอาจเป็นข้อจำกัดทางสังคมหรือสืบเนื่องมาจากระบบสังคมแม้ว่าสังคมจะเป็นระบบเปิด

2.5.2 ลักษณะการจัดสภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมกายภาพลักษณะต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตามประเภทของกิจกรรมต่าง ๆ นั้น มีการจัดที่ส่งเสริมให้บุคคลมีการกระทำต่อกันมากน้อยต่างกัน สภาพแวดล้อมกายภาพกึ่งสาธารณะ บางอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดที่นั่งที่เป็นการส่งเสริมให้บุคคลมีการกระทำต่อกัน ที่สำคัญคือ การสนทนากันด้วยการจัดให้ผู้นั่งมองเห็นกัน ใช้สายตาต่อกันได้ และมีระยะห่างกันพอเหมาะสม กล่าวได้ว่าสภาพแวดล้อมประเภทนี้พยายามดึงบุคคลเข้าหากันหรือที่ Osmonds (1957) ได้วิเคราะห์ไว้ว่าเป็น “Sociopetal Space” ซึ่งแตกต่างจากสภาพแวดล้อมอีกประเภทหนึ่งที่เป็น “Sociofugal Space” สภาพแวดล้อมประเภทหลังนี้ได้แก่ สภาพแวดล้อมกายภาพที่มีการจัดที่ไม่ส่งเสริมให้บุคคลมีการกระทำต่อกัน ซึ่งเป็นการจัดสภาพแวดล้อมที่บุคคลต้องการตามสภาพการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะ ซึ่งมีผู้คนจำนวนมากและอาจมีเสียงอึกทึก ในสภาพแวดล้อมเหล่านี้ มักจัดให้มีที่นั่งที่หันไปในทางเดียวกันจะเป็นแถวหรือแยกจากกันเป็นแต่ละตัวก็ตาม การนั่งเกิดขึ้นในลักษณะที่โล่งเรียงกัน และไม่มีโอกาสใช้สายตาต่อกันซึ่งจำเป็นต่อการสนทนากัน จึงเป็นสภาพแวดล้อมที่ดึงหรือแยกบุคคลออกจากกัน ซึ่งน่าจะสอดคล้องกับความต้องการตามความรู้สึกของบุคคลในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ในการที่จะได้ครอบครองที่ซึ่งมีภาวะเป็นส่วนตัวพอสมควรและได้รับการกระทบจากสิ่งเร้าภายนอกน้อยลง

อาจกล่าวได้ว่า สภาพแวดล้อมกายภาพทั้งสองประเภท ทำให้บุคคลในสภาพแวดล้อม มีพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคลแตกต่างกันไป ย่อมหมายความว่า บุคคลมีพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคลตามลักษณะของความสัมพันธ์ที่มีต่อกันตามความต้องการในแต่ละสภาพการณ์

ดังนั้น การจัดสภาพแวดล้อมกายภาพต้องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคลของบุคคลในสภาพการณ์ต่าง ๆ กัน สภาพแวดล้อมกายภาพที่ส่งเสริมการกระทำต่อกันมากหรือน้อยจึงมีผลต่อการจัดระยะห่างระหว่างบุคคล

2.5.3 ระยะห่างในการจัดสภาพแวดล้อม

ประการสำคัญที่ควบคู่กับลักษณะการจัดคือ ระยะห่าง เป็นที่แน่นอนว่าระยะห่างระหว่างที่นั่งหรือระยะห่างจากที่นั่งมีผลต่อความสัมพันธ์ทางระยะห่างระหว่างบุคคล ผู้ที่นั่งอยู่ใกล้กันมาก ภายในระยะส่วนบุคคล มีผลกระทบต่อกันในพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคล ผู้ที่นั่งอยู่ไกลกันออกไป มีผลกระทบต่อกันน้อยลง

2.5.4 รูปร่างของสภาพแวดล้อม

นอกจากขอบเขตจำกัด ลักษณะการจัด และระยะห่างในการจัดแล้ว รูปร่างของสภาพแวดล้อมกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมระยะห่างของบุคคล รูปร่างของโต๊ะที่แตกต่างกัน เช่น

สี่เหลี่ยมผืนผ้า สี่เหลี่ยมจัตุรัส กลม ฯลฯ ต่างทำให้มีโอกาสในการจัดระยะห่างได้ไม่เหมือนกัน ผู้ที่นั่งอยู่ตรงหัวโต๊ะของโต๊ะสี่เหลี่ยมผืนผ้า มักมีระยะห่างจากบุคคลอื่น ๆ มากกว่าระยะห่างจากบุคคลอื่น ๆ ของผู้ที่นั่งอยู่ข้างโต๊ะ ด้วยเหตุนี้บุคคลที่มีลักษณะเด่นหรือผู้ที่ทำหน้าที่ประธานจึงมักนั่งตรงหัวโต๊ะ ดังได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น ส่วนสี่เหลี่ยมจัตุรัสและโต๊ะกลม บุคคลมีระยะห่างเท่า ๆ กัน รูปร่างของสภาพแวดล้อมกายภาพมีผลทำให้บุคคลมีโอกาสอยู่ใกล้กันหรือห่างกัน ทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดสนิมสนมมากน้อยต่างกัน ซึ่งย่อมมีผลต่อพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคลได้โดยมีความต้องการระยะห่างระหว่างบุคคลมากน้อยต่างกัน

2.5.5 ลักษณะของกิจกรรมและการกระทำต่อกัน

ในสภาพแวดล้อมกายภาพที่เป็นสถานที่ต่าง ๆ กันนั้นก็มีกิจกรรมแตกต่างกันเกิดขึ้นกิจกรรมบางอย่างมักดึงดูดบุคคลเข้าหากันตามลักษณะของกิจกรรม โดยทั่วไปมีลักษณะที่ไม่สนับสนุนให้มีการกระทำต่อกันเป็นเวลานาน และระหว่างคนจำนวนมาก แต่ละบุคคลมุ่งการทำการตามภารกิจหน้าที่ของตนอาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมทั้งสองลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นตามความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดการกระทำต่อกัน หรือในสภาพแวดล้อมที่ไม่ส่งเสริมให้มีการกระทำต่อกัน ลักษณะของกิจกรรมที่นำไปสู่ลักษณะต่าง ๆ ของความสัมพันธ์ในการกระทำต่อกันนั้นเป็นตัวกำหนดในขั้นต้นถึงแนวโน้มของระยะห่างระหว่างบุคคล การศึกษาของ ลิตเติล (Little, 1965) ที่ให้ผู้เข้าทดลองจัดระยะห่างระหว่างบุคคลที่มีบทบาทเป็นผู้กระทำการในสภาพแวดล้อมที่เป็นสำนักงาน ห้องโถง วิทยาเขต และถนน ปรากฏว่ามีระยะห่างระหว่างบุคคลแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับว่าอยู่ในสภาพแวดล้อมใดในการประกอบกิจกรรม และมีความสนิมสนมคุ้นเคยกันมากน้อยเพียงใดลักษณะเด่นของความสัมพันธ์ 4 ลักษณะที่สอดคล้องกับแบบอย่างของตำแหน่งที่นั่งที่เลือก คือ

1) การกระทำที่เป็นการสนทนากัน ส่วนมากมักเลือกในลักษณะเข้ามาของโต๊ะหรือหันหน้าเข้าหากันอยู่ตรงข้ามกันตามความกว้างของโต๊ะ ด้วยเหตุผลสำคัญที่ว่า เป็นตำแหน่งที่ตั้งอยู่ใกล้กันและสามารถใช้สายตาต่อกันได้สะดวก การสนทนากันจำเป็นต้องมองเห็นหน้ากัน การนั่งเข้ามาโต๊ะเป็นการเหมาะสมต่อการสนทนา เพราะคู่สนทนาไม่จำเป็นต้องจ้องหน้าอีกฝ่ายหนึ่งตลอดเวลา แต่สามารถมองไปยังที่ว่างเปล่าข้างหน้าได้

2) การกระทำที่รวมกันทำ ปรากฏอย่างชัดเจนว่า เกือบทั้งหมดได้เลือกในตำแหน่งที่ติดกันทางข้าง ด้วยเหตุผลว่าสามารถหยิบยื่นสิ่งของที่ใช้รวมกันได้สะดวก

3) การกระทำที่แยกกันทำ ในกรณีที่ตั้งแยกกันทำงานของตนในลักษณะต่างฝ่ายต่างทำเพียงแต่นั่งร่วมกันบนโต๊ะตัวเดียวกันเท่านั้น ไม่มีการร่วมมือกันหรือการแข่งขันกัน จึงมักเลือกนั่งในตำแหน่งที่อยู่ห่างไกลกันมากที่สุด เช่น นั่งเยื้องกัน ตรงข้ามกัน ทั้งนี้ เพื่อลดการใช้สายตาต่อกัน และเพื่อมีภาวะเป็นส่วนตัวมากที่สุด

4) การกระทำที่แข่งขันกัน ส่วนมากมักเลือกนั่งตรงกันข้าม ที่เลือกนั่งเยื้องกันก็มีอยู่บ้าง การเลือกนั่งตรงกันข้ามกันเพื่อให้มีการใช้สายตาได้สะดวกสำหรับกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันกัน และขณะเดียวกันก็ไม่อยู่ใกล้กันจนอาจขอความร่วมมือกันได้ง่าย การเลือกนั่งเยื้องกันทำให้ต่างฝ่ายมีภาวะเป็นส่วนตัวพอสมควร แต่ขณะเดียวกันก็ยังสามารถตรวจสอบความก้าวหน้าของกลุ่มคู่แข่งได้จะเห็นได้ว่าลักษณะของความสัมพันธ์ในการกระทำต่อกันที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกตำแหน่งที่นั่ง ซึ่งเป็นการจัดระยะห่างระหว่างบุคคล ย่อมเป็นการชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าลักษณะของความสัมพันธ์ในการกระทำต่อกันมีผลต่อพฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคลสภาพแวดล้อมกายภาพที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัว สิ่งของต่าง ๆ พื้นผิวและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่เป็นส่วนสาธารณะที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของโดยตรงหรือที่มีผู้ใช้สอยร่วมกันจำนวนมาก เป็นสภาพแวดล้อมกายภาพที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัวเพราะว่าบุคคลหรือกลุ่มมักไม่สามารถควบคุมการเข้าถึงของบุคคลอื่น

2.6 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสิ่งแรกก่อนอื่นเราควรได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเสียก่อนเพื่อจะได้ทราบเนื้อหาโดยภาพรวมที่จะเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษารายละเอียดต่อมา ซึ่งได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายที่คล้ายคลึงกันที่รวบรวมได้เป็นสังเขปดังต่อไปนี้

2.6.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง ลักษณะการซื้อของผู้บริโภค เช่น ชื่อที่ไหน ชื่อเมื่อใด ชื่อมากน้อยเพียงใด ใครเป็นผู้ซื้อ และใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) หมายถึง ลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค เช่น บริโภคที่ไหน บริโภคกับใคร บริโภคในอัตราส่วนน้อยเพียงไร เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์ (2560) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ว่าหมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมินผล (Evaluation) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) ในสินค้าและบริการ

นักการตลาดจำเป็นจะต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ คือ ประการแรก พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจมีผลทำให้ธุรกิจประสบ

ความสำเร็จ ประการที่สอง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่าทำให้ลูกค้าพอใจ ดังนั้นวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคพอใจนั้นนักการตลาดจะต้องศึกษาปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภคว่า เขาจะซื้อหรือไม่ซื้อ ซื้ออะไร ที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร เมื่อได้ข้อมูลเหล่านี้แล้วจะนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการตลาด เช่น การกำหนดกลยุทธ์ข่าวสารและกลยุทธ์สื่อ เป็นต้น และประการสุดท้าย นักการตลาดต้องเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้ นักการตลาดสามารถคาดคะเนการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของ ธุรกิจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2560)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า นักการตลาดต้องการ ศึกษาว่าสินค้าที่จะนำเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะ ช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, Who?, When?, Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ดังตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับ คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัญหาที่สำคัญทางการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ปัญหาที่ว่าผู้บริโภคตอบสนองต่อสิ่งเร้า ทางการตลาด (Marketing Stimuli) ซึ่งบริษัทจัดการเสนอต่อผู้บริโภคอย่างไร บริษัทใดก็ตาม ซึ่งมีความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ที่สนองตอบต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ราคา สิ่งดึงดูดใจ ทางการโฆษณา และอื่น ๆ อย่างแท้จริงแล้ว บริษัทนั้นจะอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบคู่แข่งอย่างมาก ดังนั้นบริษัทต่าง ๆ จึงได้ทุ่มเทเงินทุนมหาศาลเพื่อค้นคว้าวิจัยหาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าทาง การตลาดและการตอบสนองของผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 196) เป็นการศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้น จากการศึกษาถึงสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึก นึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเทียบกับเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถ คาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการ

ตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอกร่างกาย (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1.1.1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3) สิ่งกระตุ้นทางด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution or Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2) สิ่งกระตุ้นด้านอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่นอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะของเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีด้านการฝาก ถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2) กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1) ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา

2.2) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3.1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมห้าง เป็นต้น

3.2) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่องจะเลือกยี่ห้อใด

3.3) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใด หรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเข้ากลางวัน เย็น ในการเลือกซื้อนมสดกล่อง

3.5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) เช่น ผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่องครึ่งโหลหรือหนึ่งโหล

กล่าวโดยสรุป ถ้าผู้ที่ต้องการทำธุรกิจใด ๆ ก็ตามจะต้องทำการศึกษถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วย เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนไปจะส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังเช่น การที่จะดำเนินธุรกิจพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันก็ต้องทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกันว่า ลักษณะการทำงานในอดีตจะเน้นทำงานในสำนักงานมากกว่า แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้เปลี่ยนจากรูปแบบตั้งโต๊ะเป็นแบบพกพา จึงสามารถทำงานได้จากทุกที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสำนักงานเท่านั้น จึงก่อให้เกิดธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันขึ้นมา จึงสามารถมาแบ่งปันประสบการณ์ ความคิดเห็นต่าง ๆ กันได้

2.7 การจัดวางพื้นที่ในสำนักงาน

สำนักงานเปรียบเสมือนสถานที่ในการทำงาน บริหารงาน จัดการเกี่ยวกับข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องในการทำงาน สำนักงานจึงประกอบด้วย บุคลากร อุปกรณ์ และแผนงาน เพื่อช่วยให้การทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ในเนื้อหางานเดียวกัน นอกจากนี้ สำนักงานยังเป็นหัวใจในการบริหารงานทั่ว ๆ ไป เช่น งานบัญชี งานการเงิน งานสารบรรณ เป็นต้น จึงมีผู้ให้คำนิยามของคำว่า “สำนักงาน” ในความหมายต่าง ๆ กัน ดังนี้ สำนักงาน แปลว่า ที่พัก ที่อาศัย ที่ทำการ แหล่งสถาบัน หรืออาคาร ที่ใช้เป็นที่ทำงาน (ธารารัตน์ พวงสุวรรณ, 2559)

หน้าที่และบทบาทของสำนักงาน

หน้าที่ของและบทบาทของสำนักงานในแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันตามแต่ประเภทของงาน แต่ส่วนใหญ่แล้วหน่วยงานภายในองค์กร จะคอยช่วยสนับสนุนงานต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จึงได้แบ่งบทบาทของสำนักงานออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับพื้นฐานและระดับสูง

บทบาทระดับพื้นฐานของสำนักงาน (Primary Functions) ประกอบด้วย 7 หน้าที่ ดังนี้ (ธารารัตน์ พวงสุวรรณ, 2559)

1) งานที่เกี่ยวกับเอกสาร (Paperwork)

สำนักงานเปรียบเสมือนศูนย์ปฏิบัติการด้านเอกสาร และเป็นศูนย์กลางที่ใช้จัดเก็บและค้นข้อมูลเอกสารทั้งหมด เพื่อใช้ในการอ้างอิง ประกอบการตัดสินใจ หรือเพื่อใช้เป็นหลักฐานต่าง ๆ ในการนำเสนอข้อมูล รายงานต่างๆ เป็นต้น ในปัจจุบันงานที่เกี่ยวข้องกับเอกสารมีแนวโน้มที่จะลดปริมาณจำนวนเอกสารลงเนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เข้ามาช่วยในการบริการจัดการ ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้กระดาษ แต่ผู้อื่นก็ยังสามารถได้รับข้อมูลต่าง ๆ ครบถ้วน อาจโดยการส่งผ่านระบบอีเมลหรือระบบสารสนเทศในประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

2) งานติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ (Communication and Public Relation)

การติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถทำได้ทั้งภายในองค์กร และระหว่างองค์กร ทั้งทางวาจา ลายลักษณ์อักษร หรือช่องทางสื่อสารอื่น ๆ เช่น โทรศัพท์ ระบบการประชุมทางไกล จดหมาย หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

3) งานจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพในสำนักงาน (Facilities)

งานด้านอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน โดยทั่วไปเรียกว่างานอาคารสถานที่ หรืองานพัสดุครุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสำหรับจัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ภายในสำนักงาน และยังรวมถึงการวางแผนการใช้พื้นที่สำนักงาน การเลือกทำเลที่ตั้ง การจัดแผนผังองค์กร การจัดสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ เป็นต้น

4) งานวิเคราะห์และจัดระบบงาน (System Analysis and Operation Management) งานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ระบบงานจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์ และปรับปรุงงาน การกำหนดมาตรฐาน และปรับปรุงให้เกิดวิธีการทำงานที่ง่ายขึ้น (Work Simplification) เพื่อประหยัดเวลา แรงงาน และลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ภายในสำนักงาน การจัดลักษณะรูปแบบงานภายในสำนักงาน (Workflow Process) การควบคุมออกแบบ และการผลิตแบบฟอร์มใช้ในสำนักงาน (Forms Control, Design and Production) การทำคู่มือ (Manuals) งานเหล่านี้ต้องอาศัยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ อีกทั้งยังต้องมีความรู้ และประสบการณ์อย่างมากในการบริหารสำนักงาน

5) งานควบคุมระบบงานในสำนักงาน (Control)

การควบคุมระบบงานในสำนักงาน ส่วนใหญ่แล้วจะมีมาตรฐานกลางที่ใช้ในการควบคุม เพื่อให้การทำงานในสำนักงานมีลักษณะ แบบแผนที่เป็นมาตรฐาน เช่น ISO และ QC เป็นต้น เพื่อควบคุมคุณภาพของงาน ควบคุมสายการผลิต เพื่อให้ตรงตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

6) งานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

งานเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หรือ HR เป็นงานที่ต้องมีความรับผิดชอบสูง เนื่องจากเป็นการบริหารงานเกี่ยวกับบุคลากรในสำนักงานนั้น ๆ ซึ่งต้องใช้ความพิถีพิถันและความละเอียดรอบคอบสูง เนื่องจากมนุษย์มีจิตใจอ่อนไหว ทำให้ง่ายต่อการชักจูงทั้งในสิ่งที่ถูกและผิด ดังนั้นในการคัดสรรบุคลากรจะต้องคัดสรรที่เหมาะสมกับงานที่ต้องการดังนั้นงานด้านนี้จึงต้องมีการกำหนดความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่งที่ชัดเจนแน่นอน อีกทั้งยังต้องทำการฝึกอบรมบุคลากร เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถของพนักงาน เพื่อนำกลับมาพัฒนาองค์กร

7) งานการเงินและบัญชี (Finance Management)

งานด้านการเงินและบัญชีถือว่ามีมีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากเป็น การควบคุมงบประมาณต่าง ๆ ทั้งรายได้ ค่าใช้จ่าย การเงิน ค่าจ้าง เพื่อไม่ให้องค์กรเกิดการขาดทุน บทบาทระดับสูง (Secondary Functions)

บทบาทระดับสูงคือการร่วมมือกันระหว่างสำนักงานกับแผนกต่าง ๆ ในองค์กร ในการให้บริการเป็นสำนักงานย่อยในแผนกต่าง ๆ เพื่อให้การบริการที่สะดวก และรวดเร็วต่อแผนกต่าง ๆ และยังรวมถึงการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหารในการรวบรวม จัดเก็บวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การวางแผนและจัดทำนโยบายต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อรองรับการขยายตัวของสำนักงานในอนาคต (“โครงสร้างและหน้าที่ของสำนักงาน”, 2560)

2.7.1 ความสำคัญของสำนักงาน

สำนักงานเปรียบเสมือนศูนย์กลางรวมของการทำงานทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก หน่วยงานภายใน หรือแม้กระทั่งการจัดทำเอกสารต่าง ๆ

เพื่อคอยอำนวยความสะดวกต่อพนักงานภายในองค์กร กิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะส่งผลดีหรือผลเสีย ต่อองค์กรขึ้นอยู่กับการจัดระบบการทำงาน หรือที่เรียกว่า การบริหารงานภายในสำนักงาน ดังนั้น ทุกองค์กรควรต้องบริหารงานในสำนักงานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเนื่องจากสำนักงานมีความสำคัญ ต่อองค์กร ดังนี้

- 1) เป็นศูนย์กลางรับส่งข้อมูล
- 2) เป็นศูนย์กลางความจำ
- 3) เป็นศูนย์กลางการบริการ
- 4) เป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจ

การบริหารงานสำนักงานจึงต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และยุทธวิธี (Tactic) ที่ชาญฉลาด ดังนั้นนักบริหาร ควรที่จะมีการพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลาองค์ประกอบของ สำนักงานองค์ประกอบของสำนักงานควรประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) อาคารสถานที่

สถานที่ตั้งขององค์กรถือเป็นสิ่งที่สำคัญเนื่องจากในยุคปัจจุบันทุกมุมเมืองเกิดสภาวะ รวดติด เกิดปัญหาสภาพสิ่งแวดล้อม ดังนั้นในการเลือกสถานที่ตั้งขององค์กรควรที่จะเลือกสถานที่ ที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้พนักงานสามารถมาทำงานได้สะดวก และอาจยังทำให้พนักงานมีความสุข ในการทำงาน ทำให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) เครื่องใช้สำนักงาน

เครื่องใช้สำนักงานเปรียบเสมือนสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกต่อบุคลากร ทำให้ช่วย พุนแรงในการทำงาน เครื่องใช้สำนักงาน เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร โทรศัพท์ เครื่องพิมพ์ดีด คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3) ผู้ปฏิบัติงาน

ผู้ปฏิบัติงานหรือบุคลากรเปรียบเสมือนแรงขับเคลื่อน ที่ช่วยให้องค์กรเกิดแรงผลักดัน และทำให้เกิดความสำเร็จ ผู้ปฏิบัติงานจึงเป็นได้ตั้งแต่ผู้บริหาร ไปจนกระทั่งพนักงานทั่วไป

กล่าวโดยสรุป บทบาทที่สำคัญของการเป็นสำนักงานจะมีความเกี่ยวข้องกับการจำลอง สำนักงานขนาดย่อยหรือสถานที่ที่ทำงานร่วมแบ่งปัน ที่จะต้องมาวิเคราะห์ถึงลักษณะพื้นที่ที่สามารถ ตอบสนองในการทำงานในหลาย ๆ ส่วนหรือไม่ มีส่วนไหน หรือพื้นที่ไหนที่สำคัญและควรจะมีไว้เพื่อ ให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ แต่ทั้งนี้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันทำเป็นพื้นที่กลางที่ตอบสนองความ ต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ด้วยอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ทั่วไป ซึ่งอาจจะ ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการทำงานได้ในทุกส่วนของการทำงาน

ทั้งนี้ สิ่งที่ตั้งใจดูความสนใจในการมาใช้บริการของสำนักงานร่วมแบ่งปันคือกิจกรรมที่จัดขึ้น อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สมาชิกหรือบุคคลที่สนใจเข้ามาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไปในแต่ละสัปดาห์

เช่น กิจกรรมทำอาหาร กิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิมลสิทธิ์ ทรายงกูร, วีระ อินพันทัง และสันติ ฉันทวิลาสวงศ์ (2544) ได้ศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงการจัดผังบริเวณและการจัดแปลนพื้นที่ โดยเฉพาะแปลนพื้นที่ของสำนักงานทั่วไปของอาคารสำนักงาน เพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบอาคารสำนักงาน จนถึงการศึกษานเชิงเปรียบเทียบการจัดผังบริเวณ ขนาดพื้นที่ การจัดพื้นที่ทำงาน พื้นที่ต่าง ๆ ภายในส่วนบริการ การศึกษาวิเคราะห์ทำนองนี้กับอาคารสำนักงานรุ่นใหม่ ๆ ย่อมให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการและเทคโนโลยีปัจจุบันนำไปสู่การกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานที่ใช้ในการวางผังบริเวณและออกแบบสำนักงาน ผลการวิจัยพบว่า อาคารสำนักงานให้เช่าในพื้นที่การค้าหนาแน่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาจากผู้เช่าในเรื่องของที่ตั้งอาคาร ความสะดวกในการเข้าออก การจอดรถ การใช้พื้นที่อาคาร ความพร้อมและประสิทธิภาพของระบบอาคาร ซึ่งนอกจากเป็นข้อพิจารณาในการเลือกเช่าอาคารของผู้เช่า ย่อมเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ในการออกแบบ

ชญัญญาช หัสตินรัตน์ (2554) ได้ศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ความพึงพอใจ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยได้ทำการศึกษาออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 2 แห่งคือ Hubba Thailand และ Joint Café & workspace พบว่า ออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีกลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่แตกต่างกัน ซึ่ง Hubba Thailand เน้นการสร้างสังคมของผู้ประกอบการ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการด้วยกันเอง ในขณะที่ Joint Café & workspace มีกลยุทธ์ในการกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การสร้างความแตกต่าง และให้ความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการ

จินตนา ฐิติวรพงษ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาหาแนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารพาณิชย์กึ่งพักอาศัยของชุมชนชาวจีน กรณีศึกษายานเขาวราช พบว่า การใช้งานของพื้นที่ในตัวอาคารนั้นมีพื้นฐานเดียวกันตามประเพณีของชาวจีนที่ว่าพื้นที่สังสรรค์ของครอบครัวนั้นจะอยู่ในพื้นที่ประกอบการร้านค้าและส่วนรับประทานอาหาร ตำแหน่งต่าง ๆ ภายในอาคารมีความสัมพันธ์ต่อการใช้งานในส่วนต่าง ๆ ทั้งร้านค้า และพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารหมายรวมถึงพื้นที่ที่ยอมให้บุคคลภายนอกเข้าถึงได้ด้วย

นิธิมา จงประเจิด (2554) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน พบว่า การสร้างโฮมออฟฟิศควรสร้างในรูปแบบของโฮมทาวน์ที่เน้นพื้นที่ใช้งานเป็นหลักมากกว่าการอยู่อาศัย และทำเลที่ตั้งควรอยู่ใจกลางเมืองที่สามารถเดินทางได้สะดวก เข้าออกได้หลายทาง สามารถเดินทางมาทำงานโดยรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินได้ บรรยากาศ

ในส่วนพื้นที่รับแขกควรวางอยู่ในรูปแบบที่เรียบง่าย สบายตา และต้องการแสงจากธรรมชาติ พื้นที่ในส่วนห้องประชุมควรแยกออกเป็นสัดส่วน รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้ 5-8 คน มีลักษณะเรียบง่าย สบายตา มีแสงขาว และควรมีพื้นที่เก็บของ และพื้นที่ถ่ายเอกสารด้วย

ณัฐรา สิริ ยิ่งรู้ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมในการทำงานและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการแพทย์: กรณีศึกษา โรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช พบว่า บุคลากรทางการแพทย์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือด้านปัจจัยกายภาพในการทำงาน เวลาในการทำงาน ซึ่งหมายความว่าสถานที่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ความมีระเบียบและพื้นที่แบ่งเป็นสัดส่วนมีความสำคัญต่อการทำงานมาก

บุญเอื้อ โจว (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ กรณีศึกษาวิทยาลัยแพทยศาสตร์กรุงเทพมหานครและวชิรพยาบาล พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจากกรณีนี้ความเหนื่อยล้าจากการทำงานที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ มีมากกว่าปัจจัยด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ดังนั้นจึงไม่สามารถอธิบายได้ว่าสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เหนื่อยล้าได้

พรชัย ชัยประทีป (2553) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบสำนักงานขนาดเล็กและโฮมออฟฟิศสำหรับสำนักงานออกแบบสถาปัตยกรรมและออกแบบภายใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า จากการสำรวจจาก 191 ตัวอย่าง ได้รับผลตอบกลับมาจาก สำนักงานออกแบบสถาปัตยกรรมและออกแบบภายใน จะอยู่ในบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และอาคารพาณิชย์ มีพนักงานจำนวน 4-8 คน ใช้พื้นที่ทำงานประมาณ 95 ตารางเมตร ซึ่งไม่เพียงพอต่อการเก็บของจึงต้องการจัดผังพื้นที่เป็นแบบเปิดโล่งและต้องการพื้นที่ ที่ทำกิจกรรมที่หลากหลายกว่าเพื่อตอบสนองการทำงานได้หลายรูปแบบ และช่วยให้ทำงานได้ดียิ่งขึ้น

อนุกุล ป้อมปึกษา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการพื้นที่ใช้สอยของผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วม (Coworking Space) ในเขตกรุงเทพฯตอนเหนือ ภายใต้บริบทของประเทศไทย พบว่า งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาความต้องการใช้พื้นที่บริการภายในพื้นที่ทำงานร่วมของผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมในเขตกรุงเทพฯตอนเหนือภายใต้บริบทของประเทศไทย เริ่มจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของพื้นที่ทำงานร่วมในประเทศต้นแบบ และพื้นที่ทำงานร่วมในประเทศไทย ทำการวิจัยนำร่อง (Pilot Study) โดยสำรวจพื้นที่ทำงานร่วมในกรุงเทพมหานคร 10 แห่งด้วยการใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการและประกอบการ สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม พบว่า พื้นที่ทำงานร่วมในประเทศต้นแบบและประเทศไทยมีความแตกต่างกันด้านแนวคิดการใช้พื้นที่ใช้สอยที่ส่งผลต่อรูปแบบของสถาปัตยกรรมภายใน จากนั้นเลือกพื้นที่ทำงานร่วมในกรุงเทพฯ ตอนเหนือ 3 แห่งใช้เป็นพื้นที่ตัวอย่าง ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ใช้บริการ สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และให้ผู้ใช้บริการเขียนเรียงความเรื่อง “พื้นที่ทำงานร่วมในฝันของฉัน” นำข้อมูล

ต่าง ๆ ที่ได้มาตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตีความปรากฏการณ์ (Interpretative Phenomenological Analysis) เพื่อค้นหาความต้องการการใช้งานพื้นที่บริการ และค้นหาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่บริการแต่ละประเภท ผลการวิจัยพบว่านอกเหนือจากพื้นที่ทำงานรวม ห้องประชุมย่อย และห้องประชุมใหญ่-จัดงาน ที่เป็นพื้นที่บริการหลักแล้ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ยังมีความต้องการให้มีพื้นที่บริการเสริมนอกเหนือจากนั้น ได้แก่ ร้านกาแฟ พื้นที่ทำงานส่วนตัว ห้องพักผ่อน และห้องโทรศัพท์ส่วนตัว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความต้องการให้พื้นที่บริการทั่วไปมีบรรยากาศแบบสบาย เฟอร์นิเจอร์แบบไม่เป็นทางการ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกตามวัตถุประสงค์ของแต่ละพื้นที่ โทนมสีเป็นสีโทนอ่อนและโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone) ผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งต้องการให้พื้นที่บริการมีความสนุก-ตื่นเต้น แตกต่างไปจากพื้นที่ใช้งานปกติทั่วไป นอกเหนือจากนั้นผลของการวิจัยยังพบว่า ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่บริการของพื้นที่ทำงานร่วมในประเทศไทย มีความแตกต่างกับพื้นที่บริการของพื้นที่ทำงานร่วมในประเทศต้นแบบ ความแตกต่างทางคุณลักษณะของผู้ใช้บริการมีผลต่อความต้องการการใช้พื้นที่บริการ และความต้องการลักษณะทางกายภาพของพื้นที่บริการแต่ละประเภท

อาทิศย์ ฉัตรโพธิ์ทอง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง กรณีศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการบริหารจัดการในพื้นที่ทำงานร่วมกับแรงสนับสนุนทางสังคม พบว่า พื้นที่ทำงานร่วมถือได้ว่าเป็นธุรกิจประเภทใหม่ที่ให้บริการพื้นที่สำนักงานสำหรับใช้งานที่ต้องการสังคมในการทำงาน พื้นที่ทำงานร่วมไม่เพียงแต่ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานแต่ยังสร้างแรงสนับสนุนทางสังคมให้กับผู้ใช้งาน ซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกายและสุขภาพทางความคิด ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ทำงานร่วมกับวิธีการบริหารจัดการ (Management) ที่นำไปสู่กลไกการสร้างแรงสนับสนุนทางสังคม (Social Support) อันได้แก่ 1) การส่งเสริมให้เกิดปฏิสัมพันธ์ 2) การสร้างความเข้าใจให้กับคนในสังคม 3) การกำหนดหน้าที่ในการรับผิดชอบ และ 4) การลดความขัดแย้ง

องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมกายภาพในการศึกษาคือ การจัดกลุ่มพื้นที่ใช้สอย (Zoning) รายละเอียดทางสถาปัตยกรรม (Architectonic Detail) การรับรู้ด้านการมองเห็นในพื้นที่เปิดโล่ง (Visual Perception in Open-plan Layout) การใช้พื้นที่ร่วมกัน (Copresence) และการบริหารจัดการ (Management) ของพื้นที่ทำงานร่วม 2 แห่ง ได้แก่ “เดอะเวิร์คคอฟท์” และ “ฮับบา ไทยแลนด์” ด้วยวิธีการสำรวจ สังเกตพฤติกรรม และสัมภาษณ์ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า 1) การจัดกลุ่มพื้นที่ใช้สอยไม่ส่งผลต่อการเพิ่มปฏิสัมพันธ์และช่วยลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น 2) รายละเอียดทางสถาปัตยกรรมสามารถช่วยเพิ่มปฏิสัมพันธ์ สร้างและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ใช้งาน 3) การรับรู้ด้านการมองเห็นในพื้นที่เปิดโล่งสามารถช่วยเพิ่มปฏิสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจให้กับผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานไม่กังวลเรื่องความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นจากการมองเห็น

- 4) การใช้พื้นที่ร่วมกันสามารถเพิ่มปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน และลดความขัดแย้งระหว่างผู้ใช้งานได้
- 5) การบริหารจัดการส่งผลต่อการส่งเสริมให้เกิดแรงสนับสนุนทางสังคมทุกด้าน

ตารางที่ 2.1: ตารางสรุปตัวชี้วัดและตัวแปร

คำถาม	ตัวแปร	ตัวชี้วัด
เพื่อศึกษาประโยชน์ใช้สอยภายในของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละประเภท	Full Function	- สิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า 5 ประเภท ไร้คอยบริการ
	Small Function	- สิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่า 5 ประเภท ไร้คอยบริการ
เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร	กิจกรรมที่เกิดขึ้น	- จำนวนผู้เข้ามาใช้ในแต่ละส่วน - กิจกรรมในการทำงาน - กิจกรรมกลุ่ม - อุปกรณ์ในการทำงาน - การใช้อุปกรณ์ในการทำงาน
เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน	ความสะดวกในการทำงาน	- มีที่นั่งเพียงพอกับผู้มาใช้บริการ - มีพื้นที่เหมาะสมในการนั่งทำงานหลายคน - มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสัดส่วน - มีอุปกรณ์เพียงพอในการทำกิจกรรมร่วมกัน - ที่จอดรถเพียงพอหรือไม่ - ลูกค้าใช้อุปกรณ์ได้ครบทุกคน และไม่มีปัญหาใด ๆ
เพื่อเสนอแนะแนวทางประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันเพื่อให้เหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ		

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันของ Ko Kreate Space และ Hubba Thailand สำหรับการบริการแบบครบวงจร (Full Function) รวมถึง Wolf Work Co-working Space และ Launchpad สำหรับการบริการแบบบางส่วน (Small Function) เพื่อศึกษาถึงการจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันว่าสามารถตอบโจทย์การใช้งานจริงได้มากน้อยแค่ไหน ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.1 รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาเพิ่มเติมจากเอกสารอื่น ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นศึกษาการจัดการพื้นที่ของสำนักงานในลักษณะสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) เพื่อส่งเสริมการทำงานของผู้มาใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์กับการออกแบบพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้มาใช้บริการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

3.2 แหล่งข้อมูล

กรณีศึกษา

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กำหนดแบบเจาะจงจากผู้มีบทบาทหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่ของสำนักงานในลักษณะสำนักงานร่วมแบ่งปันเพื่อส่งเสริมการทำงานของผู้มาใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ใช้บริการ Ko Kreate Space และ Hubba Thailand เป็นกรณีศึกษาของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร แบบ Full Function รวมทั้ง Wolf Work Co-working Space และ Launchpad แบบ Small Function จำนวนทั้งสิ้น 10 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยใช้การสังเกตและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

แบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่ของสำนักงานในลักษณะสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) เพื่อส่งเสริมการทำงานของผู้มาใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะของข้อคำถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยมีประเด็นคำถามสำคัญคือพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันมีรูปแบบ พฤติกรรมการทำงานเปรียบเทียบการจัดวางพื้นที่ของสำนักงานร่วมแบ่งปันเหมาะสมต่อการทำงานอย่างไร และแนวทางการจัดรูปแบบอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ภายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันเหมาะสมต่อการทำงานอย่างไร ซึ่งแนวคำถามดังกล่าวจะครอบคลุมถึงตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประเภทของ Co-working Space ได้แก่ Full Function และ Small Function กิจกรรมและพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ Co-working Space ได้แก่ ห้องประชุม ทำงานแบบห้องส่วนตัว ทำงานบนโต๊ะส่วนรวม และสนทนา และการจัดพื้นที่ Co-Working Space ได้แก่ รูปแบบการจัดผังพื้นที่ รูปแบบการจัดเครื่องเรือน และ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ที่ใช้ในการสำรวจ เช่น กล้องถ่ายรูป สมุดโน้ต เครื่องอัดเสียง แบบสัมภาษณ์ปากกา

3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการจัดการพื้นที่ของสำนักงานในลักษณะสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) เพื่อส่งเสริมการทำงานของผู้มาใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมีขั้นตอนดังนี้

1) โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ถึงรายละเอียดโครงสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของ Co-working Space กิจกรรมและพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ Co-working Space และ การจัดพื้นที่ Co-working Space เพื่อนำผลที่ศึกษามาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และสอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2) นำแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างที่สร้างขึ้น ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ตรวจสอบความถูกต้องสอดคล้องของเนื้อหา ก่อนนำไปใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจริง

3) ขั้นตอนการสังเกต โดยการใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) คือการสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้ที่ถูกศึกษา มีการทำกิจกรรมร่วมกัน จนผู้ถูกศึกษายอมรับว่าผู้วิจัยมีสถานภาพพบปะทช่นเดียวกัน

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่ทำการศึกษาดังนี้

รวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง

จำนวน 10 ชุด ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ได้แก่ แบบประเภท Full Function และ แบบประเภท Small Function กิจกรรมและพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ สำนักงานร่วมแบ่งปัน ได้แก่ การประชุมโดยใช้ห้องประชุม ทำงานแบบห้องส่วนตัว ทำงานบนโต๊ะส่วนรวม กิจกรรมสนทนาการ และ การจัดพื้นที่ที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ได้แก่ รูปแบบการจัดผังพื้นที่ รูปแบบการจัดอุปกรณ์สำนักงาน และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ไว้บริการสำหรับกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวิธีการกำหนดกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ โดยกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางของกระบวนการวิจัย อันมีสาระสำคัญโดยสรุปดังต่อไปนี้

1) เมื่อผู้ศึกษาได้สร้างแบบสัมภาษณ์และทำการทดสอบแบบสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวไปแจกกลุ่มที่ใช้บริการ Ko Kreate Space และ Hubba Thailand เป็นกรณีศึกษาของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร แบบ Full Function รวมทั้ง Wolf Work Co-working Space และ Launchpad แบบ Small Function จำนวนทั้งสิ้น 10 คน แล้วให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามที่ผู้วิจัยถามขึ้น และมีแจกแบบสอบถามเพิ่ม

อีกคนละ 1 ชุด

2) เมื่อได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามและทำการศึกษาและนำข้อมูลคำตอบที่สมบูรณ์ในแบบสอบถามดังกล่าวที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์หาข้อมูลทางขั้นตอนต่อไป ซึ่งผลที่ได้จะมีทั้งผู้ที่สามารถตอบแบบสอบถาม และไม่สะดวกทำแบบสอบถามได้

3.6 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

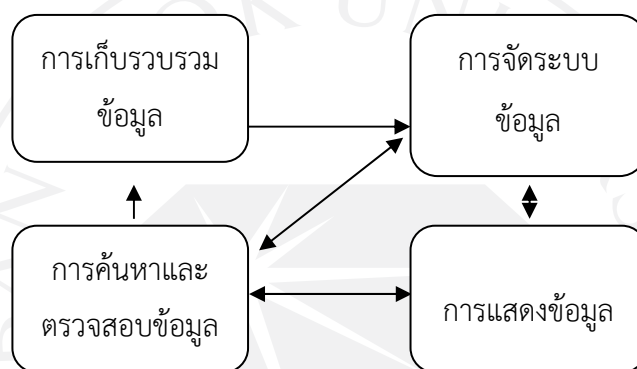
1) นำข้อมูลที่บันทึกไว้ มาถอดความด้วยวิธีการสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่กำหนดไว้ในขอบเขตด้านเนื้อหา

2) หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาประมวล รวบรวมเป็นหมวดหมู่ นำมาจัดระบบ ระเบียบ เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด มาตรวจสอบความถูกต้องและเก็บข้อมูลเสริมให้มีเนื้อหาสมบูรณ์เพื่อนำไปสู่การตีความหมายวิเคราะห์สรุปเนื้อหาเพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารเนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

2.2) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) จะใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ แล้วตีความหมายเชื่อมโยง โดยความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ โดยทำไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจะได้ศึกษาในแต่ละประเด็นได้อย่างลึกซึ้ง เมื่อประเด็นใดนำมาวิเคราะห์แล้วไม่มีความชัดเจนก็จะตามไปเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อมูล ซึ่งสามารถสร้างแบบแผนเพื่อให้มองเห็นดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1: แสดงตัวแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล



ดังนั้นผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลการให้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันจากหลาย ๆ ที่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การให้บริการในแต่ละที่จะมีทั้งแบบการให้บริการครบวงจรและการบริการในบางส่วนดังข้อมูลในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1: แสดงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้ให้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน	ห้องประชุม	โต๊ะแบบไม่เจาะจง	โต๊ะแบบเจาะจง	ห้องส่วนตัว	พื้นที่สำนักงานนอกอาคาร	ห้องครัว	อุปกรณ์สำนักงาน	ที่จอดรถ
Cluster Office	/	/	X	X	X	/	/	/

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): แสดงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขต
กรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้ให้บริการ สำนักงาน ร่วมแบ่งปัน	ห้อง ประชุม	โต๊ะ แบบไม่ เจาะจง	โต๊ะ แบบ เจาะจง	ห้อง ส่วน ตัว	พื้นที่ สันทนา การนอก อาคาร	ห้อง ครัว	อุปกรณ์ สำนักงาน	ที่จอด รถ
Draftboard	/	/	X	/	X	X	X	X
Glowfish	/	/	/	/	X	/	X	/
Hubba	/	/	O	/	/	/	/	/
Klique Desk	/	/	X	X	X	X	/	/
Launchpad	/	/	/	/	X	X	/	X
Regus	/	/	X	X	X	X	X	X
Wolf work	/	/	X	X	X	O	/	X
The Hive	/	/	/	/	X	X	X	X
Work Buddy	/	/	X	X	X	X	X	X
Third	/	/	X	X	X	X	X	X
The revol	/	/	X	X	X	X	X	X
Ko Kreate Space	/	/	O	/	O	O	/	/

หมายเหตุ: / = แทนสัญลักษณ์มีให้บริการและได้ใช้งาน, O = แทนสัญลักษณ์มีให้บริการแต่ไม่ได้ถูก
ใช้, X = แทนสัญลักษณ์ไม่มีให้บริการแต่ต้องการใช้

จากตารางที่ 3.1 แบ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสำนักงานร่วมแบ่งปันออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) สำนักงานร่วมแบ่งปัน ประเภท Full Function คือ การให้บริการครบวงจรในทุก ๆ
ด้าน (มีการให้บริการมากกว่า 5 ประเภทขึ้นไป) หมายถึง สำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ สามารถ
เปรียบเสมือนสำนักงานได้

2) สำนักงานร่วมแบ่งปัน ประเภท Small Function คือ การให้บริการน้อยกว่า 5 ประเภท
การให้บริการที่จำเป็นสำหรับการทำงานในสำนักงาน เช่น มีเพียงโต๊ะทำงานและห้องประชุมไว้คอย

บริการ เป็นต้น

สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า Ko Kreate Space และ Hubba Thailand ให้บริการได้อย่างครอบคลุมในการทำงานมากที่สุด (Full Function) โดยอธิบายเพิ่มเติมดังนี้

ห้องประชุม ไว้คอยให้บริการสำหรับผู้มาใช้ได้ปรึกษาหารือกันในการทำงาน โดยเป็นห้องแยกออกมาต่างหากเพื่อความเป็นส่วนตัวในการพูดคุย

โต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง ลักษณะการใช้งานคือผู้มาใช้บริการทุกคนสามารถนั่งด้วยกันได้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจง จึงไม่สามารถนำสิ่งของหรืออุปกรณ์วางทิ้งไว้ข้ามคืนได้ และไม่รับฝากอุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้บนโต๊ะนี้

โต๊ะทำงานแบบเจาะจง ผู้มาใช้บริการจะต้องเช่าเป็นรายเดือน และสามารถนำอุปกรณ์สำนักงาน เครื่องเขียนวางทิ้งไว้ข้ามคืนได้ และผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ ไม่สามารถมาใช้โต๊ะส่วนตัวที่มีผู้มาใช้บริการเช่ารายเดือนได้

ห้องทำงานแบบส่วนตัว มีลักษณะที่มีพื้นที่ทำงานเป็นแบบส่วนตัว จะไม่สามารถส่งเสียงดังได้ และจะแยกออกไปจากส่วนที่บริการสาธารณะ

พื้นที่สันทนาการ เป็นพื้นที่จัดเตรียมไว้สำหรับการพักผ่อน ซึ่งจะมีอุปกรณ์สันทนาการไว้คอยบริการ เช่น โต๊ะสนุกเกอร์ ชั้นหนังสือที่มีหนังสือหลากหลายประเภท เครื่องเกมส์ หรือพื้นที่ลานกว้างไว้สำหรับทำกิจกรรมกลุ่ม

ห้องครัว เป็นห้องครัวขนาดเล็กสำหรับการเตรียมอาหารเล็กน้อยที่ไม่ใช่การปรุงอาหารอาทิเช่น เป็นส่วนที่ใช้สำหรับชงกาแฟ หรือจัดการอาหารที่เราซื้อมาจากที่อื่น

พื้นที่ทำงานด้านนอกอาคาร จะมีพื้นที่ด้านนอกอาคารไว้คอยบริการ ทั้งในรูปแบบโต๊ะทำงาน หรือพื้นที่สันทนาการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย หรือต้องการรับอากาศภายนอก

อุปกรณ์สำนักงาน เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องแฟกซ์ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตไร้สาย อุปกรณ์เครื่องเขียนต่าง ๆ

พื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยศึกษาเป็นเวลา 3 เดือน คือ เดือนเมษายน พ.ศ. 2561 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561

ตารางที่ 3.2: ตารางสรุปวิธีการเก็บข้อมูล

คำถาม	วิธีการ
เพื่อศึกษาประโยชน์ใช้สอยภายในของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละประเภท	<ul style="list-style-type: none"> - สังเกตผังพื้นที่ใช้สอยภายใน - การเข้าไปสังเกตการณ์ในพื้นที่ - การเข้าไปสัมภาษณ์และสอบถามผู้มาใช้บริการ
เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางสำนักงานจัดให้ - มีการใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ - การเข้าไปสัมภาษณ์และสอบถามผู้มาใช้บริการ
เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน	<ul style="list-style-type: none"> - สังเกตการณ์ผู้มาใช้บริการในแต่ละส่วนการใช้งาน - การเข้าไปสัมภาษณ์และสอบถามผู้มาใช้บริการ
เพื่อเสนอแนะแนวทางประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันเพื่อให้เหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - สังเกตอุปกรณ์ครบถ้วนในการใช้งานครบทุกประเภท - การเข้าไปสัมภาษณ์และสอบถามผู้มาใช้บริการ

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาประเภทของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเรื่องของขนาดการใช้งานที่เหมาะสม 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 3) เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่ และ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทาง ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เพื่อให้เหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันของ Ko Kreate Space และ Hubba Thailand โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันจำนวนทั้งสิ้น 10 คน

ผลการวิจัยข้อนี้วิเคราะห์ถึงประเภทของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเรื่องของขนาดการใช้งานที่เหมาะสม ของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันจำนวน 5 คน จาก Ko Kreate Space และ Hubba Thailand และอีก 5 คน จาก Wolf Work Coworking Space และ Launchpad โดยแบ่งตามรายละเอียดของข้อมูลออกเป็น 4 หัวข้อในแต่ละสำนักงานร่วมแบ่งปัน ดังนี้

- 1) รายละเอียดของสำนักงานร่วมแบ่งปัน
- 2) การจัดการเรื่องพื้นที่
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ
- 4) สรุปคำสัมภาษณ์ของผู้มาใช้บริการ

4.1 Ko Kreate Space

ประเภทสำนักงานร่วมแบ่งปันแบบ Full Function สามารถตอบคำถามการวิจัยในเรื่องพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันมีกี่รูปแบบได้ โดยผู้วิจัยได้จัดรูปแบบไว้ 2 รูปแบบ ผู้วิจัยเลือก Ko Kreate Space เพราะมีการบริการอย่างครอบคลุม ครบวงจร และพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ มีความเหมาะสมต่อการทำงานของผู้มาใช้บริการให้เลือกใช้ได้ในแต่ละส่วนบริการได้อีกด้วย

- 1) รายละเอียดของสถานที่และประวัติความเป็นมา

Ko Kreate Space เป็นสำนักงานร่วมแบ่งปันอีกหนึ่งที่ตั้งอยู่แถวบางซื่อ และใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าสะพานควาย ซึ่งสะดวกกับลูกค้าที่มาใช้บริการ การให้บริการของ Ko Kreate Space ถือว่าเป็นแบบประเภท Full Function ที่ให้บริการใช้พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร

Ko Kreate Space เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น ทั้งหมด 5 คูหา ที่ได้รับการตกแต่งใหม่โดยมีเค้าโครงเดิมอยู่ ออกแบบในรูปแบบที่ทันสมัยขึ้น ดังภาพ

ภาพที่ 4.1: แสดงภาพก่อนและหลังการปรับปรุงภายนอกอาคารใหม่



ที่มา: Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezoomer.com/co-working-space>.

ภาพที่ 4.2: แสดงภาพก่อนและหลังการปรับปรุงภายนอกและภายในอาคาร



ที่มา: Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezoomer.com/co-working-space>.

Ko Kreate Space มีเนื้อที่ทั้งหมด 3 ไร่ครึ่ง ตั้งอยู่ที่ ถนนประดิพัทธ์ บริหารโดย บริษัท ปริดา เรียวเอสเตส จำกัด ซึ่งผู้บริหารเดิมตั้งใจไว้ว่าจะตัดแปลงที่แห่งนี้ให้เป็นอาคารครบวงจร ซึ่งมีทั้งคอนโดมิเนียมและออฟฟิศสำนักงาน ซึ่งจะสร้างอีกประมาณ 4-5 ปีข้างหน้า ซึ่งจะพร้อมทั้งสถานีรถไฟฟ้าสายสีแดงสร้างเสร็จ แต่เนื่องจากไม่อยากจะปล่อยสถานที่แห่งนี้ไปโดยเปล่าประโยชน์

จึงปรับปรุงเป็นสำนักงานเลย เนื่องจากระแวกนี้ไม่มีสำนักงานอื่น ๆ ตั้งอยู่ (“Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถว”, 2560)

ภาพที่ 4.3: แสดงชั้นที่ 1 ของ Ko Kreate Space หลังการปรับปรุงแล้ว



โดยในชั้นที่ 1 ของ Ko Kreate Space มีพื้นที่ขนาด 280 ตารางเมตร จะบริการให้เช่า เฉพาะรายวันเท่านั้น จำนวนวันเข้ายิ่งมากจะยิ่งถูกลง (รายสัปดาห์หรือรายเดือน)

2) การจัดการเรื่องพื้นที่

Ko Kreate Space ได้จัดพื้นที่ให้บริการโดยแบ่งเป็น 3 โซน ดังนี้

2.1) โซนโซฟา ผู้มาใช้บริการสามารถพักผ่อน อ่านหนังสือ หรือเล่นมือถือนได้ตาม อรรถาศัย

2.2) โซนชิงช้า จะเน้นความเป็นธรรมชาติ โดยนำหญ้าเทียมมาเป็นองค์ประกอบ ของพื้นที่ เพื่อช่วยให้มีความรู้สึกผ่อนคลาย เป็นธรรมชาติมากขึ้น

2.3) โซนมุมกาแฟ จะมีโต๊ะ เก้าอี้ และเครื่องชงกาแฟ ไว้บริการ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึก สบาย ผ่อนคลายในระหว่างดื่มกาแฟ

ภาพที่ 4.4: แสดงโซนชิงช้าของ Ko Kreate Space



ชั้นที่ 2-3 จัดไว้สำหรับพื้นที่สำนักงานซึ่งมีขนาดใหญ่ขึ้น ตั้งแต่ 16-40 ตารางเมตร โดยเปิดบริการให้เช่าเฉพาะรายเดือนเท่านั้น เหมาะสำหรับบริษัทที่มีพนักงานประมาณ 4-12 คน มีที่จอดรถสะดวกสบาย

ภาพที่ 4.5: ภาพบริเวณชั้น 2 ของ Ko Kreate Space



ที่มา: *Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space.* (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezoomer.com/co-working-space>.

ภาพที่ 4.6: ภาพบริเวณชั้น 3 ของ Ko Kreate Space



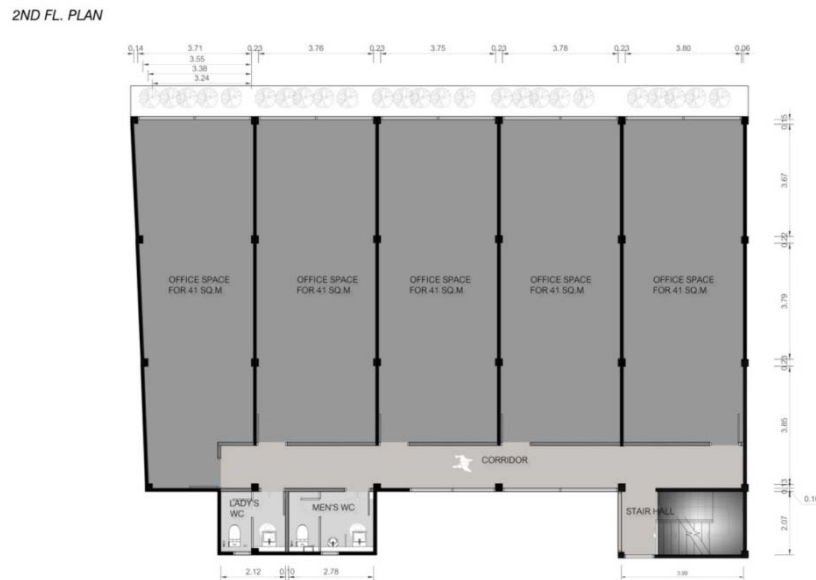
ที่มา: Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezooomer.com/co-working-space>.

ภาพที่ 4.7: แสดงแผนผัง ชั้น 1 ของ Ko Kreate Space



ที่มา: Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezooomer.com/co-working-space>.

ภาพที่ 4.8: แสดงแผนผัง ชั้น 2 ของ Ko Kreate Space



ที่มา: Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezooomer.com/co-working-space>.

ภาพที่ 4.9: แสดงแผนผัง ชั้น 3 ของ Ko Kreate Space



ที่มา: Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezooomer.com/co-working-space>.

3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ

ห้องประชุมของ Ko Kreate Space ได้มีขนาดห้องประชุมไว้หลายแบบเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมในการใช้งาน อาทิเช่น

ขนาด S เหมาะกับผู้ใช้บริการ 4 คน

ขนาด M เหมาะกับผู้ใช้บริการ 6 คน

ขนาด L เหมาะกับผู้ใช้บริการ 8 คน

ขนาด XL เหมาะกับผู้ใช้บริการ 12 คน

ซึ่งห้องประชุมเหล่านี้เหมาะกับผู้ที่มีลูกค้าเข้ามาคุยงานหรือเจรจาธุรกิจกัน ซึ่ง Ko Kreate Space ได้เตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้บริการ อาทิเช่น Projector โทรทัศน์ Whiteboard เป็นต้น

4) สรุปการสัมภาษณ์ของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน Ko Kreate Space

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่ใช้บริการมองว่า Ko Kreate Space มีพนักงานต้อนรับและคอยให้บริการคำแนะนำ และความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่ดี รวมทั้งแจ้งโปรโมชั่นที่มีให้ลูกค้าทราบซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดีมาก ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจใช้บริการได้ตรงความต้องการที่สุด

Ko Kreate Space มีการวางกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง โดยกำหนดโครงสร้างธุรกิจที่ไม่ได้เน้นการให้บริการเฉพาะกลุ่มหรือกลุ่มสายอาชีพใดอาชีพหนึ่ง แต่สามารถรองรับผู้มาใช้บริการทั่วไปที่ไม่ใช่ลูกค้าประจำได้ จึงไม่ได้รับรวมคนในแวดวงสายอาชีพใดอาชีพหนึ่งโดยเฉพาะแต่เน้นการเข้าถึงของคนส่วนใหญ่เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น Ko Kreate Space สามารถตอบโต้กับผู้ใช้บริการทุกกลุ่มที่เน้นถึงกลุ่มคนที่ต้องการสถานที่ทำงาน จากการให้บริการให้เช่าออฟฟิศแบบรายเดือนและรายปี และทำเลที่ตั้งที่สามารถตอบโต้กับคนทำงานได้

ในเรื่องการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ คาดหวังที่จะได้รับการบริการพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วน ดังนั้น การให้ความสำคัญในการตอบสนองผู้ใช้บริการหลายกลุ่มจึงต้องสร้างความสะดวกสบายเพื่อตอบโต้ได้ทุกรูปแบบ ทุกประเภทของลูกค้า การใส่ใจในความต้องการของผู้ใช้บริการคือหัวใจหลักที่ต้องทำให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มนี้กลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป โดยให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ครบครัน มีความสะดวกสบายในเรื่องการเดินทาง ห้องทำงานที่มีหลายรูปแบบให้เลือก และที่จอดรถเพียงพอกับการมาทำงานจริง ๆ พื้นที่ที่ใช้สอยต่าง ๆ ถือว่าครบและออกแบบได้เหมาะสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม และยังมีอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ให้เลือกใช้งานได้ตรงจุดประสงค์ได้

ทั้งนี้ ทาง Ko Kreate Space ก็มีปัญหาของการใช้บริการบางส่วนเนื่องจากผู้ใช้บริการบางรายมีการใช้เสียงที่ดังเกินไป รบกวนผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ ทางพนักงานก็มีการแนะนำการบริการห้องประชุมให้กับกลุ่มคนเหล่านั้น ในบางครั้งมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากทำให้สถานที่เกิดความ

อี้อัด สัญญาอินเทอร์เน็ทไม่เสถียร จึงกระทบกับผู้ใช้บริการทุกท่านได้ ทาง Ko Kreate Space ได้วางแผนการแก้ปัญหาเหล่านี้ไว้ด้วย อาทิเช่น ขอความร่วมมือกับผู้มาใช้บริการทุก ๆ ท่านให้ใช้เสียงที่ไม่ดังเกินไปเพื่อไม่ให้เกิดกวนผู้อื่น และถ้าในช่วงเวลานั้น ๆ มีผู้ใช้บริการมากเกินไปทาง Ko Kreate Space จะแนะนำช่วงเวลาอื่น ๆ หรือห้องประเภทอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้มาใช้บริการ และเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของผู้ใช้บริการมากเกินไปด้วย

4.2 Hubba Thailand

1) รายละเอียดของสถานที่และประวัติความเป็นมา

Hubba Thailand ถือเป็นสำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งแรกของประเทศไทยและได้ขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสถานที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 4 แห่ง ได้แก่

1) Hubba Thailand 2) Pah Creative Space 3) Cluster Office และ 4) ที่ห้างสรรพสินค้าสยามดิสคัฟเวอรี่ ในจังหวัดเชียงใหม่ 2 แห่ง คือ Pun Space ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 สาขา ได้แก่ สาขาถนนนิมมานเหมินท์ และสาขาประตูท่าแพ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1 แห่ง คือ Hubba Hua Hin และที่ประเทศลาว อีก 1 สาขา คือ Toh Lao

จุดเริ่มต้นของ Hubba Thailand เนื่องจากว่า ปี พ.ศ. 2554 ได้มีวิกฤตการณ์น้ำท่วมหนักเกิดขึ้น คุณอมฤต เจริญพันธ์ และคุณ ชาล เจริญพันธ์ จึงได้จุดประกายความคิดในเรื่องรูปแบบการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่ทำให้จำกัดความว่า สำนักงาน หมายถึง ที่ทำงานที่หนักก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นสถานที่เดิม ๆ หรือสำนักงานเดิม ๆ แต่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและพร้อมใช้งานเหมือนอยู่ในสำนักงานจริง ๆ คนกลุ่มนี้ได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงกำเนิดเป็นธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนี้ขึ้นมา

Hubba Thailand สาขาถนนเอกมัย ซอย 4 แห่งนี้เป็นบ้านเดี่ยว มีเนื้อที่ 170 ตารางวา และพื้นที่ใช้สอยประมาณ 200 ตารางเมตร ได้ถูกดัดแปลงและตกแต่งใหม่ให้เป็นรูปแบบสำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยเน้นความโปร่งสบาย ให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเหมือนอยู่บ้านตัวเอง สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ถึง 60 คน

“ตอนนั้นเราก็เหมือนคนส่วนใหญ่ที่ไปนั่งทำงานในร้านกาแฟ เราก็เลยค้นพบว่าร้านกาแฟมันก็ดีแหละ แต่สุดท้ายมันก็ถูกตีไซน์มาเพื่อนั่งทานกาแฟ เราก็เลยเล็งเห็นว่ามันมีความจำเป็นจริงหรือมันมีคนมานั่งทำงานในร้านกาแฟเต็มไปหมดเลย แต่เรารู้สึกว่าเค้าก็น่าจะลำบากเหมือนกับเรา เขาก็คงอยากทำอะไรที่ดีกว่านั้น แล้ว Choice ของเขาก็มีแต่ไปเปิดออฟฟิศของตัวเองหรือไม่ก็ไปหาสตูดิโอที่แต่งไว้เรียบร้อยแล้วที่เรียกว่า Serviced Office หรือว่าถ้ามีเพื่อนมาเปิดออฟฟิศร่วมกันก็โชคดีหน่อย บางทีเขาอาจกำลังต้องการคำปรึกษา ธุรกิจมีปัญหา มีไอเดียที่ต้องการพูดคุยกับคนรุ่นนี้แต่เขาไม่รู้จะปรึกษาใคร ก็เลยคิดว่ามันน่าจะมีความต้องการ การดูแลหรือ Service ต่าง ๆ

ที่มากกว่านั้น พอเห็น Co-working Space กำลังบูมใน South East Asia เราก็คิดว่าน่าจะลองเปิดดู” (อมฤต เจริญพันธ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 ธันวาคม 2557)

Hubba Thailand เปิดให้บริการครั้งแรกในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 เจาะกลุ่มลูกค้าประเภทผู้ประกอบการรายใหม่ หรือพวก SME ที่ต้องการความสะดวกสบาย ประหยัดค่าเช่า และอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ในระยะเริ่มต้น โดย Hubba Thailand แห่งนี้ได้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบวงจร อาทิเช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องโทรสาร อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีมุมหนังสือ มุมรับประทานอาหาร มุมพักผ่อน ยกเว้นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าต้องนำมาเอง ค่าบริการมีทั้งรายชั่วโมง รายวัน รายเดือน จนถึงรายปี ขึ้นอยู่กับแต่ละลักษณะการใช้งาน

ภาพที่ 4.10: แสดงภาพหน้าบ้านที่เปลี่ยนแปลงเป็นสำนักงานร่วมแบ่งปัน



ที่มา: ฮับบ้า (Hubba) ที่สุดฮิปแห่งใหม่ของคนเมืองนั่งได้ทั้งวัน. (2556). สืบค้นจาก

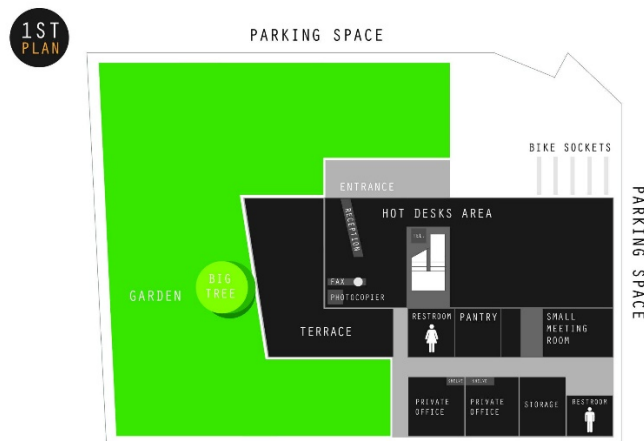
<https://www.chillpainai.com/scoop/711>.

2) การจัดการเรื่องพื้นที่

Hubba Thailand ได้มีการจัดการเรื่องพื้นที่โดยได้แบ่งแต่ละโซนการทำงานไว้อย่างชัดเจน ทั้งโซนสันทนการด้านนอก (ในสวน) โซนทำงานส่วนตัว โซนห้องประชุมจะมีทั้งแบบห้องประชุมใหญ่

ทั้งแบบห้องส่วนตัวและแบบส่วนรวม โชนเตรียมอาหาร ห้องน้ำ และลานจอดรถ

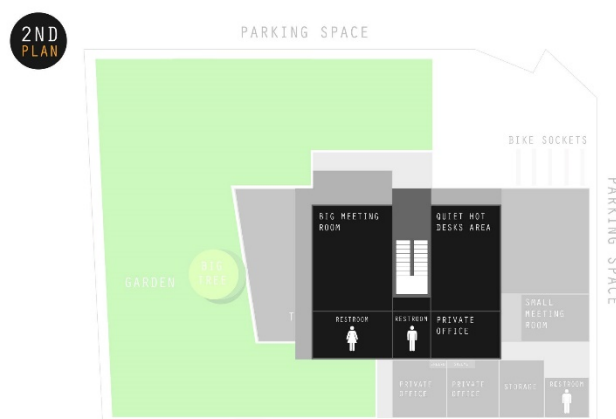
ภาพที่ 4.11: ภาพแผนผังการทำงาน ชั้นที่ 1 ของ Hubba สาขาเอ็กมัย



ที่มา: HUBBA Thailand. (2560). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/hubbathailand/>.

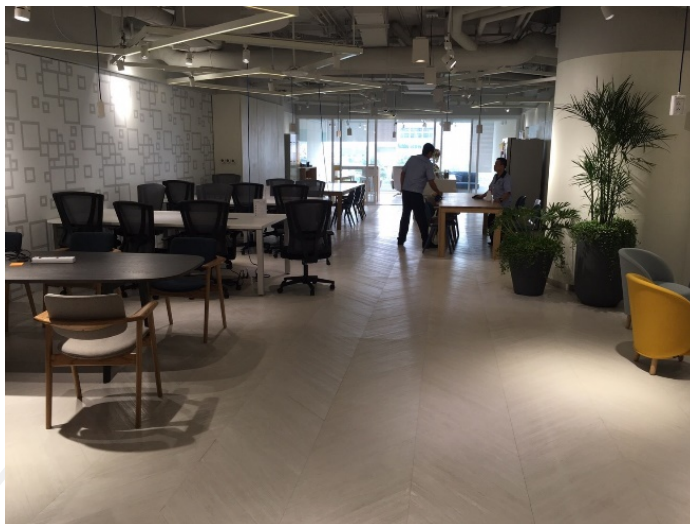
ภาพที่ 4.12:

ภาพแผนผังการทำงาน ชั้นที่ 2 ของ Hubba สาขาเอ็กมัย



ที่มา: HUBBA Thailand. (2560). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/hubbathailand/>.

ภาพที่ 4.13: แสดงลักษณะห้องประชุมแบบส่วนรวม



ภาพที่ 4.14: แสดงลักษณะห้องประชุมแบบส่วนตัว



3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ

Hubba Thailand มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการ ดังนี้

- ห้องประชุม มีทั้งแบบส่วนตัวและแบบส่วนรวม
- มีพื้นที่พักผ่อน หนังสือสารานุกรมให้อ่าน มีเก้าอี้โฟม (BeanBag) ไว้คอยบริการ

- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
- เครื่องดื่มประเภท ชา กาแฟ และของว่างทานเล่น ให้บริการฟรี
- ห้องครัวที่มี ไมโครเวฟ และตู้เย็น ไว้คอยบริการ

4) สรุปรายจากการสัมภาษณ์ของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน Hubba Thailand

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ได้มองถึงวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง Hubba Thailand นั้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีการสื่อสารอย่างเป็นกันเองกับผู้ให้บริการตั้งแต่การเข้ามาใช้บริการครั้งแรกจนกระทั่งผู้มาใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และกลายมาเป็นลูกค้าประจำของ Hubba Thailand โดยสำหรับผู้มาใช้บริการครั้งแรกนั้นจะมีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกและแนะนำสถานที่โดยรอบ เพื่ออธิบายเกี่ยวกับความเป็นมาและรายละเอียดของพื้นที่ทำงานแต่ละประเภท รวมทั้งให้ข้อมูลที่สำคัญและคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้งานแก่ผู้ให้บริการ

นอกจากนี้ Hubba Thailand ยังมีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้ให้บริการด้วยการจัดกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ให้บริการได้มีโอกาสมาใช้เวลาพบปะสังสรรค์ร่วมกันมากขึ้น โดยมีจุดประสงค์ให้ผู้ให้บริการได้ทำความรู้จักกัน เพื่อให้เกิดความสนิทสนมคุ้นเคยกับสมาชิกคนอื่น ๆ ที่มาใช้บริการ รวมทั้งทีมงานในองค์กร เช่น กิจกรรม Power Lunch ซึ่งมีการเชิญชวนให้ผู้ให้บริการร่วมรับประทานอาหารกลางวันด้วยกันในทุกสัปดาห์ การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในวันว่างร่วมกัน เป็นต้น ทำให้องค์กรมีช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้ให้บริการได้มากขึ้นและยังช่วยทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการกับองค์กรในระยะยาวด้วย เช่นกัน

ผู้ให้บริการรู้สึกประทับใจ Hubba Thailand จากการปฏิบัติต่อผู้มาใช้บริการในฐานะเพื่อนที่อยู่เคียงข้างและเป็นแรงผลักดันสำคัญให้ธุรกิจของผู้ให้บริการประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่นอกเหนือไปจากการเป็นผู้ให้บริการพื้นที่ทำงานเพียงอย่างเดียว โดยสำนักงานร่วมแบ่งปันนี้พยายามทำให้ผู้ให้บริการมอบความไว้วางใจให้องค์กรเป็นที่ปรึกษาในการประกอบธุรกิจ ซึ่งองค์กรมีทีมงานที่มีความสามารถและพร้อมรับฟังปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานของผู้ให้บริการ เพื่อให้คำแนะนำหรือช่วยหาทางแก้ไขให้แก่ผู้ให้บริการอย่างจริงจัง

การแบ่งพื้นที่การใช้งานของ Hubba Thailand ถือว่าแบ่งได้อย่างลงตัวและเป็นสัดส่วน มีการแบ่งในแต่ละส่วนอย่างชัดเจน อาทิเช่น โซนทำงานที่เป็นโต๊ะส่วนตัว จะถูกแยกออกจากบริเวณโซนโต๊ะแบบไม่เจาะจงเพื่อป้องกันการเกิดเสียงดังรบกวนการทำงานของคนที่ใช้ในการประชุมงานกัน ทำให้ผู้ที่เข้าโต๊ะส่วนตัว มีสมาธิในการทำงานมากขึ้น ห้องประชุมต่าง ๆ ก็ทำไว้หลายขนาดเพื่อรองรับการประชุมทั้งจากคนกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็ก และในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อทำกิจกรรมก็เหมาะสมกับทุกคน ทั้งนี้จากการที่ Hubba Thailand เป็นสำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว

2 ชั้นที่ถูกสร้างขึ้นเป็นระยะเวลาสั้นและสภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยสวนหย่อมจึงทำให้มีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสถานที่ให้สวยงาม พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และยังมีข้อจำกัดในการต่อเติมพื้นที่ซึ่งทำได้ยาก เนื่องจากสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่พักอาศัยซึ่งมีการแบ่งเขตพื้นที่จำกัดจึงส่งผลกระทบต่อพื้นที่ใช้สอยอื่น ๆ ที่มีไม่เพียงพอ เช่น พื้นที่จอดรถ ไม่สามารถรองรับผู้มาใช้บริการเพิ่มในอนาคตได้

ปัญหาอื่น ๆ ที่สามารถพบได้ เช่น ผู้มาใช้บริการมีความหลากหลายเชื้อชาติและสาขาอาชีพที่แตกต่างกันมาใช้สถานที่ร่วมกันจึงอาจเกิดความต้องการมาใช้บริการในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังมีความแตกต่างในเรื่องของวัฒนธรรมของผู้ใช้บริการของชาติอื่น ๆ ที่อาจจะทำให้เข้าใจผิดกันได้ ดังนั้น Hubba Thailand ได้เตรียมหาวิธีป้องกัน และแก้ไขปัญหที่อาจจะเกิดขึ้นได้โดยการให้พนักงานเตรียมความพร้อมเรื่องภาษาในการสื่อสาร เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลที่ช่วยเหลือผู้มาใช้บริการได้อย่างตรงวัตถุประสงค์ และมีทักษะการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ พนักงานจะไม่ละเลยข้อเรียกร้องหรือคำแนะนำ ดิชมจากผู้ใช้บริการ ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการได้

กลยุทธ์การบริหารธุรกิจบริการของ Hubba

กลยุทธ์หลักที่ผู้ก่อตั้ง Hubba ให้ความสำคัญและนำมาใช้ในการบริหารประสบการณ์ลูกค้า อันดับแรกคือ การสร้างสังคมของผู้ประกอบการเริ่มต้น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยสนับสนุนให้ผู้มาใช้บริการทำความรู้จัก สนับสนุน รวมถึงแบ่งปันความคิดเห็นหรือมุมมองที่แตกต่างกัน เพื่อให้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ภายใต้แนวคิดในการแบ่งทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดสังคมน้อย ๆ จะเหมาะกับผู้ที่ต้องการพื้นที่ในการทำงานและแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น โดยเฉพาะ โดยมีการสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้ให้บริการในแง่ของการเป็นสังคมของการทำงานอย่างสอดคล้องกันทั้งในด้านลักษณะทางกายภาพและประสบการณ์ของผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ เนื่องจากสถานที่แห่งนี้มีลักษณะเหมือนเป็นบ้านซึ่งจะแตกต่างจากออฟฟิศทั่วไปที่เป็นตึกสูง ๆ แบ่งเขตทำงานชัดเจน จึงทำให้คนที่ทำงานในสถานที่เหล่านั้นไม่มีปฏิสัมพันธ์กันเท่าที่ควร

สำหรับประสบการณ์จากผู้มาใช้บริการ Hubba มีการสร้างประสบการณ์ผ่านบรรยากาศโดยรวมที่ทำให้ผู้บริการรู้สึกผ่อนคลายในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้มีการมีปฏิสัมพันธ์กันกับผู้บริการ และสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นครอบครัวเดียวกัน ซึ่งการจัดสรรพื้นที่ไว้หลายประเภทที่ส่งเสริมให้เกิดการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มของผู้ใช้บริการ ทั้งพื้นที่ทำงานส่วนบุคคล ห้องทำงานแบบกลุ่มเล็ก ๆ โต๊ะทำงานแบบไม่มีการแยกโต๊ะออกจากกัน รวมถึงห้องประชุมทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ จึงไม่มีบรรยากาศการทำงานแบบต่างคนต่างทำ ผู้มาใช้บริการสามารถหยิบยื่นความช่วยเหลือแลกเปลี่ยนความรู้ แนวคิดด้วยกันได้ ซึ่งเปรียบเสมือนสังคม หรือแหล่งพบปะของผู้ประกอบการ และเปิดโอกาสให้ผู้มาใช้บริการเหล่านั้นได้พบปะนักลงทุนหรือผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่สังคมนการทำงานที่กว้างขึ้น การต่อยอดทางความคิด รวมทั้งช่องทางการขยายธุรกิจด้วย

ประเภทสำนักงานร่วมแบ่งปันแบบประเภท Small Function

4.3 Wolf Work Co-working Space

1) รายละเอียดของสถานที่และประวัติความเป็นมา

เนื่องด้วยลักษณะการใช้ชีวิตและการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ได้ยึดติดกับการทำงานในที่เดิม ๆ ทั้งยังสามารถหาสังคมใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา

นิยามของ Wolf Work Co-working Space แห่งนี้คือ “Sense of Community” ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับ BTS สถานีสุรศักดิ์ ที่อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ เช่น ถนนสีลม และถนนสาร สามารถเดินทางมาได้สะดวก เจ้าของธุรกิจนี้คือ คุณเจียวและคุณนิค ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำโฆษณา ได้มองเห็นความสำคัญของ Co-working Space จึงได้ ดัดแปลง อาคารพาณิชย์เก่า 5 ชั้น ของครอบครัวมาเป็น Co-working Space อย่างเต็มตัว ลูกค้ำหลักของสำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนี้ จะเป็นชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่มาจากทุกแห่งทั่วทุกมุมโลกทั้งยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย เป็นต้น

2) การจัดการเรื่องพื้นที่

พื้นที่การใช้สอยของ Wolf Work มีให้บริการทั้งห้องประชุม พื้นที่ทำงาน ที่ยังสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นพื้นที่รองรับการจัดงานสัมมนาได้หลากหลายรูปแบบ และอุปกรณ์สำนักงานที่ครบครัน อีกทั้งยังมีบริการอาหารว่างและกาแฟให้กับผู้มาใช้บริการอีกด้วย

ภาพที่ 4.15: ตึกอาคารพาณิชย์ 5 ชั้น ของ Wolf Work Co-working Space



ชั้นที่ 1 มีบริเวณคอยให้ข้อมูลแก่ผู้มาใช้บริการ ถัดมาด้านในจะเป็นโซนพักผ่อนที่สามารถนั่งเล่นพูดคุยกันได้ และบริเวณที่รับประทานอาหารร่วมกัน ซึ่งมีอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าครบครันไว้คอยบริการ เช่น ตู้เย็น ไมโครเวฟ โต๊ะ เก้าอี้

ภาพที่ 4.16: แสดงพื้นที่บริการที่ใช้รับประทานอาหารร่วมกัน บริเวณชั้น 1



ภาพที่ 4.17: แสดงบริเวณนั่งพูดคุยหรือรับประทานอาหาร บริเวณชั้น 1

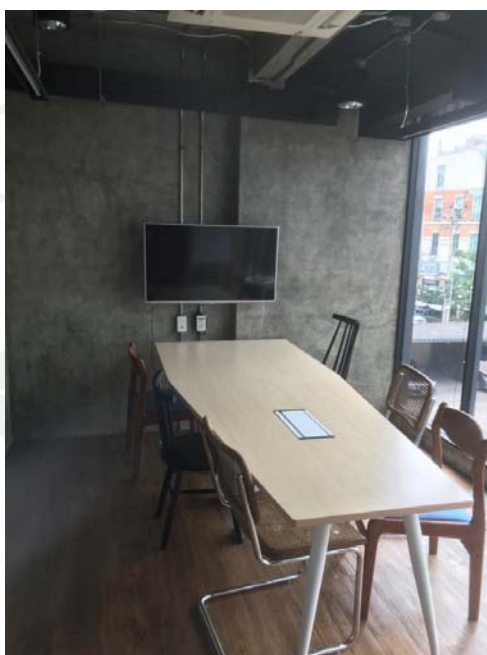


ที่มา: *Co-Working Space Wolf Co-Working Space*. (2560). สืบค้นจาก

https://www.forfur.com/media/idea/5941/5941_1471934726428461917.

ขั้นที่ 2 ออกแบบไว้สำหรับเพื่อการประชุมหรือสัมมนา และทำ Workshop ต่าง ๆ โดยเน้นเรื่องของ Creativity และความเป็น Communications เป็นหลัก สามารถรองรับได้ถึง 60 คน พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการนำเสนองานได้ เช่น เครื่องเสียง จอภาพ โปรเจคเตอร์ และกระดานไวท์บอร์ด เป็นต้น

ภาพที่ 4.18: แสดงภาพบริเวณที่นั่งประชุมกัน โดยแบ่งเป็นสัดส่วนในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน



บริเวณชั้น 2 เช่นเดียวกัน ในจุดใกล้เคียงได้จัดพื้นที่ที่เรียกว่า Disruptive Area ไว้โดยได้เลือกเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถผสมผสานกับความเป็นลอฟท์ได้อย่างลงตัว และยังสามารถสร้างกลิ่นอายของความเป็นชนเผ่าได้อย่างลงตัว ทำให้ผู้มาใช้บริการมีความรู้สึกผ่อนคลายจากความเมื่อยล้า โดยได้มีการพูดคุย สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดกับคนอื่น ๆ หรือจะนั่งอ่านหนังสือก็ได้

ภาพที่ 4.19: แสดงบริเวณพักผ่อนในอีกมุมหนึ่งของชั้น 2



หรือผู้ที่ต้องการการประชุมแบบส่วนตัว ทาง Wolf Work แห่งนี้ก็ได้มีห้องประชุมแบบ Cave Room ไว้คอยบริการด้วย สามารถรองรับได้ประมาณ 8-10 คน ภายในห้องจะมีอุปกรณ์ไว้คอยบริการ เช่น ทีวี 50 นิ้ว และไวท์บอร์ดที่แปลงมาจากฝาผนังปูนเปลือย ซึ่งสามารถเขียนและลบได้ ทำให้มีความรู้สึกเหมือนอยู่ในถ้ำจริง ๆ

ภาพที่ 4.20: แสดงในส่วนของห้องประชุมแบบส่วนตัวในบริเวณชั้น 2

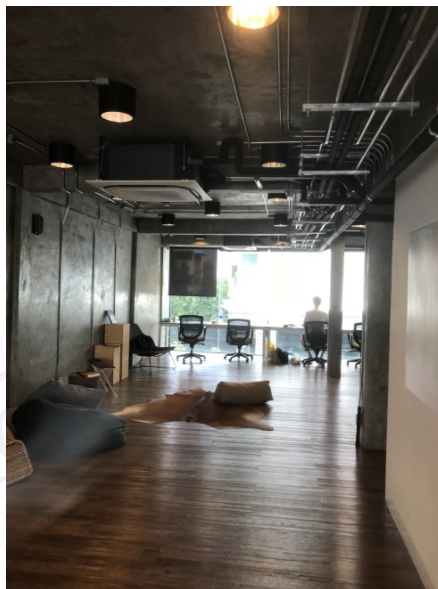


ภาพที่ 4.21: แสดงห้องประชุมแบบส่วนตัวในบริเวณชั้น 2

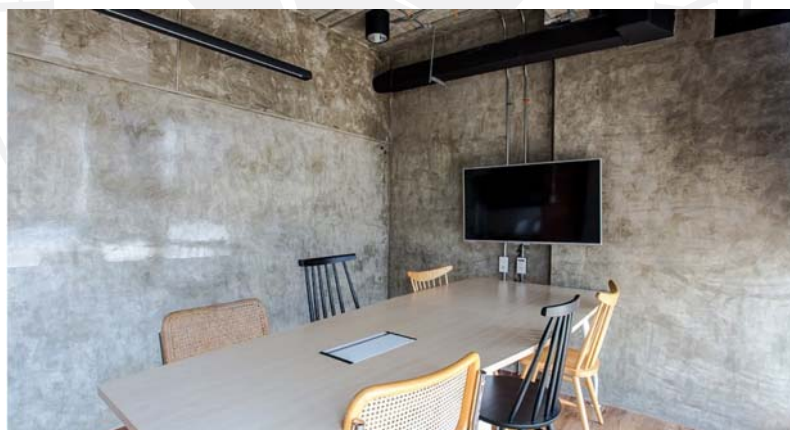


ชั้น 3 เป็นพื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง ให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกสบาย ไม่อึดอัด มีการจัดวางโต๊ะแบบ โต๊ะยาวประมาณ 2.4 เมตร ติดกระจกใสบานใหญ่ที่สามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ เห็นสระว่ายน้ำของ Service Apartment บริเวณนั้นใช้เป็นจุดพักสายตาจากความเมื่อยล้า และยังได้แสงธรรมชาติมาช่วย โดยไม่จำเป็นต้องใช้แสงจากหลอดไฟเลย เหมาะแก่การทำงานคู่กัน พร้อมทั้งเฟอร์นิเจอร์ทันสมัย ทำให้มีความรู้สึกถึงการมีชีวิต อีกทั้งยังมีงานแสดงศิลปะที่สวยงามไว้บนผนัง เพื่อสร้างความงดงามให้พื้นที่โดยรอบ และยังมีห้องประชุมแบบ Camp Room ที่รองรับได้ 6 คน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น Internet TV และบอร์ดผนัง ไว้คอยบริการด้วย

ภาพที่ 4.22: แสดงพื้นที่บริเวณชั้น 3 แบบเปิดโล่ง



ภาพที่ 4.23: แสดงห้องประชุมแบบ Camp Room



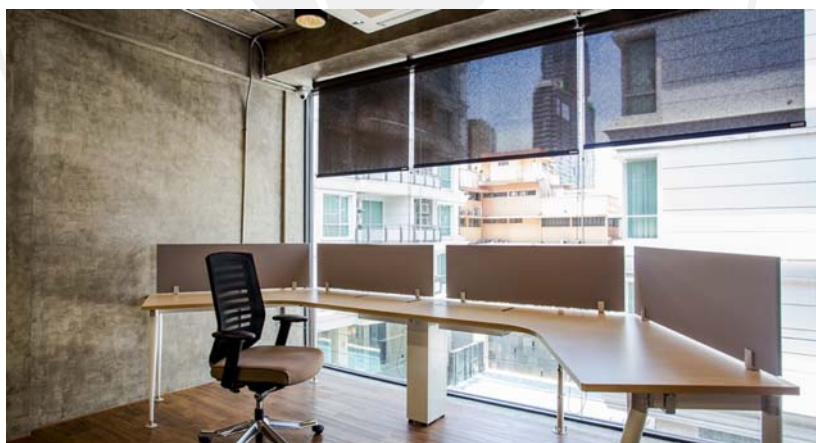
ที่มา: *Co-Working Space Wolf Co-Working Space*. (2560). สืบค้นจาก
https://www.forfur.com/media/idea/5941/5941_1471934726428461917.

ชั้นที่ 4 เป็นพื้นที่เหมาะสำหรับการทำงานเป็นกลุ่ม เพราะมีโต๊ะแบบ Workstation เพื่อให้สามารถทำงาน 2-3 หน้าจอพร้อมกันได้ และโต๊ะทำงานก็ได้ออกแบบในลักษณะตัว Y จากทรงของโต๊ะ ส่วนบรรยากาศในชั้นนี้ยังคงความโปร่งสบายไว้ ด้วยการออกแบบให้มีกระจกทั้งด้านหน้า ด้านหลังตึกเพื่อรับแสงแดดได้ทั้ง 2 ฝั่ง

ภาพที่ 4.24: บริเวณชั้น 4 ที่มีการออกแบบด้านหน้าของตึกด้วยกระจกเพื่อรับแสงธรรมชาติ



ภาพที่ 4.25: โต๊ะแบบ Workstation ที่สามารถมองหลายๆจอพร้อมกันได้



ที่มา: *Co-Working Space Wolf Co-Working Space*. (2560). สืบค้นจาก
https://www.forfur.com/media/idea/5941/5941_1471934726428461917.

ชั้นที่ 5 อดีตเป็นชั้นคาดฟ้าแต่ถูกดัดแปลงมาเป็นสถานที่ทำงานจึงมีพื้นที่เพดานที่สูงมากถึง 3 เมตร จึงทำให้มีความรู้สึกโปร่ง โล่ง สบาย และเฟอร์นิเจอร์ก็ยังคงเน้นเรื่องความคล่องตัวในการทำงาน ที่เป็นรูปทรง Y เช่นกัน ส่วนด้านหน้าพื้นที่ระเบียงได้ถูกออกแบบมาไว้เพื่อนั่งเล่น รับประทานอาหาร และ

แสงแดดอ่อน ๆ จากธรรมชาติ เพื่อความสดชื่น ร่มรื่น สบายตาด้วยต้นไม้สีเขียวในรูปทรงที่แตกต่าง
กัน

ภาพที่ 4.26: แสดงบริเวณชั้น 5 ทางขึ้นดาดฟ้า



ภาพที่ 4.27: แสดงมุมความสูงของเพดานที่มีความกว้าง สูง โปร่ง



3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ

- โซนบริการให้ข้อมูลลูกค้าและรับประทานอาหาร
- โซนห้องประชุม
- โซนห้องพักผ่อน

4) สรุปสัมภาษณ์ของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน Wolf Work

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญกับบรรยากาศในสำนักงานมาก

นอกจากการแบ่งสัดส่วนที่ชัดเจนแล้วยังคำนึงถึงความแออัดด้วย เนื่องจาก Wolf Work มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ที่มีพื้นที่จำกัด ซึ่งอาจจะเกิดเสียงดังรบกวนคนอื่นได้ง่าย การออกแบบโดยใช้สีในการตกแต่งถือว่าให้ความรู้สึกโล่ง โปร่ง เพราะเป็นการตกแต่งสไตล์โมเดิร์นซึ่งทำให้อุณหภูมิสบายตาและอยากทำงาน

ในเรื่องการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ ผู้ใช้บริการคาดหวังอยากให้แบ่งเป็นทั้งพื้นที่ที่สามารถส่งเสียงดังได้และพื้นที่ที่ห้ามส่งเสียงดัง เพราะเนื่องจากในบางครั้งมีการทำงานกลุ่มหรือประชุมจึงจำเป็นต้องใช้เสียงในการปรึกษาหารือกัน นอกจากนี้อาจจะเพิ่มมุมที่ไว้พักผ่อนเข้าไปด้วยเพื่อผ่อนคลายความเมื่อยล้าจากการนั่งทำงานเป็นเวลานาน ในเรื่องของห้องประชุมผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญมากนักเนื่องจากสามารถใช้โต๊ะขนาดยาวในการประชุมงานได้

ทั้งนี้ สำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นสถานที่ที่หลายคนหลายอาชีพมาทำงานร่วมกันในที่ที่เดียว ดังนั้นอุปกรณ์อำนวยความสะดวก อาทิเช่น อินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นอย่างมาก จะต้องมีความเสถียรเพื่อรองรับการใช้งานจากหลาย ๆ คน ปริมาณปลั๊กสามตาต้องเพียงพอกับการจ่ายไฟให้กับแล็ปท็อปที่ลูกค้านำมาใช้ทำงาน กระดานไวท์บอร์ดในการอธิบายงาน เครื่องปริ้นเตอร์ในการพิมพ์งาน และอยากให้มีการจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนเล็ก ๆ น้อย ๆ ในกรณีที่ลูกค้าลืมนำมาจะได้สามารถซื้อและใช้งานได้เลย และอยากให้มีการอนุญาตนำอาหารจากภายนอกเข้ามาทานในร้านได้เลยเพื่อความสะดวกสบายในการทำงาน

ในด้านพนักงานให้บริการ ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าพนักงานมีการบริการที่ดี มีคำแนะนำในกรณีที่มาใช้บริการครั้งแรก และแนะนำการใช้ห้องต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้า แต่พนักงานไม่ควรที่จะเข้ามาสอบถามถึงการบริการบ่อยเกินไปเนื่องจากในบางครั้งประชุมงานอยู่จึงทำให้เสียสมาธิไป และพนักงานควรดูแลเรื่องความสะอาดบ่อย ๆ เพราะมีการหมุนเวียนการใช้พื้นที่นั้น ๆ อยู่ตลอดเวลา

4.4 Launchpad

1) รายละเอียดของสถานที่และประวัติความเป็นมา

เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีแนวคิดอิสระและมีเป้าหมายอย่างชัดเจนจึงต้องการทำงานในลักษณะรูปแบบที่ไม่ได้เป็นการบังคับมากเกินไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงานในสถานที่เดิม ๆ ซ้ำ ๆ Launchpad จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับคนรุ่นใหม่ในการทำงาน คุณวินเซนต์ เศรษฐีวรรณ เป็นผู้สร้างแนวคิดนี้ในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่เป็นสำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนี้ แต่ก่อนทางทีมงานคุณวินเซนต์ มีเพียง 4 คน การถือโน้ตบุ๊กไปประชุมงานที่ต่าง ๆ จึงไม่เป็นอุปสรรคอะไร แต่เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ทีมงานมากขึ้น จึงควรที่จะมีออฟฟิศเป็นหลักแหล่งและเอื้อต่อการทำงานได้ทุกเวลา

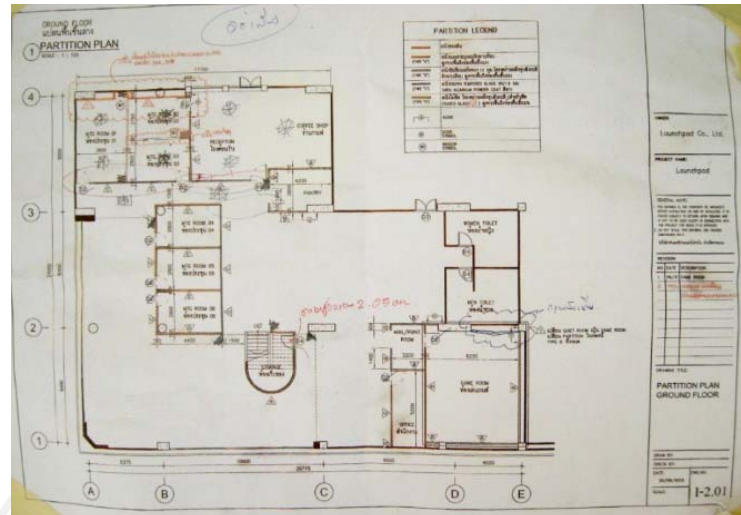
คอนเซ็ปของ Launchpad คือ “ห้องนั่งเล่นที่ทำงานได้” จึงได้เกิดเป็นสำนักงานร่วมแบ่งปันขึ้นที่ อาคารเศรษฐีวรรณ ถนนสีลม ซึ่งเป็นอาคารของครอบครัว โดยผู้เช่าคนเดิมได้หมดสัญญาจึงไม่ยอมเสียพื้นที่ตรงนี้โดยเปล่าประโยชน์ โดย Launchpad นี้จะต้องเป็นที่ ที่ดีที่สุด มาทำงานแล้วสบายใจ ไม่อึดอัด สามารถเข้ามาทำงานได้ตลอดเวลา ทุกเรื่องทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

สิ่งที่ Launchpad มีให้บริการ อาทิเช่น ล็อกเกอร์เก็บของ พื้นที่ส่วนตัว คนทำความสะอาด ห้องอาหารเล็ก ๆ ตู้แช่ ไมโครเวฟ ที่ล้างจาน ที่พักผ่อน ห้องเล่นเกม ห้องเงียบ คนช่วยดูแล พนักงานต้อนรับ 2 คน คนส่งของ โต๊ะทำงานดีไซน์มาเพื่อการทำงานอย่างเต็มที่ ไฟที่ให้แสงสว่างอย่างเต็มที่ เครื่องปรับอากาศ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

2) การจัดการเรื่องพื้นที่

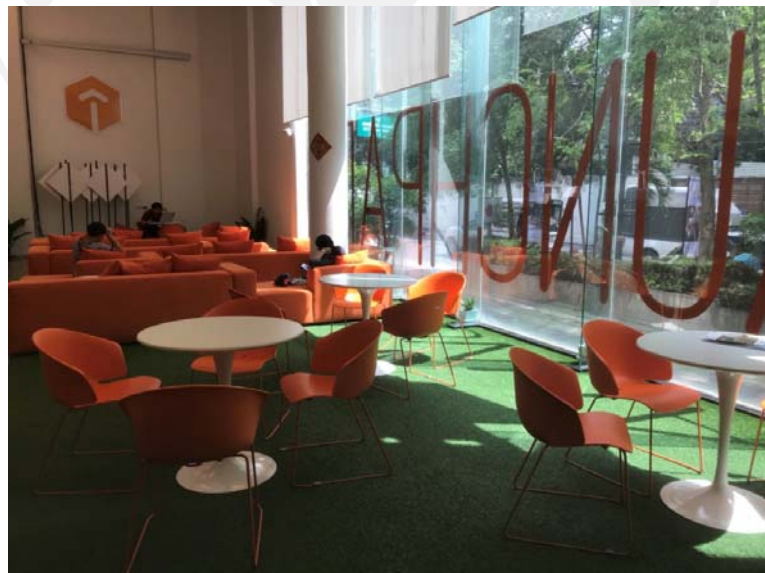
Launchpad ตั้งอยู่ในตึกเศรษฐีวรรณ มีพื้นที่ใช้สอยอยู่ 880 ตารางเมตร มีโต๊ะทำงานไว้คอยบริการมากกว่า 100 โต๊ะ และได้แบ่งเป็นสัดส่วนต่าง ๆ ได้อย่างลงตัว ใช้โทนสีขาวเป็นสีหลักในการตกแต่งและใช้เฟอร์นิเจอร์สีส้มเนื่องจากเป็นสี Creative Active เพื่อให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน เหมาะกับการทำงานแบบ Professional พร้อมกับความ Creative และมีพื้นที่สีเขียวเพื่อให้รู้สึกร่มรื่น และในปัจจุบัน Launchpad ได้ขยายพื้นที่ให้บริการออฟฟิศให้เช่าที่ชั้น 11 อาคารเศรษฐีวรรณ มีพื้นที่ประมาณ 770 ตารางเมตร ในลักษณะห้องทำงานแบบส่วนตัวรองรับคนได้ 4-20 คนต่อห้อง จำนวนทั้งหมด 15 ห้อง และมี 3 ขนาดให้เลือก (ไซต์เล็ก, กลาง, ใหญ่)

ภาพที่ 4.28: แสดงแปลนของ Launchpad



จากภาพที่ 4.28 จะเห็นได้ว่าการจัดแผนผังไว้เป็นสัดส่วนและสามารถตอบโจทย์การใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ภาพที่ 4.29: แสดงบริเวณชั้น 1 ของ Launchpad



ภาพที่ 4.30: แสดงการจัดสัดส่วนในแต่ละประเภทการใช้งานได้อย่างลงตัว



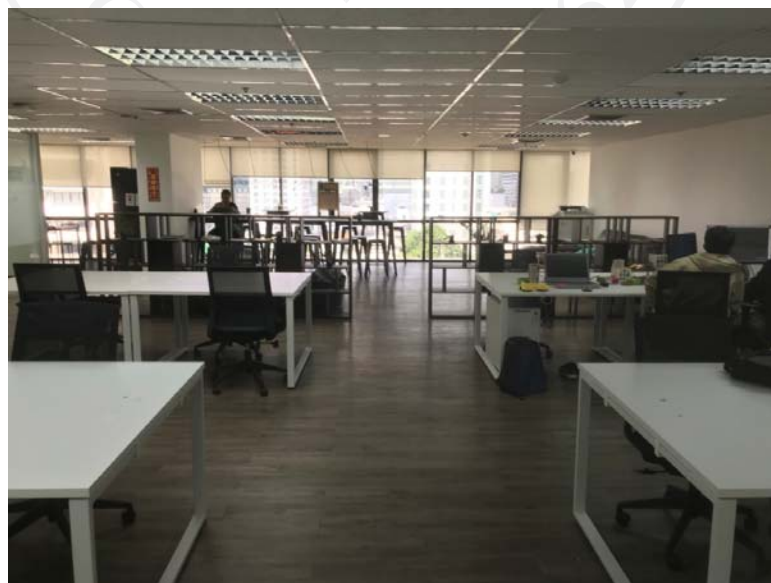
ภาพที่ 4.31: แสดงโต๊ะทำงานแบบเจาะจงที่เป็นการเช่าแบบรายเดือน



ภาพที่ 4.32: แสดงโต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง สามารถนั่งทำงานร่วมกันได้



ภาพที่ 4.33: แสดงพื้นที่ส่วนตัวในกรณีที่ต้องการสมาธิในการทำงาน



ภาพที่ 4.34: สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีบริการของ Launchpad



3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ

Launchpad มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ ดังนี้

- โต๊ะทำงานแบบเจาะจง
- โต๊ะทำงานแบบไม่เจาะจง
- ห้องประชุม
- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
- ห้องครัว
- พนักงานบริการในด้านต่าง ๆ

4) สรุปสัมภาษณ์ของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ชอบมาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad เนื่องจากการตกแต่งที่มีโทนสีเขียวจากหญ้าเทียมและสีส้มจากเก้าอี้ที่ช่วยให้ความรู้สึกสนุกสนาน สบาย ผ่อนคลายสายตาจากการจ้องมองคอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน และด้วยการตกแต่งที่เน้นกระจกใสเป็นจำนวนมากจึงได้รับแสงแดดเพียงพอต่อการทำงาน การตกแต่งในภาพรวมถือว่าดีมาก มีคุณภาพจากการที่ สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนี้มีจุดขายคือจุดนัดพบของกลุ่มกราฟิกดีไซเนอร์และคนที่มีไลฟ์สไตล์ดิจิทัล ซึ่งคนรุ่นใหม่ที่ชอบทำงานในสถานที่สวย ๆ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

การจัดสรรพื้นที่ ที่มีบริการ 2 ชั้น โดยชั้นที่ 2 จะแบ่งให้เช่าเป็นออฟฟิศรายเดือน ส่วนชั้นที่ 1 ให้บริการรายวันหรือรายชั่วโมง มีการแบ่งโซนได้อย่างชัดเจนทั้งส่วนที่ไว้ใช้ในการประชุม

เป็นกลุ่ม หรือแยกทำงานคนเดียว และมีการให้บริการอื่น ๆ เช่น โชนที่ทำกิจกรรมที่สามารถจุคนได้ถึง 100 คน มีที่เก็บของ (ล็อกเกอร์) อีกด้วย

จากมุมมองของผู้ถูกสัมภาษณ์มองว่า สำนักงานร่วมแบ่งปันยังไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ทุกกลุ่ม แต่สิ่งที่จะพัฒนาต่อจะแตกพัฒนาออกเป็นรูปแบบอื่น ๆ อีกในอนาคต ในปัจจุบันตอบโจทย์ได้เฉพาะพื้นฐานแต่ละแห่งก็มีจุดขายของตัวเอง กลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความเข้าถึงคนละแบบ สถานที่ตั้ง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายก็จะส่งผลให้คนอยากเข้ามาใช้บริการและอยู่ในพื้นที่ที่สะดวกที่จะเดินทางมาถึงได้ไม่ยาก ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่จะต้องมียู่แล้ว บริการสิ่งพิมพ์พื้นฐานก็ต้องมี ส่วนอาหารและเครื่องดื่มไม่จำเป็นจะต้องมีขายเป็นหลัก และบริการเป็นชั่วโมงก็ตอบโจทย์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป Ko Create Space และ Hubba Thailand เป็นกรณีศึกษาของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร แบบประเภท Full Function ส่วน Wolf Work Co-working Space และ Launchpad เป็นกรณีศึกษาของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร แบบประเภท Small Function พบว่า แต่ละสถานที่จะมีคอนเซ็ปต์ของตัวเองในการให้บริการ ลูกค้าที่มาใช้บริการก็จะมีอาชีพแตกต่างกันไป โดยความตั้งใจของสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ ดังนั้นการตกแต่งแต่ละแบบจะให้อารมณ์ ความรู้สึกแตกต่างกัน การจัดสรรพื้นที่เพื่อให้ตอบสนองต่อการทำงานของผู้มาใช้บริการแต่ละกลุ่มจึงสำคัญมาก เพราะถ้าพื้นที่การทำงานไม่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำงานได้ ลูกค้าท่านนั้นก็ไม่น่าจะกลับมาใช้บริการอีก

สำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นธุรกิจใหม่สำหรับตลาดไทยจะต้องมีการปรับตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน อาจจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ แต่ไม่ครบทุกความต้องการ ผู้ใช้บริการจะต้องปรับตัวเช่นกัน โดยจะใช้การสร้าง Community เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า จุดเด่นเน้นแสงธรรมชาติ เพื่อส่งผลให้การทำงานเกิดสมาธิ ซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นหลักจะเป็นกลุ่มคนเข้านั่งทำงาน นักศึกษาและ Freelance จะมาหาความรู้เพิ่มเติมหรือมาหาเครือข่าย โดยที่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมียูทิลิตี้หรืออาหารเป็นหลัก หากมีการคิดค่าใช้บริการรายชั่วโมง จะไม่ถึงกับขยายฐานกลุ่มลูกค้า แต่เป็นการช่วยส่งเสริมการตลาด และการเข้าถึงและการเดินทางที่สะดวกสบายมีผลการเข้าใช้บริการ

สรุปผลของกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์จากการสอบถามถึงการเป็นลูกค้าประจำของสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ ซึ่งใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนั้นเป็นประจำ และผู้ถูกสัมภาษณ์ยินดีที่จะให้ข้อมูล การเลือกผู้ถูกสัมภาษณ์จากการสังเกตเป็นการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) โดยการเก็บข้อมูลตามระยะเวลาที่กำหนด

ตารางที่ 4.1: แสดงรายละเอียดการเก็บข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์

ผู้สัมภาษณ์	สถานที่	สัมภาษณ์	สังเกตการณ์	เขียนแบบสอบถาม
Int-1	Hubba Thailand	/	/	
Int-2	Hubba Thailand	/	/	/
Int-3	Hubba Thailand	/	/	
Int-4	Ko Kreate Space	/	/	/
Int-5	Ko Kreate Space	/	/	
Int-6	Ko Kreate Space	/	/	
Int-7	Wolf work	/	/	/
Int-8	Wolf work	/	/	
Int-9	Launchpad	/	/	/
Int-10	Launchpad	/	/	

หมายเหตุ: / แทนสัญลักษณ์ ไข

ตารางที่ 4.2: แสดงคุณลักษณะของข้อมูล

ผู้สัมภาษณ์	นามแฝง	เพศ	อาชีพ	ระดับการศึกษา
Int-1	พีค	ชาย	ให้เช่า Franchise	สูงกว่า ป.ตรี
Int-2	นนท์	ชาย	Regional Retail Manager	ป.ตรี
Int-3	รตี	หญิง	Graphic Designer	ป.ตรี
Int-4	แมน	ชาย	Marketing Manager	ป.ตรี
Int-5	เอ็กซ์	ชาย	Freelance	ป.ตรี
Int-6	วิกกี	หญิง	ขายเสื้อผ้า Online	สูงกว่า ป.ตรี
Int-7	บอล	ชาย	พนักงานบริษัท Global	ป.ตรี
Int-8	อู๋ม	หญิง	Digital Marketing	สูงกว่า ป.ตรี
Int-9	ฝน	หญิง	Graphic Designer	ป.ตรี
Int-10	ตัน	ชาย	Freelance	ป.ตรี

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 10 คน จากพื้นที่บริการร่วม 4 แห่ง ผู้วิจัยนำผลจากการให้ข้อมูลที่ซ้ำกันของผู้ถูกสัมภาษณ์มากที่สุดมาสรุปผลได้ดังนี้

1) คำถามด้าน พื้นที่ทำกิจกรรม ผลจากการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการพื้นที่ทำกิจกรรมร่วมกัน เนื่องจากต้องการสร้างความสัมพันธ์หรือรู้จักกันกิจกรรมจึงสำคัญมากในการเชื่อมความคุ้นเคยกันระหว่างผู้ใช้บริการเดิมและผู้ใช้บริการรายใหม่

ข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์

“โดยส่วนตัวชอบสถานที่แห่งนี้มาก โดยเฉพาะเรื่องการตกแต่งจะออกแนวปูนเปลือย ผสมกับความทันสมัยใหม่ ให้อารมณ์ถึงความใหม่ และมันรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย ปลอดภัย สถานที่การตกแต่งไม่รก มีแสงแดดเข้าถึงด้วยเป็นสิ่งที่ชอบมาก เพราะส่วนใหญ่ที่ผ่านมาจะทำงานกันในตึกกัน ไม่เห็นเดือนเห็นตะวันเลย เข้าออฟฟิศตั้งแต่แดดยังไม่มา ออกออฟฟิศอีกก็คือแดดหมดไปแล้ว หลังจากออกมาทำธุรกิจของตัวเองรู้สึกสดชื่นขึ้น ยิ่งได้ทำงานในที่ทำงานสวย ๆ จะรู้สึกดีเป็นพิเศษ” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-8

“รู้สึกว่ที่นี่แบ่งพื้นที่ได้ดี เหมาะกับการทำงานทุกรูปแบบตามสไตล์แต่ละคน บางคนชอบความเป็นส่วนตัวก็จะเลือกพื้นที่ทำงานเข้ามาหน่อย บางคนชอบความอิสระ ชอบมองผู้คน ชอบสังเกตพฤติกรรมของคนอื่นก็จะเลือกนั่งโซนกลาง ๆ มองเห็นทุกอย่างชัด ๆ หลายคนมาทำงานที่นี่คนเดียวก็จะเลือกนั่งโต๊ะเล็ก ๆ บางคนมาเป็นกลุ่มก็จะเลือกเป็นห้อง ๆ ไปเลยก็มี อยู่ที่จุดประสงค์ผู้มาใช้บริการว่ามาทำงานจริงจังหรือมาพักผ่อน” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-10

“ในส่วนของพื้นที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท ได้ถูกแบ่งแยกไว้อย่างชัดเจน เช่นถ้าผู้มาใช้บริการต้องการทำงานหรือประชุมอย่างจริงจังก็สามารถใช้ห้องประชุมได้ ไม่มีเสียงดังจากผู้มาใช้บริการจากท่านอื่นรบกวน ถ้าใครอยากพักผ่อนและใช้พื้นที่โล่งกว้างก็สามารถเลือกนั่งได้ตามสบาย ไม่อึดอัด อย่างเช่นในโซนชิงช้าจะตกแต่งพื้นที่ไว้ให้รู้สึกน่านั่ง น่านั่งพักผ่อน และดูสบายตาด้วย” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-7

“จากที่เห็นคือจะทำกิจกรรม หรือสนทนากันได้แค่เพียงชั้น 1 จริง ๆ แล้วถือว่าไม่ได้ใหญ่มาก แต่ก็ไม่ได้เล็กหรือแคบเกินไป มันสามารถพูดคุย สอนงานกับผู้ร่วมงานคนอื่น ๆ ได้ทั่วถึง รู้สึกอบอุ่นเนืองด้วยโทนสีของพรมหญ้าเทียม และโซฟาสีส้ม แล้วมันรู้สึกอยากนั่งพัก อยากนั่งกับพื้น เหมือนนั่งบนพื้นหญ้า ยืดขาสบาย ๆ พูดคุยกันอย่างเป็นกันเองกับเพื่อนร่วมงานที่มาทำงานด้วยกัน แต่ทำแบบนี้กับลูกค้าไม่ได้นะครับ แล้วผมรู้จัก Launchpad ได้เพราะหลักสูตรอบรมที่เคยสมัครมาฟังเลย แล้วรู้สึกชอบสถานที่ มันให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ต่างประเทศคือมีหญ้าสีเขียว อากาศเย็น ๆ (จากเครื่องปรับอากาศ) แต่ยังมีแสงแดดส่องถึง ทำให้อุ่น ๆ ขึ้นมานิดหน่อย แต่ก่อนเคยทำงานประจำที่อยู่ในตึกสูง ๆ แล้วโต๊ะทำงานผมคือไม่ได้ติดริมกระจก ส่วนมากจะเป็นผู้จัดการหรือหัวหน้าใหญ่เลยที่ติดหน้าต่าง แล้วหน้าต่างก็มีมู่ลี่ปิดอีก ทำให้ในวันนึงผมแทบไม่เห็นแสงแดดเลย ทำงานกับแสงไฟ

เนียนตลอดพอมาทำธุรกิจส่วนตัวและใช้บริการที่นี้ผมชอบเลือกที่นั่งใกล้ๆหน้าต่างกระจกหน่อย ไม่จำเป็นต้องใช้แสงไฟจากหลอดไป ใช้แสงอาทิตย์เลย รู้สึกดีมากครับ” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-9

2) คำถามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลจากการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่รู้สึกถึงความเพียงพอใช้งานในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาทิเช่น สัญญาณ Wifi แรงดี เพียงพอต่อการใช้งานหลายคน เครื่อง Projector, TV สำหรับการพรีเซนตงานต่าง ๆ

“อุปกรณ์ของที่นี่ก็มีพร้อมหมด เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เครื่องถ่ายเอกสาร โทรศัพท์ สาย HDMI ที่เชื่อมต่อระหว่างคอมพิวเตอร์กับทีวีก็เพียงพอดี โต๊ะทำงานมีทั้งแบบโต๊ะเล็ก ๆ เอาไว้ทำงานคนเดียวหรือกับเพื่อน และแบบโต๊ะยาวเพื่อไปนั่งกับคนอื่น ๆ ไปแชร์ที่นั่งกันหรือมาหลายคนก็นั่งด้วยกันได้ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ก็มีให้บริการ มีเครื่องชงกาแฟ ตู้น้ำเย็นไว้คอยบริการ ทานข้าวทานขนม บนโต๊ะที่เราทำงานได้ ดูสะดวกดี ที่จอดรถกว้างมากนอกจากลานจอดรถที่จัดเตรียมไว้ให้จอดได้หลายสิบคัน ก็ยังสามารถจอดริมถนนหรือลานข้างนั้นได้อีก ถือว่าเป็นที่ที่หนึ่งที่มีความสะดวกสบายในการมาใช้บริการ” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-2

“มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ พอถึงเวลาทานข้าวระแวกนี้ก็มีอาหารให้เลือกทานเยอะมาก รู้สึกสบายในการมาใช้บริการที่นี้ มีอินเทอร์เน็ต แอร์ก็ครบแล้วสำหรับการมานั่งทำงานหรือพบลูกค้า ส่วนหนึ่งก็ไม่เจ็บเกินไป และไม่เสียงดังเกินไป เดินทางสะดวก รถไม่ค่อยติด และมีที่จอดรถบริการ จุดนี้สำคัญมาก” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-1

“ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่นี่ที่เตรียมไว้ให้บริการถือว่าโอเคในระดับหนึ่ง สิ่งที่สำคัญในการนำเสนอองานหลัก ๆ ก็โปรเจคเตอร์ ไม่ก็ทีวี ก็เพียงพอแล้วนอกนั้นก็ถือว่าเป็นส่วนประกอบอื่น ๆ ที่จะมีหรือไม่มีก็ได้ แต่ถ้าพูดถึงเรื่องการบริการที่ทางนี้เตรียมให้ถือว่าดีเลย มีชา กาแฟ ของว่างให้ทานฟรีด้วย มีตู้เย็นไว้บริการด้วย ถือว่าค่อนข้างครบ แต่ถ้าพูดถึงสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคารนี่คือยังขาดที่จอดรถ เนื่องจากเป็นอาคารที่ถูกดัดแปลงมาจากอาคารพาณิชย์ พื้นที่จอดรถก็เลยไม่มีให้บริการ บางครั้งจะนัดลูกค้าให้มาคุยงานกันก็จะถามลูกค้าด้วยว่าขึ้นรถไฟฟ้ามารีเปล่า ถ้าใช้ก็จะนัด แต่มีลูกค้าหลายท่านอยู่เหมือนกันที่สะดวกขับรถมาก็จะหาที่จอดรถยากนิดหน่อย ติดแค่เรื่องเดียว” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-5

“สำหรับที่นี้ผมให้คะแนนเต็มเลย ไม่ได้เทียบกับที่อื่นนะครับเพราะยังไม่ได้ลองใช้ที่อื่นอย่างจริงจัง ที่ผมประทับใจมากคือตู้ล็อกเกอร์ เพราะหลายครั้งที่ผมมาทำงานคนเดียว รอพบลูกค้าแล้วเวลานั้นผมอยากเข้าห้องน้ำหรือออกไปทำอะไรทานผมสามารถฝากของมีค่าได้เลย ไม่ต้องหิ้วไปด้วยถึงแม้ว่าที่นี่จะมีกล้องวงจรปิดหรือเจ้าหน้าที่คอยดูแล แต่ผมว่าเราต้องดูแลทรัพย์สินของตัวเองก่อนอันดับแรก เพราะถ้าหายไปมันไม่คุ้มครับ ไฟล์งานทั้งหมด งานทุกอย่างมันคือชีวิตผมเลยครับ สำคัญมาก ส่วนโต๊ะทำงานผมไม่ได้เช่าแบบเจาะจงไว้ เพราะผมจะชอบย้ายที่นั่งไปมาหรือบางทีมีเพื่อนร่วมงานหรือลูกค้ามานั่งด้วย จะสะดวกกว่า แต่ก็เห็นคนที่เช่าโต๊ะแบบเจาะจงไปเค้าก็มาวางของทั้ง

ไว้ ก็ไม่มีใครมายุ่งของ ๆ คนอื่นกัน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็พร้อม ทีวี โพรเจคเตอร์ อินเทอร์เน็ตเร็วดี ทำงาน ส่งงานราบรื่นครับ” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-10

3) คำถามด้านความต้องการในการปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ผลจากการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่รู้สึกดีกับการให้บริการของสถานที่นั้น ๆ อยู่แล้วจึงไม่ได้มีจุดที่ต้องปรับปรุงอย่างทันที เนื่องจากการจัดวางพื้นที่ก็เหมาะสมกับกิจกรรมและการใช้งานของผู้ใช้บริการทุกคน

“ในเบื้องต้นตอนนี้ยังไม่มีจุดไหนที่คิดว่าควรปรับปรุง อาจจะเนื่องด้วยเป็นออฟฟิศ สร้างใหม่ ทุกสิ่งทุกอย่างตอนนี้เลยดูใหม่มาก และอุปกรณ์การใช้งานเบื้องต้นก็ครบหมด สามารถตอบโจทย์ในการทำงานในตอนนี้ได้ดี แต่ถ้าในอนาคตเส้นทางของรถไฟฟ้าสร้างเสร็จคนอาจจะพลุกพล่านขึ้น คนมาใช้บริการมากขึ้นก็จะต้องขยายพื้นที่ หรือจัดสรรพื้นที่ในการทำงานใหม่เพื่อไม่ให้รู้สึกแออัด และเป็นปัญหาในการทำงาน” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-6

“อยากให้ปรับปรุงเรื่องสาขา อยากให้มีสาขาให้มากขึ้นเนื่องจากลูกค้าของผมมาจากหลายที่ ก็จะเป็นอีกทางเลือก ไม่ต้องมาไกลถึงตรงนี้ ลูกค้าหลายคนไม่สะดวกมาที่นี้ก็เลยต้องนัดที่อื่นแทนส่วนอื่น ๆ โดยรวมของที่นี่ถือว่าดีในระดับหนึ่ง” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-5

“อย่างที่ผมแจ้งไปส่วนแรกก็อยากมีที่จอดรถบริการเพิ่มเติม เพื่อให้ตอบสนองลูกค้าได้มากขึ้นในส่วนการให้บริการด้านใน อยากให้ชอยย่อยห้องประชุมให้มากขึ้นอีกหน่อย เนื่องจากพื้นที่โดยรวมมันจำกัด ดังนั้นการแบ่งพื้นที่ในแต่ละส่วนก็ไม่ได้ไกลกันมาก แทบจะใกล้กันเลยทีเดียว บางครั้งมีลูกค้ามาใช้บริการมาก โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่ชอบมาเป็นกลุ่ม เสียงพูดคุยจะดังมาก แล้วเสียงมันก้องก็ไม่มีสมาธิในการทำงาน ต้องการย้ายไปใช้บริการห้องประชุมก็เต็มทุกห้องคุยงานไม่ได้เลยวันนั้น เพราะบางทีอยากคุยกับลูกค้าที่เนื้อหาค่อนข้างเป็นความลับ เช่น ค่าใช้จ่าย หรือกระบวนการทำงานก็ไม่กล้าคุยเลย ต้องหามุมที่โล่ง คนน้อย ๆ คุยงานกัน นอกนั้นไม่ติดอะไร” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-1

“คิดว่าอยากให้พื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับรองรับการทำกิจกรรมหรือสัมมนาที่แยกออกจากใกล้ ๆ จุดโต๊ะทำงานเลยครับ เพราะจริง ๆ แล้วมันคือพื้นที่เดียวกัน เพราะที่นี้จะเน้นการสัมมนาจากบริษัทเทรนนิ่ง ลูกค้าประจำที่มาใช้บ่อย ๆ พอวันที่มีอบรม คนก็จะเยอะมาก คนที่มาใช้บริการนั่งทำงานก็จะมีเสียงรบกวนด้วย เสียสมาธิไปนิดนึง แต่ได้ข้อดีคือได้ฟังอบรมไปด้วยเลย บางครั้งย้ายเข้าไปทำงานในห้องประชุมที่ถัดออกมานิดหน่อยเสียงก็ลอดเข้าไปได้ ห้องไม่ได้เก็บเสียงมากและคนที่เดินไปเดินมาก็ทำให้เสียสมาธิเหมือนกัน เลยคิดว่าพื้นที่สำหรับรองรับกลุ่มที่มาสัมมนาควรแยกออกจากพื้นที่คนที่ทำงานจริง ๆ ไป และจากที่ดูผมว่าโต๊ะแบบเจาะจงตั้งแถวเรียงกันยาวเกินไป มันทำให้มีความรู้สึกเหมือนทำงานที่ออฟฟิศ โต๊ะช่วงกลางจะไม่ค่อยมีคนอยากนั่ง คนก็จะไปเลือกนั่งมุม ๆ ที่เป็นส่วนตัวมากที่สุด ผมว่าถ้าจัดใหม่ให้ทุกมุมคือมุมส่วนตัวเชื่อว่าคงมีการเช่าโต๊ะแบบเจาะจงครบทุกโต๊ะแน่นอน และอีกจุดคือส่วนที่นั่งพักผ่อนกับเก้าอี้ Bean Bag ผมว่าโต๊ะหนึ่งตัวมีเก้าอี้บริการเยอะเกินไป หมายถึงมันจะให้ความรู้สึกอึดอัดนิดนึง ถ้าโต๊ะนั้นมีลูกค้ามาใช้บริการ 2-3 คนแต่เก้าอี้

Bean Bag มันตั้งเข้าหาโต๊ะนั้น 6 ตัว ตัวที่เหลือก็ไม่มีคนกล้านั่งแล้ว เพราะทุกจุดจะมีโต๊ะ เก้าอี้เป็นของตัวเองหมด ดังนั้นควรจะเป็นพื้นที่โล่งหน่อยแล้วเอาเก้าอี้ Bean Bag กระจาย ๆ ออกไป คนที่มาคนเดียวหรือมากับเพื่อนยังสามารถนั่งได้ และมันไม่ได้เข้าเซ็ทกับโต๊ะไหนเลย แต่ตอนนี้ถ้าจะลากออกไปนั่งส่วนตัวคนเดียวในมุมอื่นก็ไม่ค่อยสะดวกเพราะโต๊ะเล็กค่อนข้างแน่นในโซนนี้ครับ”

ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-9

4) คำถามด้านพื้นที่กับการทำกิจกรรม ผลจากการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่คิดว่าพื้นที่ที่มีและกิจกรรมที่บริการมีความเหมาะสมอยู่แล้ว เนื่องจากเจ้าของกิจการจะรู้ขีดจำกัด ขอบเขตในการทำกิจกรรมในพื้นที่ตัวเอง จึงไม่ได้มีผลกระทบใด ๆ กับผู้มาใช้บริการท่านอื่นมากนัก เพราะกิจกรรมเหล่านี้มีจุดประสงค์ให้ผู้มาใช้บริการได้มีส่วนร่วมทุกคน แต่ถ้าผู้ให้บริการมีเป็นจำนวนมาก ควรจัดพื้นที่ให้เหมาะสมก่อนเพื่อรองรับกับผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมากได้

“ตอนนี้เท่าที่ดูก็ยังขาดพื้นที่ในส่วนที่ทำกิจกรรมจริง ๆ จัง ๆ ไป เพราะถ้าจะทำกิจกรรมจริง ๆ ก็ได้แคในห้องประชุมหรือสำนักงานที่ยังมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ ถ้าทุกคนทำกิจกรรมพร้อมกัน ทั้งออฟฟิศจะไม่มีจุดที่สามารถรวมพลเพื่อร่วมกิจกรรมได้ทั้งหมด คิดว่าถ้าต้องการรองรับการทำกิจกรรมกับคนจำนวนมากจะต้องมีห้องที่ใหญ่กว่านี้หรือคล้าย ๆ Hall ที่สามารถรวมคนเป็นจำนวนมาก (จำนวนหนึ่ง) ให้มาทำกิจกรรมพร้อม ๆ กันได้” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-8

“อยากได้พื้นที่กว้าง ๆ กว่านี้สำหรับการทำกิจกรรมกลุ่มที่ใหญ่ขึ้น ผมมีเพื่อน หรือชมรมที่ทำกิจกรรมกันบ่อย จะได้นัดมารวมตัวกันทำกิจกรรมร่วมกันได้ แต่ตอนนี้ยังไม่มีห้องที่รองรับคนได้มากมายขนาดนั้นเต็มที่ก็ 15-20 คน จึงคิดว่าถ้ามีห้องหรือพื้นที่สามารถรองรับคนได้มากกว่านี้ก็สามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-2

“ถือว่าภาพรวมพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้เหมาะสม จากที่เห็นคือมีลูกค้ายากหลายประเภทมาก ทั้งวัยรุ่นที่มาติวงานกันก็จะชอบเลือกนั่งบริเวณชั้น 2 ที่เป็นมุมพักผ่อนสบาย ๆ ถ้าเป็นผู้ใหญ่วัยทำงานส่วนมากมาที่แห่งนี้ก็เพื่อทำงานกันจริง ๆ ไม่ค่อยไปนั่งเก้าอี้แบบ Bean Bag เท่าไร จะนั่งโต๊ะยาวหรือโต๊ะทำงาน ใช้ห้องประชุม แต่ถ้าจะพูดถึงการมาสัมมนาเลยหรือมาประชุมกลุ่มใหญ่จริง ๆ ก็รู้สึกว่ายึดอัดไปหน่อยเพราะถ้าวันนั้นมีผู้ประชุมกลุ่มใหญ่มาพร้อมลูกค้ายกเข้าใช้บริการจำนวนมากอีกทั้งเสียง ทั้งกลิ่น ทั้งความอึดอัดมีครบเลย” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-8

“ผมว่าคอนเซ็ปท์ของที่นี่จะเน้นกลุ่มคนด้านไอทีและกราฟฟิคดีไซน์มาใช้บริการ แต่ก็มี การให้สถาบันอบรมมาใช้ในการสัมมนา กลุ่มกัน ซึ่งหัวข้อสัมมนาไม่ได้เกี่ยวกับด้านกราฟฟิคหรือไอทีจะเป็นด้านการตลาดบ้าง การเงิน การขายบ้าง ผมว่ามันก็ทำให้เกิดความหลากหลายของคนมาใช้บริการ แต่อย่างที่กล่าวไปว่าพื้นที่ทำกิจกรรมหรือสัมมนาจริง ๆ นะ จะรองรับกับคนกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 10-15 ยังพอไหวแต่ถ้ากลุ่มขนาด 25-30 คน ก็จะเริ่มมีเสียงพูดคุยกัน ก็จะไปรบกวนคนอื่น ยิ่งปัจจุบันทุกคนติดมือถือมากถ้ามาเป็นกลุ่มใหญ่ขนาดนี้มีจำนวนคนเยอะเหมือนกันก็แย่งกัน

ใช้ปลั๊กชาร์ตแบตเตอรี่โทรศัพท์บ้าง ทำให้คนที่มาใช้บริการพื้นที่จริง ๆ ติดขัดนิดหน่อย เราจะไม่แบ่งให้
เค้าใช้มันก็ได้ ดังนั้นผมว่ามันยังไม่เหมาะกับการทำกิจกรรมกลุ่มเท่าที่ควร เรื่องเสียง เรื่องความ
วุ่นวายจากคนจำนวนมากก็เป็นปัญหาสำคัญ คิดว่าน่าจะมีห้องใหญ่ส่วนตัวไปเลย” ผู้ถูกสัมภาษณ์

Int-10



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาประโยชน์ใช้สอยภายในของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละประเภท
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน
- 4) เพื่อเสนอแนะแนวทาง ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เพื่อให้เหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยเป็นการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด 10 คน จากทั้งหมด 4 สถานที่ แบ่งเป็นประเภทการให้บริการแบบครบวงจร คือ Ko Kreate Space และ Hubba Thailand และอีก 2 สถานที่จากลักษณะการให้บริการเพียงบางอย่างเท่านั้น คือ Wolf Work Co-working Space และ Launchpad

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาถึงลักษณะของธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันว่ามีลักษณะการให้บริการอย่างไร ซึ่งส่วนมากธุรกิจที่มีให้บริการเนื่องจากมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือตอบสนองผู้ที่เริ่มทำธุรกิจใหม่ ๆ ยังไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างสำนักงานของตัวเองเนื่องจากต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง และเหมาะสมกับผู้ทำงานอิสระ ไม่ชอบอยู่แต่ในออฟฟิศ ต้องการเปลี่ยนที่ทำงานไปเรื่อย ๆ เพื่อหาแรงบันดาลใจและความคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน โดยเฉพาะนักออกแบบที่ต้องการไอเดียและสมาธิอย่างมากเพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกมาสักชิ้นหนึ่ง ดังนั้นผลการวิจัยที่ได้สามารถสรุปออกมาที่ละส่วนได้ดังนี้

5.1.1 ขนาดพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในหลาย ๆ ที่ถือว่ามีความเหมาะสม จากการวางแผนผังของสำนักงานร่วมแบ่งปันหลาย ๆ แห่ง พบว่า ได้แบ่งพื้นที่การใช้งานไว้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถตอบสนองการทำงานในแต่ละแบบได้ทั้งในรูปแบบพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่ทำสนทนากาแฟและโต๊ะนั่งแบบไม่เจาะจง สามารถทำให้ผู้มาใช้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ เช่น โต๊ะทำงานแบบเจาะจง และห้องประชุม ก็จะเป็นพื้นที่ส่วนตัว เจียบสงบ ไม่มีใครไปรบกวนเวลาทำงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิ (Niti, 2015) ที่กล่าวว่า บริเวณพื้นที่ทำงานถือว่าเป็นพื้นที่ส่วนตัวของผู้มาใช้บริการ ดังนั้นความชัดเจนในการแบ่งพื้นที่ทำงานกับพื้นที่ส่วนรวมจะส่งผลโดยตรงกับบรรยากาศที่เอื้อให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ

5.1.2 พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันของแต่ละที่จะมีความแตกต่างกัน หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับประเภทการใช้งานทั้งในรูปแบบการให้บริการครบวงจร (Full Function) และการให้บริการในบางส่วน (Small Function) ซึ่งผู้มาใช้บริการสามารถประเมินความต้องการในแต่ละส่วนให้บริการด้วยตัวเองได้ว่าจะมาใช้งานสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ ในส่วนใด และรูปแบบใดที่สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้บริการได้ดีที่สุด เช่น ต้องการนัดคนอื่น ๆ เพื่อเข้าร่วมประชุม หรือทำการสัมมนา ระยะเวลาที่ใช้ทำกิจกรรมนานเท่าใด จำเป็นต้องใช้ห้องครัวเพื่อความสะดวกในช่วงเวลาทานอาหารหรือไม่ การเดินทางอย่างไร ด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือรถสาธารณะ ต้องการที่จอดรถหรือไม่ ดังนั้น สำนักงานร่วมแบ่งปันในแต่ละที่จะมีการเตรียมสถานที่ไว้คอยบริการในรูปแบบที่แตกต่างกัน ต้องศึกษาการให้บริการก่อนไปใช้บริการ

5.1.3 พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน หลายคนมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ต้องการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการท่านอื่นเพื่อสร้างความสนิทสนม คึกเคยกัน และสามารถต่อยอดทางธุรกิจกันได้ในอนาคต ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มการขยายชุมชนได้มากขึ้น แต่ถ้าผู้มาใช้บริการต่างไม่มีการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เลยจะยิ่งทำให้สมาชิกทั้งหมดที่มาใช้บริการมีการปิดกั้นตนเองสูง และทำให้ผู้มาใช้บริการรายใหม่ไม่กล้ามาสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้มาใช้บริการที่ Hubba Thailand ส่วนมากเป็นชาวต่างชาติและไม่ได้ส่งผลต่อความแตกต่างด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการรายอื่น ส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปันอื่น ๆ ส่วนมากผู้ที่มาใช้บริการเป็นคนไทยและมักมาเป็นกลุ่มของตัวเอง เวลามาใช้บริการห้องประชุมก็จะจับกลุ่มกันเองทำให้ไม่ค่อยได้สร้างความมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เท่าไรนัก

บรรยากาศภายในสำนักงานร่วมแบ่งปันที่เกิดจากการใช้งานของผู้ที่เคยมาใช้บริการแล้วจะส่งผลโดยตรงต่อผู้ที่ใช้บริการรายใหม่ เนื่องจากผู้ที่ใช้บริการรายใหม่จะไม่กล้าทำในสิ่งที่คนอื่น ๆ ไม่ทำ เนื่องจากต้องสังเกตเบื้องต้นถึงวัฒนธรรมของผู้ใช้บริการส่วนมากจากสำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนั้น ๆ ก่อน อาทิเช่นถ้าผู้มาใช้บริการอยู่แล้วเป็นประจำมีการเปิดกว้างในการทำความรู้จักกับคนใหม่ ๆ ที่มาใช้บริการจะทำให้ผู้บริการรายใหม่นั้น กล้าที่จะทำความรู้จักกับผู้ที่ใช้บริการรายอื่น ๆ ต่อไป

5.1.4) การใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทางสำนักงานร่วมแบ่งปันเตรียมไว้ให้ ผู้มาใช้บริการสามารถเลือกใช้เพื่อให้เหมาะสมกับงานที่ทำได้ อาทิเช่น ถ้าต้องการประชุมและผู้เข้าร่วมประชุมมีหลายคน การนำเสนอผ่านทีวีหรือจอโปรเจคเตอร์ก็จะสะดวกในการมองเห็นกับผู้ร่วมประชุมทุกคน อุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทีวี อื่น ๆ จึงจำเป็นต่อผู้มาใช้บริการเป็นอย่างมาก

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.2.1 เพื่อศึกษาประโยชน์ใช้สอยภายในของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละประเภท ซึ่งจากการวิจัยพื้นที่ใช้สอยประเภท Full Function จะมีการให้บริการครบในทุกด้าน สามารถให้บริการผู้มาใช้บริการได้อย่างครอบคลุม เช่น มีพื้นที่บริการจอดรถในกรณีที่น่ารถมาเอง มีพื้นที่ส่วนตัวในการทำงานคนเดียวและต้องการสมาธิ หรือจะเลือกนั่งทำงานที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ มีโซนห้องครัวไว้คอยบริการเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการเตรียมอาหารหรืออุ่นอาหาร มีห้องประชุมที่รองรับการทำงานแบบกลุ่ม พื้นที่สนับสนุนการในการพักผ่อน ส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปันประเภท Small Function จะมีการให้บริการเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งมีข้อจำกัดในการบริการให้กับลูกค้าได้แค่บางส่วน อาทิเช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอหรือไม่มีเลย ลูกค้าที่มาใช้บริการจึงต้องเลือกการเดินทางจากรถสาธารณะแทน หรือพื้นที่ทำงานส่วนตัวไม่มีไว้บริการ เป็นโต๊ะแบบไม่เจาะจงที่นั่งและนั่งรวมกับคนอื่น เป็นต้น

ซึ่งตรงกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, วีระ อินพันทัง และสันติ ฉันทวิลาสวงศ์ (2544) ที่ได้ศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงการจัดผังบริเวณและการจัดแปลนพื้นที่ โดยเฉพาะแปลนพื้นที่ของสำนักงานทั่วไปของอาคารสำนักงาน เพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบอาคารสำนักงาน จนถึงการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบการจัดผังบริเวณ ขนาดพื้นที่ การจัดพื้นที่ทำงาน พื้นที่ต่าง ๆ ภายในส่วนบริการ การศึกษาวิเคราะห์ทำนองนี้กับอาคารสำนักงานรุ่นใหม่ ๆ ย่อมให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการและเทคโนโลยีปัจจุบันนำไปสู่การกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานที่ใช้ในการวางผังบริเวณและออกแบบสำนักงาน

“ได้มาใช้บริการที่ Wolf Work Co-working Space เป็นประจำ ประเภทรายเดือน เนื่องจากจะนัดลูกค้ามานำเสนองาน อพเดทงานกันที่นี้มากกว่าเนื่องจากใกล้ รถไฟฟ้าบีทีเอส เดินทางง่าย” ผู้สัมภาษณ์ Int-7

5.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา สังเกต และสอบถามผู้มาใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันเหล่านี้พบว่า ผู้มาใช้บริการเลือกใช้สำนักงานร่วมแบ่งปันในการนัดพบลูกค้าหรือเพื่อนร่วมงานในการติดต่อกิจการ โดยพิจารณาจากความสะดวกทั้งผู้มาใช้บริการและลูกค้า ด้านการตกแต่งพื้นที่และการออกแบบก็เป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วย อาทิเช่น สโตร์โมเดิร์น ออกแนวลอฟท์ ซึ่งช่วยสร้างอารมณ์และบรรยากาศของสถานที่ใหม่ ๆ ให้ความรู้สึกมีพลังในการทำงาน ดังนั้นการให้บริการที่ครอบคลุมในทุกด้านและการตกแต่งจึงมีความสำคัญในการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้าได้

ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ นิธิมา จงประเจิด (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน ได้พูดถึงการสร้างโฮมออฟฟิศควรสร้างในรูปแบบของโฮมทาวน์ที่เน้นพื้นที่ใช้งานเป็นหลักมากกว่าการอยู่อาศัย และทำเลที่ตั้งควรอยู่ใจกลางเมืองที่สามารถเดินทางได้สะดวก เข้าออกได้หลายทาง สามารถเดินทางมาทำงานโดยรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินได้ บรรยากาศในส่วนพื้นที่รับแขกควรอยู่ในรูปแบบที่เรียบง่าย สบายตา และต้องการแสงจากธรรมชาติ พื้นที่ในส่วนห้องประชุมควรแยกออกเป็นสัดส่วนเหมาะแก่การใช้งาน

“ โดยส่วนตัวชอบสถานที่แห่งนี้มาก (Wolf Work) โดยเฉพาะเรื่องการตกแต่งจะออกแนวปูนเปลือย ผสมกับความทันสมัย สมัยใหม่ ให้อารมณ์ถึงความใหม่ และมันรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย ปลอดภัย สถานที่การตกแต่งไม่รก มีแสงแดดเข้าถึงด้วยเป็นสิ่งที่ชอบมาก เพราะส่วนใหญ่ที่ผ่านมาจะทำงานกันในตัวกันไม่เห็นเดือนเห็นตะวันเลย เข้าออฟฟิศตั้งแต่แดดยังไม่มา ออกออฟฟิศก็แดดหมดไปแล้ว หลังจากออกมาทำธุรกิจของตัวเองรู้สึกสดชื่นขึ้น ยิ่งได้ทำงานในที่ทำงานสวย ๆ จะรู้สึกดีเป็นพิเศษ” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-8

5.2.3 เพื่อศึกษาการจัดวางพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ซึ่งการออกแบบสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้นจะต้องพิจารณาด้านการใช้งานให้เหมือนออฟฟิศมากที่สุดโดยการแบ่งพื้นที่ทำงานแต่ละลักษณะงานให้เป็นสัดส่วนในส่วนของพื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ส่วนตัวเพื่อตอบโจทย์ผู้มาใช้บริการที่มองว่าสำนักงานร่วมแบ่งปันคือสำนักงานชั่วคราวที่สามารถพบปะเพื่อนร่วมงานได้หลากหลายแขนงวิชาชีพ ซึ่งการจัดวางพื้นที่จะต้องตอบสนองทั้งในรูปแบบการทำงานคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม ห้องประชุมจะต้องมีหลายแบบให้เลือก ในกรณีมาประชุมกลุ่มเล็ก กลาง ใหญ่ โต๊ะทำงานต้องมีแบบทั้งทำงานคนเดียวและทำงานได้หลายคน และในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต้องมีพร้อมเนื่องจาก ลูกค้าบางรายจะใช้งานสำนักงานร่วมแบ่งปันค่อนข้างนานในแต่ละวัน จึงจะต้องสามารถบริการลูกค้ากลุ่มนี้ได้ เพราะในระยะยาวแล้วลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นลูกค้าประจำในอนาคต เพราะชอบที่ทางสำนักงานมีการบริการอย่างครบวงจร ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ พรชัย ชัยประทีป (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบสำนักงานขนาดเล็กและโฮมออฟฟิศสำหรับสำนักงานออกแบบสถาปัตยกรรมและออกแบบภายในเขตกรุงเทพมหานคร ผลคือ สำนักงานออกแบบสถาปัตยกรรมและออกแบบภายใน จะอยู่ในบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์และอาคารพาณิชย์ มีพนักงานจำนวน 4-8 คน ใช้พื้นที่ทำงานประมาณ 95 ตารางเมตร ซึ่งไม่เพียงพอต่อการใช้งานจึงต้องการจัดผังพื้นที่เป็นแบบเปิดโล่งและต้องการพื้นที่ที่ทำกิจกรรมที่หลากหลายกว่าเพื่อตอบสนองการทำงานได้หลายรูปแบบและช่วยให้ทำงานได้ดียิ่งขึ้น

“Ko Kreate Space อุปกรณ์ของที่นี่ก็มีพร้อมหมด เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เครื่องถ่ายเอกสาร โทรทัศน์ สาย HDMI ที่เชื่อมต่อระหว่างคอมพิวเตอร์กับทีวีก็เพียบพร้อมดี โต๊ะทำงานมีทั้งแบบโต๊ะเล็ก ๆ เอาไว้ทำงานคนเดียวหรือกับเพื่อน และแบบโต๊ะยาวเพื่อไปนั่งกับ

คนอื่น ๆ ไปแชร์ที่นั่งกันหรือมาหลายคนก็นั่งด้วยกันได้ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ก็มีไว้บริการ มีเครื่องชงกาแฟ ตู้น้ำเย็นไว้คอยบริการ ทานข้าวทานขนม บนโต๊ะที่เราทำงานได้ ดูสะอาดดี ที่จอดรถกว้างมากนอกจากลานจอดรถที่จัดเตรียมไว้ให้จอดได้หลายสิบคันก็ยังสามารถจอดริมถนนหรือสะพานนั้นได้อีก ถือว่าเป็นที่ที่หนึ่งที่มีความสะดวกสบายในการมาใช้บริการ” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-6

5.2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทาง ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน เพื่อให้เหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ ในบางพื้นที่ยังไม่ครอบคลุมด้านการอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถนั้น ทำให้การเดินทางมาใช้บริการจะมีข้อจำกัด อาทิเช่น ต้องเดินทางด้วยรถไฟฟ้าเท่านั้นถึงจะสะดวก ในลูกค้าบางรายมีอุปกรณ์ที่ต้องพกมาด้วยเพื่อนำเสนองานแก่ลูกค้าจึงไม่สะดวกถ้าเดินทางด้วยรถสาธารณะ จึงจำเป็นต้องขับรถมาเองจริง ๆ แต่ต้องหาที่จอดรถซึ่งไกลออกไป หรือบางที่ไม่มีที่จอดรถเลยจึงอยากให้ทางสำนักงานร่วมแบ่งปันช่วยพิจารณาถึงการบริการให้ครอบคลุมเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ให้มาใช้บริการด้วย หรือในบางกรณีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในยังไม่เหมาะสมมาก เพราะไม่มีความเป็นส่วนตัวมากนัก มีเสียงรบกวนจากระอบข้าง ทำให้กระทบในการทำงานดังนั้นควรแบ่งพื้นที่ให้มีการใช้เสียงได้ในระดับที่ต่างกัน เพื่อไม่ให้กระทบกับผู้ใช้บริการรายอื่น อีกทั้งถ้าสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ สามารถขยายสาขาเพิ่มได้และอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางสะดวกได้ทุกทางจะทำให้ลูกค้าประทับใจและใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร และคณะ (2544) ได้ศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงการจัดผังบริเวณและการจัดแปลนพื้นที่ โดยเฉพาะแปลนพื้นที่ของสำนักงานทั่วไปของอาคารสำนักงาน เพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบอาคารสำนักงานจนถึงการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบการจัดผังบริเวณ ขนาดพื้นที่ การจัดพื้นที่ทำงาน พื้นที่ต่าง ๆ ภายในส่วนบริการ การศึกษาวิเคราะห์ทำนองนี้กับอาคารสำนักงานรุ่นใหม่ ๆ ย่อมให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการและเทคโนโลยีปัจจุบันนำไปสู่การกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานที่ใช้ในการวางผังบริเวณและออกแบบสำนักงาน

“(Wolf Work) ที่จอดรถไม่ค่อยมี สถานที่ตั้งอยู่ในซอย นอกนั้นไม่ต้องปรับปรุงเพราะมองว่าดีอยู่แล้วในส่วนของสถานที่ มีความสะอาดดี” ผู้ถูกสัมภาษณ์ Int-7

จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงความพึงพอใจและต้องการกลับมาใช้ซ้ำของสำนักงานร่วมแบ่งปันนั้น ๆ เกิดจากอะไรบ้าง ส่วนมากจะเป็นเรื่องพื้นที่ ที่จัดสรรไว้อย่างลงตัว ตอบสนองการทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และในบางแห่งยังสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้มาร่วมพูดคุย ทำความรู้จักกัน เพื่อต่อยอดทางธุรกิจได้อีกด้วย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ ชัญญานุช หัสตินรัตน์ (2554) ที่ได้ศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ความพึงพอใจ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และ นิธิมา จงประเจิด (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน พบว่า การสร้างโฮมออฟฟิศควรสร้างในรูปแบบของโฮมทาวน์ที่เน้นพื้นที่ใช้งานเป็นหลักมากกว่าการอยู่อาศัย

และทำเลที่ตั้งควรอยู่ใจกลางเมืองที่สามารถเดินทางได้สะดวก เข้าออกได้หลายทาง สามารถเดินทางมาทำงานโดยรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินได้ บรรยากาศในส่วนพื้นที่รับแขกควรอยู่ในรูปแบบที่เรียบง่าย สบายตา และต้องการแสงจากธรรมชาติ พื้นที่ในส่วนห้องประชุมควรแยกออกเป็นสัดส่วน รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้ 5-8 คน มีลักษณะเรียบง่าย สบายตา มีแสงขาว และควรมีพื้นที่เก็บของ และพื้นที่ถ่ายเอกสารด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากพฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันได้ศึกษาถึงการจัดผังบริเวณและการจัดพื้นที่ โดยเฉพาะการจัดพื้นที่ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน เพื่อหาข้อสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบสำนักงานร่วมแบ่งปัน จนถึงการศึกษาขนาดพื้นที่ การจัดพื้นที่ทำงาน พื้นที่ต่าง ๆ ภายในส่วนบริการ การศึกษาวิเคราะห์กับอาหารสำนักงานร่วมแบ่งปันใหม่ ๆ ย่อมให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการและเทคโนโลยีปัจจุบันนำไปสู่การกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานที่ใช้ในการวางผังบริเวณและออกแบบสำนักงาน ซึ่งการออกแบบสำนักงานร่วมแบ่งปันจึงควรคำนึงถึงการสร้างชุมชน การมีปฏิสัมพันธ์เป็นหลัก นอกจากนี้ยังต้องดูพื้นที่ ที่ผู้ประกอบการและพนักงานสามารถเข้าถึงผู้มาใช้บริการและเป็นตัวกลางในการประสานกับผู้มาใช้บริการอื่น ๆ ได้ ดังนั้นการสร้างพื้นที่ส่วนกลางที่อยู่ใกล้พนักงานจะสามารถช่วยให้พนักงานทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าท่านอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2 ผู้มาใช้บริการคาดหวังในเรื่องการจัดวางพื้นที่ที่เป็นสัดส่วน แบ่งแยกกันอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อการทำงานของผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ อาทิเช่น ผู้มาใช้บริการบางกลุ่มมาเพื่อต้องการประชุมงานหรือปรึกษาหารือกัน แต่ห้องประชุมไม่ได้แบ่งแยกไว้เป็นสัดส่วน เสี่ยงประชุมจากผู้ใช้บริการหลายคนอาจไปกระทบกับผู้ให้บริการท่านอื่น ๆ ได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าไม่มีสำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งไหนเลยที่สามารถมอบความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการได้ครบทุกด้าน ผู้ประกอบการควรรับฟังปัญหาเหล่านี้ และนำไปปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้ามากที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดข้อบกพร่องซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการลดน้อยลง และผู้ประกอบการควรวัดระดับความพึงพอใจจากผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาให้สำนักงานร่วมแบ่งปันมีความเป็นมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ การให้บริการมากที่สุด

5.3.3 ด้านการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความมีปฏิสัมพันธ์กันทุกฝ่าย กิจกรรมทางสังคมจึงมีความสำคัญมากที่สามารถช่วยสร้างให้เกิดความเป็นชุมชน จากการช่วยเหลือของผู้ใช้บริการเป็นประจำและพนักงานที่ต้องช่วยกันทำให้ผู้มาใช้บริการรายใหม่รู้สึกอบอุ่นและอยากร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพระหว่างกัน การเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นจะช่วยเพิ่มโอกาสให้เกิด

ลูกค้ารายใหม่ ๆ จากการบอกเล่าปากต่อปากของผู้ใช้บริการรายเดิมได้

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

5.4.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้ที่ใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปัน ซึ่งธุรกิจนี้ถือว่าเป็นธุรกิจใหม่สำหรับบุคคลในสังคมและผู้มาใช้บริการจริง ๆ ก็เฉพาะกลุ่มมาก ทำให้ผลการวิจัยจากการสังเกตและสอบถามผู้มาใช้บริการจริง ๆ อาจไม่สามารถนำไปคิดกลยุทธ์ใหม่ ๆ ในภาพรวมให้กับธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างแม่นยำ เพราะพฤติกรรมจากผู้มาใช้บริการอาจแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง การวิจัยในอนาคตจึงควรศึกษาธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกัน และศึกษาผู้มาใช้บริการเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการมาใช้บริการว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

5.4.2 การวิจัยในอนาคตควรที่จะศึกษากลยุทธ์ในการทำธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันว่ากลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่ต้องการคือกลุ่มลูกค้าประเภทใดจะต้องเพิ่มเติมการบริการอย่างไรเพื่อดึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ดังนั้นการวิจัยในอนาคตควรศึกษาธุรกิจอื่น ๆ ที่รองรับกลุ่มเป้าหมายประเภทของลูกค้าที่ต้องการ

5.4.3 การวิจัยในครั้งนี้ทำให้เห็นถึงภาพรวมของธุรกิจ และวิธีการจัดวางพื้นที่เพื่อสร้างความประทับใจ ตอบโจทย์การทำงาน และให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ในการวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านอื่น ๆ เช่น การตลาด ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ ให้รู้จักธุรกิจประเภทนี้ และให้ลูกค้ามีความเข้าใจในการให้บริการของธุรกิจนี้มากขึ้น

5.5 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.5.1 งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะยังไม่ลึกมากในบางประเด็น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บแบบสอบถามเพื่อให้ได้ฐานข้อมูลอันเป็นประโยชน์ที่กว้างขึ้น และนำไปพัฒนาธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันให้ยั่งยืนเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสมบูรณ์มากขึ้น

5.5.2 งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการอธิบายปรากฏการณ์ของธุรกิจการทำสำนักงานร่วมแบ่งปัน งานวิจัยนี้จึงช่วยให้เห็นปัญหา อุปสรรค และประเด็นในการนำไปพัฒนาสำนักงานร่วมแบ่งปันให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- โครงสร้างและหน้าที่ของสำนักงาน. (2560). สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjGobOauOHVAhXFQ48KHVOQDfEQFggmMAA&url=https%3A%2F%2Fhome.kku.ac.th%2Fhslib%2Fmalee%2F412421%2Fdocument%2FStructureOff.doc&usg=AFQjCNEaYcU7Ugmogi5dUeJz8TAsmE30Gw>.
- จินตนา ฐิติวรพงษ์. (2546). การศึกษาหาแนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารพาณิชย์ กึ่งพักอาศัยของชุมชนชาวจีน กรณีศึกษาย่านเยาวราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชัยณานุช หัสตินรัตน์. (2554). กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ความพึงพอใจ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐาสิริ ยิ่งรู้. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมในการทำงานและประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของบุคลากรทางการแพทย์: กรณีศึกษาโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ที่เก่า-เล่าใหม่. (2556). สืบค้นจาก <http://www.deskmag.com/th/old-spaces-new-ideas-midwest-cincinnati-coworking-covington-reinvention>.
- ธารารัตน์ พวงสุวรรณ. (2559). ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสำนักงานและซอฟต์แวร์สำนักงาน เอกสารประกอบการสอนเรื่อง Application of Software Package in Office. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิธิตา จงประเจิด. (2554). สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญเอื้อ โจว. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ กรณีศึกษาวิทยาลัยแพทยศาสตร์กรุงเทพมหานครและวชิรพยาบาล. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรชัย ชัยประทีป. (2553). แนวทางการออกแบบสำนักงานขนาดเล็กและโฮมออฟฟิศสำหรับสำนักงานออกแบบสถาปัตยกรรมและออกแบบภายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มารู้จัก Co-Working Space เทรนด์ใหม่เปลี่ยนชีวิตการทำงาน. (2558). สืบค้นจาก <https://www.forfur.com>.

- วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร, วีระอิน พันทั้ง และสันติ ฉันทวิลาสงวงศ์. (2544). *รายงานการวิจัยสถานภาพผลงานทางวิชาการ สาขาสถาปัตยกรรมในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- ศิขรินทร์ ลางกุลเสน. (2556). *Thailand Invasion! เมื่อ coworking บุกไทยแลนด์*. สืบค้นจาก <http://www.deskmag.com/th/thailand-invasion-coworking>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช และปริญญา ลักษิตานนท์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, สุกดา สุวรรณภรณ์, ลัทธิตการ ศรีวะระมย์ และชวลิต ประภวานนท์. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส วีรล์.
- Starbucks. (2558). สืบค้นจาก <http://popularreadingplaces.blogspot.com/2015/04/starbucks.html>.
- สุชาดา ชูติमारพันธ์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ Coworking Space ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิทย์ วงศ์จุริราพาณิชย์. (2555). *เจาะลึกเทรนด์ Coworking Space ตอนที่ 1 : ทำไมฟรีแลนซ์ถึงติดใจห้องทำงานรูปแบบใหม่นี้*. สืบค้นจาก <http://www.tcdc.or.th/articles/others/18005/#เจาะลึกเทรนด์-Coworking-Space-ตอนที่1-ทำไมฟรีแลนซ์ถึงติดใจห้องทำงานรูปแบบใหม่นี้>.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2552). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อนุกุล ป้อมปักษา. (2560). *การศึกษาความต้องการพื้นที่ใช้สอยของผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วม (Coworking Space) ในเขตกรุงเทพฯ ตอนเหนือ ภายใต้บริบทของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ออกแบบออฟฟิศตกแต่งสำนักงาน "การจัดพื้นที่ทำงาน". (2559). สืบค้นจาก http://successdesign-th.blogspot.com/2016/08/blog-post_25.html.
- ออกแบบออฟฟิศตกแต่งสำนักงาน "องค์ประกอบในสำนักงาน". (2559). สืบค้นจาก http://successdesign-th.blogspot.com/2016/08/blog-post_24.html.
- อาทิตย์ ฉัตรโพธิ์ทอง. (2560). *กรณีศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการบริหารจัดการในพื้นที่ทำงานร่วมกับแรงบันดาลใจทางสังคม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

- ฮับบ้า (Hubba) ที่สุดฮิปแห่งใหม่ของคนเมืองนั่งได้ทั้งวัน. (2556). สืบค้นจาก <https://www.chillpainai.com/scoop/711>.
- 8 เรื่องชวนรู้ของ Co-Working Space 2018. (2561). สืบค้นจาก <https://www.plus.co.th>.
- Albanese, R. (1981). *Managing: Toward accountability for performance* (3rd ed.). Homewood; IL: Irwin.
- Co-working Space Wolf Co-working Space. (2560). สืบค้นจาก https://www.forfur.com/media/idea/5941/5941_1471934726428461917.
- Co-Working Space เปลี่ยนตึกแถวให้กลายเป็น KO Kreate Space. (2560). สืบค้นจาก <http://www.homezoomer.com/co-working-space>.
- Coworking Space เปลี่ยนที่ (ทำงาน) สมองแล่นไอเดียกระฉูด. (2558). สืบค้นจาก <http://www.edtguide.com/article/438438/coworking-space-เปลี่ยนที่ทำงานสมองแล่นไอเดียกระฉูด>.
- Frels, B. (2014). *Workplace trends: Open office vs. traditional office plans*. Retrieved from <https://www.ariumae.com/workplace-trends-open-office-vs-traditional-office-plans/>.
- HUBBA Thailand. (2560). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/hubbathailand/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Little, K. B. (1965). Personal space. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1(3), 237–247.
- Niti, R. (2015). The environment and behavior in co working space: An analysis of privacy, personal space, and territoriality. In *The 2015 Global Real Estate Summit July 6–9, 2015*. Washington D.C.: The Asian Real Estate Society.
- Osmond, H. (1957). Function as the basis of psychiatric ward design. *Mental Hospitals*, 8, 23–30.



แบบคำถามในการสัมภาษณ์
เรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แนะนำตัวเองให้ทราบ

.....

.....

2. คุณมาใช้บริการ Coworking Space แห่งนี้บ่อยแค่ไหน

.....

3. คุณรู้สึกอย่างไรในภาพรวมกับการให้บริการ Coworking Space แห่งนี้

.....

.....

4. คุณคิดว่าการแบ่งสัดส่วนการใช้งานในแต่ละส่วนของ Coworking Space แห่งนี้มี
ความเหมาะสมหรือไม่

.....

.....

5. คุณได้ใช้บริการทุกพื้นที่ของ Coworking Space แห่งนี้หรือไม่

.....

.....

6. กิจกรรมต่าง ๆ หรือการให้บริการที่นี้ตอบโจทย์คุณอย่างไร

.....

.....

7. คุณคิดอย่างไรกับผู้มาใช้บริการท่านอื่น ๆ ของ Coworking Space แห่งนี้

.....

.....

8. คุณคิดว่าส่วนไหนของ Coworking Space แห่งนี้ควรปรับปรุง

.....

.....



แบบคำถามในการสัมภาษณ์
เรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แนะนำตัวเองให้ทราบ
.....(นาง) อังชวิษฐ์ คุณานนท์ อาชีพ Graphic Designer (Freelance).....
2. คุณมาใช้บริการ Coworking Space แห่งนี้บ่อยแค่ไหน
.....ทุกอาทิตย์..... เขตบางนา.....
3. คุณรู้สึกอย่างไรในภาพรวมกับการให้บริการ Coworking space แห่งนี้
.....ชอบบรรยากาศ..... สีสันสวยงาม..... มีสิ่งอำนวยความสะดวก..... และรสชาติของกาแฟ (Best Bag)
.....เมนูเครื่องดื่มทั้งร้อน เย็น..... มีทั้งเครื่องดื่มที่อร่อย..... ราคามิตรภาพ..... eco friendly..... มีโซนประชุม..... ห้องประชุม.....
.....เพื่ออำนวยความสะดวก.....
4. คุณคิดว่าการแบ่งสัดส่วนการใช้งานในแต่ละส่วนของ Coworking Space แห่งนี้มีความเหมาะสมหรือไม่
.....ยังไม่ค่อยเหมาะสมในบางพื้นที่..... เช่น โต๊ะกลาง..... ของใช้ส่วนตัว..... เสียมัธยมศึกษา
.....จากสิ่งที่ทางผู้ให้บริการจัดหา..... โซนประชุม..... ของครัว..... คนนั่งแน่นเกินไป..... ก็ยังดีอยู่ค่ะ.....
.....แต่ก็สะดวก..... แบ่งพื้นที่..... อาหารเช้า..... ของใช้.....
5. คุณได้ใช้บริการทุกพื้นที่ของ Coworking Space แห่งนี้หรือไม่
.....ใช่..... เพราะจะสะดวก..... ไป..... ตามใจ..... เสริม..... ความสะดวก..... เพื่อ.....
6. กิจกรรมต่างๆหรือการให้บริการที่นี้ ตอบโจทย์คุณอย่างไร
.....ไม่สะดวก..... ปรึกษา..... ปรึกษา.....
7. คุณคิดอย่างไรกับสมาชิกใช้บริการท่านอื่นๆของ Coworking Space แห่งนี้
.....ดี..... ปรึกษา..... ปรึกษา..... ปรึกษา.....
8. คุณคิดว่าส่วนไหนของ Coworking Space แห่งนี้ควรปรับปรุง
.....ราคา..... จำนวน..... ปรึกษา..... ปรึกษา.....

แบบคำถามในการสัมภาษณ์

เรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แนะนำตัวเองให้ทราบ
อานนท์ อิมรทินท์ ; Regional Retail Manager ;
Kerry Express Thailand
2. คุณมาใช้บริการ Coworking Space แห่งนี้บ่อยแค่ไหน
ทุกเดือน ประมาณอาทิตย์ละครั้ง
3. คุณรู้สึกอย่างไรในภาพรวมกับการให้บริการ Coworking space แห่งนี้
สะดวกมาก เหมาะกับคนที่ต้องการ นั่งคุยประชุมแบบรวดเร็ว
จะใช้กับคุณเป็นส่วนตัว ได้ประโยชน์
4. คุณคิดว่าการแบ่งสัดส่วนการใช้งานในแต่ละส่วนของ Coworking Space แห่งนี้มีความเหมาะสมหรือไม่
โอเค เพราะกิจกรรมที่กิจกรรม Role play กิจกรรมที่ตรงกับคนที่
ซึ่งบางครั้งใช้พื้นที่ outdoor ด้าน เหนือบริเวณดี และ ที่กิจกรรมได้สัมพันธ์
5. คุณได้ใช้บริการทุกพื้นที่ของ Coworking Space แห่งนี้หรือไม่
ใช้ทุกส่วนเหมือนกัน เช่น ห้องประชุม ห้องกลางห้อง นั่งคุย ที่ประชุม
แล้วแต่ถ้า ดีเหมือนกัน จะคุยอะไรก็ตาม แต่ส่วนใหญ่จะคุยงานเป็นหลัก 8-10 คน
พอดี
6. กิจกรรมต่างๆหรือการให้บริการที่นี้ ต่อยุ่กับคุณอย่างไร
บางครั้ง มาใช้บริการแล้วก็มีกิจกรรมพวกนี้ จะมีกิจกรรมเล่น หรือจากทางร้านกัน
ซึ่งที่ในร้าน สนุกดีเหมือนกัน มองว่าคุณพาร์ทเนอร์แล้ว พวกเค้าก็จะรู้จักคนอื่นอีกด้วย
7. คุณคิดอย่างไรกับผู้มาใช้บริการท่านอื่นของ Coworking Space แห่งนี้
มีทั้งชาวต่างชาติเอง แลคนไทยก็มี และแถม friendly มาก
เจ้านั้น พุดคุยกันไม่ยาก
8. คุณคิดว่าส่วนไหนของ Coworking Space แห่งนี้ควรปรับปรุง
ทำตรงไหนน้อยไปหน่อย บางครั้งแล้วก็มีของพวกนี้ที่มันท้อแล้ว
เหมือนกัน OK.

Int -7
wolf work

แบบคำถามในการสัมภาษณ์
เรื่อง การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แนะนำตัวเองให้ทราบ
Ball มีมาทนี่เจ็ท International ไปทำเป็นพาร์ทไทม์ office ได้
2. คุณมาใช้บริการ Coworking Space แห่งนี้บ่อยแค่ไหน
ทุกอาทิตย์ แต่จะถี่ขึ้นใน 1 ปีหลังเริ่มใช้
3. คุณรู้สึกอย่างไรในภาพรวมกับการให้บริการ Coworking space แห่งนี้
สะดวก modern คอมพิวเตอร์เยอะ สภาพแวดล้อมดี ทัศนียภาพสวย อุปกรณ์ครบ
4. คุณคิดว่าการแบ่งสัดส่วนการใช้งานในแต่ละส่วนของ Coworking Space แห่งนี้มีความเหมาะสมหรือไม่
เหมาะมาก เพราะ แต่ละประเภทการใช้งานจะถูกแบ่งไว้ตั้งแต่เริ่มต้นเลย เสร็จเรียบร้อยทุกอย่างแล้ว
นั่งทำงานกับลูกค้าได้สบาย
5. คุณได้ใช้บริการทุกพื้นที่ของ Coworking Space แห่งนี้หรือไม่
ยังไม่เลย ส่วนมากไป นอนไปคุยกับ 2 คนไปนั่งคุยกับ คนอื่น นอนไปคุยกับเพื่อนร่วมงาน
ที่อยู่ที่นั่นได้ทุกวัน
6. กิจกรรมต่างๆหรือการให้บริการที่นี้ ตอบโจทย์คุณอย่างไร
สำหรับลูกค้าที่สนใจไปซื้อ ของที่เขานำมาขาย เช่น ส่วนมากไม่ซื้อสินค้าที่วางขาย เขาใจดีมาก
ในระหว่างนี้ เรื่อง อื่นๆ ไม่ค่อยมีแล้ว
7. คุณคิดอย่างไรกับผู้มาใช้บริการท่านอื่นๆของ Coworking Space แห่งนี้
ดูเป็นส่วนตัว ไม่ค่อยคุยกับคนอื่น เพราะแต่ละคนมีเวลาทำงานของตัวเองอยู่แล้ว
ไม่ค่อยคุยกันกับคนอื่นแล้ว
8. คุณคิดว่าส่วนไหนของ Coworking Space แห่งนี้ควรปรับปรุง
ถ้าตามใจตัวเอง รอยเท้าไปนอนนอนเต็มห้องนอน หอนอนไม่พอเลยปรับปรุงห้องนอน
ตั้งอยู่ในสถานที่สวยๆ ภายนอกดี ปลอดภัย

ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ-นามสกุล	ณัฐกร พิณิจกรปภา
Name & Last Name	Natakorn Piniijkornpapar
วัน เดือน ปีเกิด	26 เมษายน 2530
Date of Birth	June 20, 1987
สถานที่ติดต่อ	10/790 ซอยนวมินทร์ 93 ถนนนวมินทร์ แขวงนวมินทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10240
Address	10/790 Nawamin 93 Nawamin Road, Nawamin Subdistrict, Buengkum District, Bangkok 10240
อีเมล	nuttakorn.lawo@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Education	Bachelor of Business Administration, International Business (International Program) University of Thai Chamber of Commerce
ประสบการณ์การทำงาน	(2552-ปัจจุบัน) ตกแต่งภายใน บริษัท ปราการเทพ จำกัด ตำแหน่ง: ผู้จัดการโครงการ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 3 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) บุษกร พินิจกรปภา อยู่บ้านเลขที่ 10/790
ซอย นวมินทร์ 93 ถนน นวมินทร์ ตำบล/แขวง นวมินทร์
อำเภอ/เขต บางกะปิ จังหวัด กทม รหัสไปรษณีย์ 10240
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7530800080
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการออกแบบภายใน คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การจัดการพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร

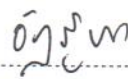
ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

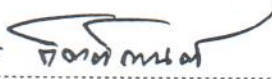
ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นงกร พินจักรปภา)

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อัญชิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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