



ปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน:

กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์

โดย

นายธนพล วงษ์ประเสริฐ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน:

กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์

โดย

นายธนพล วงษ์ประเสริฐ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



PHYSICAL FACTORS IN WORKPLACE PROMOTING CREATIVITY:  
CASE STUDY OF PUBLISHING HOUSES

BY

MR. THANAPOL WONGPRASERT



A THESIS IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARCHITECTURE  
ARCHITECTURE  
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2014  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSIT

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

นาย ธนพล วงษ์ประเสริฐ


เรื่อง

ปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน :  
กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์

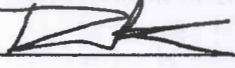
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2558

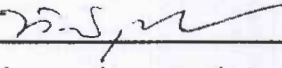
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์)

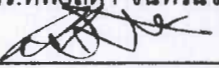
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(อาจารย์ ดร.ทิพย์สุดา จันทร์แจ่มหล้า)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(ดร.จิตพัทธ์ ออเรืองวิวัฒน์)

คณบดี

  
\_\_\_\_\_  
(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ตันตสวัสดี)



หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน : กรณีศึกษา อุตสาหกรรมการพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์
ชื่อผู้เขียน	นายธนพล วงษ์ประเสริฐ
ชื่อปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย
ปีการศึกษา	2557

### บทคัดย่อ

อาคารสำนักงาน เป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่สะท้อนภาพของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งค่าเช่าอาคารสำนักงานในปัจจุบันมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นจากปี 2012 - 2013 ถึง 3.5% และยังมีแนวโน้มการปรับค่าเช่าเพิ่มขึ้นทุกปี (CBRE Group ฉบับ Q3, 2013) ทำให้ผู้เช่าพื้นที่สำนักงานลดพื้นที่เช่าลงเพื่อประหยัดค่าเช่าสำนักงาน โดยการปรับลดพื้นที่นั่งทำงาน จากปี 2010 ถึงปี 2013 มีพื้นที่ลดลง 15.5% และ 70% ของผู้ที่ทำงานสามารถรับรู้ได้ (Congdon, Flynn, and Redman, 2014) บางบริษัทแก้ปัญหาด้วยจ้างพนักงานที่มีทักษะสูงแทนที่การจ้างพนักงานจำนวนมากเข้ามาทำงาน เมื่อพื้นที่ทำงานลดลงย่อมส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ (Bernstein, 2014) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมุ่งเน้นให้และให้ความสำคัญ (จากการสัมภาษณ์นายกสมาคมงานบริหารทรัพยากรอาคารแห่งประเทศไทย, 2014) การเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการมักเลือกที่จะเพิ่มพื้นที่เปิดโล่ง ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกเหมือนถูกจับจ้องตลอดเวลา ส่งผลให้ความสามารถในการทำงานลดลง งานวิจัยนี้ได้เลือกอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากงานวิจัยของสำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่าอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ถูกจัดอยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 7 รูปแบบ ของการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจประกอบกับการสัมภาษณ์ โดยมุ่งเน้นศึกษารูปแบบของพื้นที่ทำงาน และผู้ที่ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน ซึ่งปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงานได้แก่ การมีพื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมของผู้ทำงานอยู่รวมกันมากกว่า 1 คน การที่ไม่มีอุปสรรคกีดขวางระหว่างการสนทนา การมีพื้นที่ที่สามารถใช้สมาธิในการทำงานได้ และการมีพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมที่ใช้ผ่อนคลาย จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้น กับผู้ที่ทำงานใน

(2)

พื้นที่บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ ผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อสถาปนิกและผู้ประกอบการที่ต้องการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ทำงาน สำหรับกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ในบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์

**คำสำคัญ:** ความคิดสร้างสรรค์, อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์, พื้นที่สำนักงาน



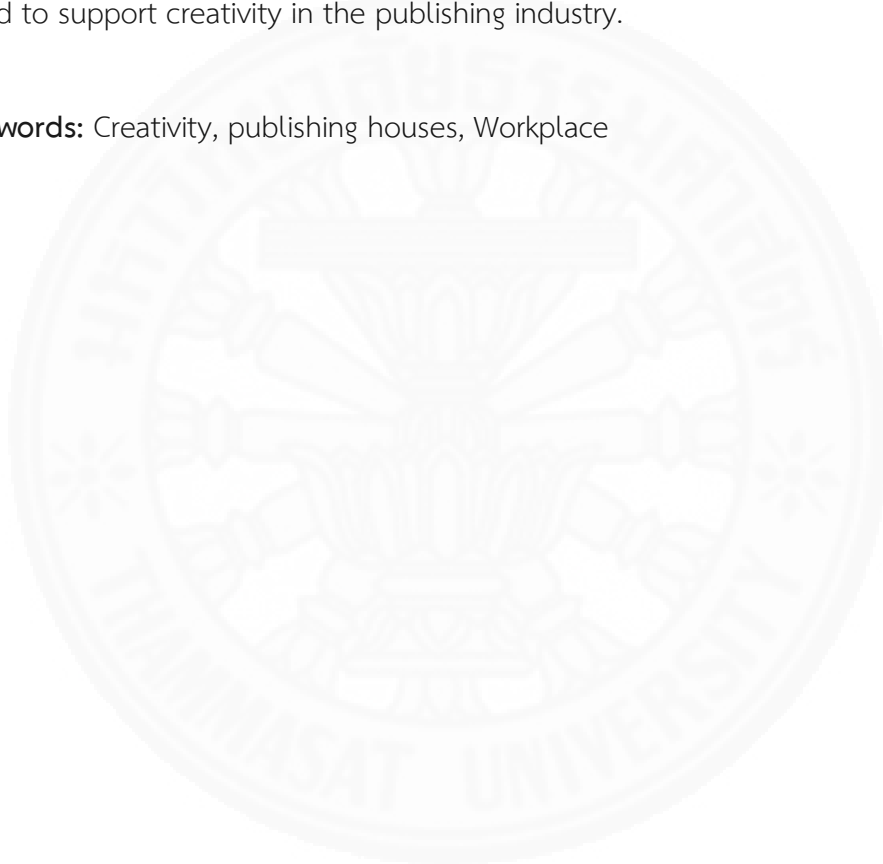
Thesis Title	PHYSICAL FACTORS IN WORKPLACE PROMOTING CREATIVITY : CASE STUDY OF PUBLISHING HOUSES
Author	Mr.Thanapl Wongpeasert
Degree	Master of Architecture
Major Field/Faculty/University	Architecture Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Peeradorn Kaewlai
Academic Years	2014

### ABSTRACT

Office buildings are an architectural form which reflects economical systems. Rent for office buildings increased between 2012 - 2013 by 3.5%, and are likely to continue rising year by year (CBRE Group Q3, 2013). Therefore tenants are reducing and adjusting the rental space in their offices to save on the cost of rent. Between the years of 2010 and 2013, 15.5% of offices witnessed a reduction in space and 70% of officers can be perceived (Congdon, Flynn, and Redman, 2014). In some cases, entrepreneurs prefer hiring highly skilled rather than normal skilled employees when workplace creativity decreases, and this sees a positive affect in creativity (Ethan Bernstein, 2014). Therefore entrepreneurs give emphasis and precedence to (from the interview of Thailand Facilities Management Association's president, 2014) this increase of creativity and also to the increase of outdoor space. This was also a result of office workers believing they were being watched all the time leading to a decrease in workplace efficiency. This research is based on findings from the publishing industry - one of the creative industries. Research from The Office of the National Economic and Social Development Board Thailand found that the publishing sector was classified as a one of 7 creative industries. This research monitors and interviews the different types of industry and places emphasis on areas such as working space, the creativity of office workers, and the factors that support

the creativity in the work place. The physical factors that effect the creativity in office areas are the availability of activity areas where workers in groups of 2 or more can join together and collaborate; the absence of barriers between conversations; the availability of quiet working space whereby workers can focus and concentrate; and the availability of relaxing and well-paced activities. These elements support and facilitate creativity among the workforce in publishing companies and these workplace experiences will result in advantages for architects and entrepreneurs who need to support creativity in the publishing industry.

**Keywords:** Creativity, publishing houses, Workplace



## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่มีพระคุณทุกท่านที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ ต้องขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิตร แก้วลาย ที่เป็นที่ปรึกษาหลักทั้งยังช่วยสนับสนุนข้อมูลและคอยช่วยผลักดันให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ

ขอบคุณพระท่านอาจารย์ ดร.ทิพย์สุดา จันทร์แจ่มกล้า ที่คอยช่วยชี้แนวทางและคอยสอนการทำวิทยานิพนธ์ที่ถูกต้องและสามารถดำเนินการจนแล้วเสร็จ เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์สำเร็จ

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์ และท่านอาจารย์ ดร.จิตพัฒน์ อดเรืองวิวัฒน์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าสอนเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล และการปรับข้อมูลเพื่อนำไปใช้ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีเนื้อหาง่ายต่อการทำความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.สกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล ที่คอยช่วยสนับสนุนข้อมูล และชี้แนวทางการทำวิทยานิพนธ์

ขอพระขอบคุณบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 บริษัทที่เมตตาอนุเคราะห์ข้อมูล และพาเยี่ยมชมสถานที่ทำให้ข้าพเจ้าได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทสำนักพิมพ์อย่างละเอียด และยังคงขอขอบพระคุณบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์อีก 4 แห่งที่อนุเคราะห์ให้เข้าเยี่ยมชม ทำให้สามารถกำหนดขอบเขตการศึกษาได้

ขอขอบพระคุณทางบริษัท Peoplespace Consulting (Thailand) และ Goodrender ที่คอยสละเวลาให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณเพื่อน และรุ่นพี่ที่คอยช่วยสนับสนุนทั้งด้านข้อมูล และจิตใจ

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ ครอบครัวที่คอยสนับสนุนทุกอย่าง และคอยให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ตลอดจนการเรียนจบการศึกษา ผู้วิจัยจึงหวังว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่าน และผู้ที่สนใจทุกท่าน

นายธนพล วงษ์ประเสริฐ

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย	1
1.1.1 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	2
1.1.2 อุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย	5
1.2 คำถามของงานวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่	6
1.5.2 ขอบเขตด้านการศึกษา	6
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย	7
1.7 คำจำกัดความ	8

บทที่ 2	วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1	แนวคิดและ ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์	9
2.1.1	องค์ประกอบความคิดสร้างสรรค์ในงาน	9
2.1.2	ปัจจัยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในงาน	10
2.1.3	เทคนิคเฉพาะในการคิดสร้างสรรค์	10
2.1.4	สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์	11
2.2	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบพื้นที่สำนักงาน	13
2.2.1	องค์ประกอบพื้นที่สำนักงาน	13
2.2.2	การจัดแผนผังสำนักงาน	18
2.3	รูปแบบพื้นที่สำนักงานที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์	21
2.4	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.5	การวิเคราะห์พื้นที่ศึกษาด้วยแนวคิดและทฤษฎี	23
2.6	กรณีศึกษา	33
2.6.1	บริษัท Google	33
2.6.2	บริษัท Lego	48
2.6.3	บริษัท Veen Media	53
2.6.4	บริษัท Forward media group	56
2.6.5	บริษัท Li-zenn	59
2.6.6	บริษัท art4D	61
2.6.7	บริษัทกรุงเทพธุรกิจ	63
2.6.8	สรุปกรณีศึกษา	65
บทที่ 3	วิธีการวิจัย	66
3.1	รูปแบบการวิจัย	66
3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	66
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	67
3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล	67
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล	68

บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	69
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่ทำงานของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์	69
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์	83
4.3 วัฒนธรรมองค์กร และขนาดองค์กร	91
4.4 สรุปพื้นที่การวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีและการใช้งานจริง	92
4.5 ข้อเสนอแนะพื้นที่ทำงานของพื้นที่สำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์	107
4.5.1 องค์ประกอบพื้นที่สำนักงาน	107
4.5.2 การจัดแผนผังสำนักงาน	109
4.5.3 องค์ประกอบพื้นที่สำนักงาน	110
4.5.4 การจัดแผนผังสำนักงาน	111
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	112
5.1 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ทางกายภาพของสถานที่ทำงานกับการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์	112
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรม และความต้องการ	115
5.3 สรุปปัจจัยทางกายภาพในพื้นที่สำนักงานที่ก่อ	116
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	116
รายการอ้างอิง	121
ภาคผนวก	124
ภาคผนวก ก.	125
ประวัติผู้เขียน	126



## สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1.1 การจัดประเภทอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4



## สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า	
1.1 วิธีการศึกษา	8
2.1 วิวฒนาการพื้นที่สำนักงาน	18
2.2 การจัดแบ่งพื้นที่ตามทฤษฎีของ Duffy	19
2.3 การจัดแบ่งประเภทสำนักงานตามพื้นที่ และเวลา	20
2.4 แนวทางในการจัดพื้นที่	22
2.5 แผนภาพปัจจัยการพูดคุยที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	24
2.6 แผนภาพปัจจัยการปัจจัยการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	25
2.7 แผนภาพปัจจัยการมีอิสรภาพในที่ทำงานที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	26
2.8 แผนภาพปัจจัยการได้พบเห็นสิ่งใหม่ที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	27
2.9 แผนภาพปัจจัยการเล่นสนุกที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	28
2.10 แผนภาพปัจจัยความสงบและอยู่ในวงค์ที่สะท้อนถึงพื้นที่ทาง	29
2.11 แผนภาพปัจจัยการเล่นสนุกที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	30
2.12 แผนภาพปัจจัยการเล่นสนุกที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ	31
2.13 แผนภาพปัจจัยทางจิตวิทยาที่สรุปเป็นปัจจัยทางกายภาพและรูปแบบพื้นที่สำนักงาน	32
2.14 แผนผังบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	33
2.15 แผนผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	34
2.16 พื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	35
2.17 แผนผังพื้นที่ทำงานที่มีการปิดกั้นของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	35
2.18 แผนผังพื้นที่ประชุมขนาดเล็กของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	36
2.19 แผนผังพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	36
2.20 พื้นที่ประชุมขนาดเล็กของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	37
2.21 พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	37
2.22 แผนผังพื้นที่สนับสนุนของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	38
2.23 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	39
2.24 แผนผังพื้นที่ของบริษัท Google ประเทศรัสเซีย	40
2.25 แผนผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Google ประเทศรัสเซีย	40
2.26 แผนผังพื้นที่ทำงานแบบปิดบริษัท Google ประเทศรัสเซีย	41

2.27	พื้นที่ทำงานบริษัท Google ประเทศไทย	41
2.28	แผนผังพื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Google ประเทศไทย	42
2.29	พื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Google ประเทศไทย	42
2.30	พื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย	43
2.31	แผนผังพื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย	43
2.32	แผนผังพื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย	44
2.33	พื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย	44
2.34	แผนผังบริษัท Google ประเทศสวีเดน	45
2.35	แผนผังพื้นที่ทำงานบริษัท Google ประเทศสวีเดน	45
2.36	แผนผังและภาพพื้นที่ประชุมบริษัท Google ประเทศสวีเดน	46
2.37	แผนผังและภาพพื้นที่สนับสนุนบริษัท Google ประเทศสวีเดน	47
2.38	แผนผังบริษัท Lego	48
2.39	พื้นที่ทำงานบริษัท Lego	48
2.40	แผนผังพื้นที่ทำงานบริษัท Lego	49
2.41	แผนผังพื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Lego	49
2.42	พื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Lego	50
2.43	แผนผังและภาพพื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Lego	51
2.44	แผนผังพื้นที่สนับสนุนบริษัท Lego	52
2.45	ผังพื้นที่สำนักงานบริษัท Veen media	53
2.46	ผังพื้นที่ทำงานบริษัท Veen media	53
2.47	แผนผังและภาพพื้นที่ประชุมบริษัท Veen media	54
2.48	พื้นที่สนับสนุนบริษัท Veen media	55
2.49	ผังพื้นที่ของบริษัท Forward media group	56
2.50	ผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Forward media group	56
2.51	ผังพื้นที่ทำงานแบบปิดของบริษัท Forward media group	57
2.52	ผังพื้นที่ประชุมของบริษัท Forward media group	57
2.53	ผังพื้นที่สนับสนุนของบริษัท Forward media group	58
2.54	ผังพื้นที่ของบริษัท Li-zenn	59
2.55	ภาพพื้นที่ทำงานของบริษัท Li-zenn	60
2.56	ภาพพื้นที่ประชุมและสนับสนุนของบริษัท Li-zenn	60
2.57	ผังพื้นที่ของบริษัท art4D	51

2.58	พื้นที่ทำงานของบริษัท art4D	61
2.59	พื้นที่ประชุมของบริษัท art4D	62
2.60	พื้นที่สนับสนุนของบริษัท art4D	62
2.61	ผังพื้นที่ของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ	63
2.62	ผังพื้นที่ทำงานของบริษัทกรุงเทพ	63
2.63	พื้นที่ทำงานของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ	64
2.64	พื้นที่สนับสนุนของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ	64
4.1	ผังพื้นที่สำนักงาน บริษัท A	70
4.2	บรรยากาศภายในห้องทำงาน บริษัท A	71
4.3	ภาพบรรยากาศพื้นที่ประชุมขนาดเล็ก (Small meeting area) บริษัท A	71
4.4	ภาพบรรยากาศพื้นที่สูบบุหรี่ (Smoking area) บริษัท A	72
4.5	การวิเคราะห์พื้นที่ภายในห้องทำงาน ของบริษัท A	72
4.6	แผนผังพื้นที่ภายในบริษัท B	74
4.7	การจัดผังพื้นที่ทำงานภายในบริษัท B	75
4.8	ภาพบรรยากาศบริเวณหน้าห้องประชุมของอาคารสำนักงานบริษัท B	76
4.9	ภาพบรรยากาศพื้นที่ทำงานที่เร่งงาด้านขวาภายในบริษัท B	76
4.10	รูปแบบการใช้งานพื้นที่บริษัท	77
4.11	การวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีของบริษัท B	78
4.12	การจัดผังพื้นที่ทำงานบริษัท C	79
4.13	บรรยากาศภายในพื้นที่สำนักงานบริษัท C	80
4.14	บรรยากาศภายในห้องประชุมของบริษัท C	80
4.15	ภาพการวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานของบริษัท C	82
4.16	แผนภูมิการทำงานของบริษัท A	84
4.17	แผนภูมิการทำงานของบริษัท	88
4.18	แผนภูมิการทำงานของบริษัท C	90
4.19	ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่สำนักงานแบบเปิด	92
4.20	ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่	94
4.21	ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่ประชุมขนาดเล็ก	95
4.22	ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่เตรียม	96
4.23	ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่สูบบุหรี่	97
4.24	พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่มแบบเปิดโล่ง ของบริษัท B	98

4.25	พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง ของบริษัท B	99
4.26	พื้นที่ทำงานแบบคอก ของบริษัท B	100
4.27	พื้นที่ประชุมของบริษัท B	101
4.28	พื้นที่สนับสนุนของบริษัท B	102
4.29	พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่งของบริษัท C	103
4.30	ห้องทำงานเดี่ยวของบริษัท C	104
4.31	พื้นที่ห้องประชุมของบริษัท C	105
4.32	พื้นที่สนับสนุนของบริษัท C	106
4.33	ภาพพื้นที่สำนักงานทั้ง 3 บริษัท	107
5.1	พื้นที่ทำงานของบริษัท Google	112
5.2	พื้นที่ประชุมของบริษัท Veen media	113
5.3	พื้นที่สนับสนุนของบริษัท Google	114



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

ธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการมุ่งเป้าไปยังการทำงาน ทั้งแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม เพื่อต้องการสร้างความคิดและการทำงาน ต่างสะท้อนผ่านประวัติรูปแบบผังพื้นที่สำนักงานมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามความต้องการทำงานแบบกลุ่มไปยังการทำงานแบบเดี่ยวและยังกลับไปยังรูปแบบการทำงานแบบกลุ่ม เป็นรูปแบบการปรับเปลี่ยนไปมาที่เป็นวงจร เพื่อหาสมดุลระหว่างพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะในที่ทำงาน จึงได้ทำการวิจัยขึ้นในปี 1980 โดย Congdon, Flynn, Redman, (2014) พบว่าร้อยละ 85 ของลูกจ้างชาวอเมริกาต้องการพื้นที่ที่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และไม่ถูกรบกวน ร้อยละ 52 กล่าวว่าพวกเขาเหมือนติดอยู่ในพื้นที่ลูกบาศก์ ในพื้นที่ที่ล้อมรอบไปด้วยกำแพงนับร้อย ร้อยละ 23 พวกเขาต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้นจากเดิม ร้อยละ 50 กล่าวว่าพวกเขาต้องการเข้าถึงผู้อื่นได้มากขึ้น ในพื้นที่สำนักงานและ ร้อยละ 40 พวกเขาต้องการมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่สำนักงานโดยเฉลี่ยต่อคนมีขนาดเล็กลงจากเดิม ปี ค.ศ. 2010 มีพื้นที่เฉลี่ยต่อหัว 225 ตารางฟุต แต่ต่อมาในปี 2013 พบว่า พื้นที่เฉลี่ยต่อหนึ่งคนทำงานเหลือเพียง 190 ตารางฟุตต่อคนซึ่งคนทำงานกว่า ร้อยละ 70 สามารถรับรู้ได้ขนาดพื้นที่ที่เล็กลง พื้นที่ที่เล็กลงส่งผลต่อความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน ความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้พื้นที่สำนักงานในแต่ละประเทศ ก็มีไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความหนาแน่นของประชากรในแต่ละประเทศ เช่นประเทศจีน และ อินเดีย ก็จะมีพื้นที่ความเป็นส่วนตัวน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ ผู้คนมากมายต่างต้องการความเป็นส่วนตัวกลับมา (Christine Congdon, Donna Flynn, and Melanie Redman, 2014) จากการสัมภาษณ์นายกสมาคม Facility management แห่งประเทศไทยนโยบายขององค์กรส่วนใหญ่เน้นในเรื่องของการสร้างสรรค์ผลงานกันมากขึ้น สืบเนื่องจากการทำธุรกิจนั้น นักลงทุนหรือเจ้าของธุรกิจอยากใช้เงินลงทุนที่ต่ำและได้รับผลตอบแทนที่สูงที่สุด จากการลงทุนในการจ้างพนักงานหนึ่งคนเข้ามาทำงาน ทั้งนี้งานการที่ผู้มาทำงานในพื้นที่สำนักงาน เจ้าของกิจการมีความคาดหวังที่จะให้ลูกจ้างสามารถสร้างผลงานได้ดีแทนที่จะเป็นการจ้างแรงงานเพิ่ม

เมื่อต้องการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้ที่ทำงานในสำนักงาน ผู้บริหารมักเลือกที่จะเพิ่มพื้นที่ทำงานที่เปิดโล่ง ความโปร่ง และความสามารรถเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลาในสำนักงาน ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกเหมือนถูกจับจ้องตลอดเวลา ส่งผลให้ความสามารถในการทำงานลดลง (Ethan Bernstein, 2014) ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบรับกับการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่และนโยบายบริษัท จึงได้มีการศึกษาและทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมที่สามารถทำงานเชิงสร้างสรรค์ได้ กรณีศึกษาของพื้นที่การทำงานเชิงสร้างสรรค์จึงเริ่มต้นศึกษาจาก กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่เป็นกลุ่มที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และต้องการพื้นที่ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์

### 1.1.1 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในปัจจุบันมีการจัดแบ่งประเภทออกเป็น 7 รูปแบบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ,2552) ตามตารางที่ 1.1 ดังนี้ การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร (UK DCMC Model), การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก (Symbolic Texts Model), การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copy Right Model), การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา (UNCTAD),การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric circle model) การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO), การจัดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเทศไทยแบ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกเป็น 12 รูปแบบ ตามการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD)

จากการศึกษาการจัดแบ่งประเภทอุตสาหกรรมทั้งสร้างสรรค์ทั้งหมด 7 รูปแบบพบว่า อุตสาหกรรมที่ถูกรจัดอยู่ในอุตสาหกรรมทั้ง 7 รูปแบบมีทั้งหมด 6 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ การโฆษณา ภาพยนตร์และวีดีโอ ดนตรี การพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ ศิลปะการแสดง (ละครเวที) ทัศนศิลป์ การถ่ายภาพและงานฝีมือ และเมื่อเปรียบเทียบอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ได้กล่าวมานั้นพบว่า อุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้ประเทศมากที่สุด ใน 10% ของจีดีพี (GDP) หรือ ที่มีมูลค่ามากกว่าห้าหมื่นล้านบาทขึ้นไป นั้นมี 2 อุตสาหกรรมได้แก่ ทัศนศิลป์ไทย และการพิมพ์ไทย เมื่อเปรียบเทียบพบว่าอุตสาหกรรมกาพิมพ์นั้นมีอัตราการเจริญเติบโต จากปี 2550 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 66,242 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเป็น 74,900.92 ล้านบาทในปี 2553 เท่ากับว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีการเติบโตรวม 13.07% หรือเฉลี่ยปีละ 3.27% ซึ่งมีอัตราการเติบโตจากมากกว่าอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่มีการเติบโตจากปี 2550 ที่มีมูลค่า 174,562.54 ล้านบาทเป็น 196,314.62 ล้านบาทในปี 2553 เท่ากับว่ามีการเติบโตอยู่ที่ 12.46% หรือเฉลี่ย 3.11% ต่อปี นอกจากนี้เรื่องเศรษฐกิจแล้วอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ไทยนั้นยังมีพื้นที่การทำงานที่มีลักษณะเฉพาะมากกว่า ทำให้รูปแบบพื้นที่สำนักงานของกลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อาจไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ทำงานรูปแบบอื่นๆที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ได้



ตาราง 1.1

## การจัดประเภทอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์

	DCMS	Symbolic Texts	Concentric Circles	WIPO	UNCTAD	UNESCO	NESDB
การโฆษณา	x	x	x	x	x	x	x
สถาปัตยกรรม	x		x	x	x	x	x
การออกแบบ	x		x	x	x	x	x
แฟชั่น	x	x	x			x	x
ฟิล์มและวิดีโอ	x	x	x	x	x	x	x
ฮาร์ดแวร์ (อุปกรณ์)	x	x		x		x	
บริการท่องเที่ยว			x		x	x	
วรรณกรรม		x	x	x	x	x	
ดนตรี	x	x	x	x	x	x	x
พิพิธภัณฑ์ห้องแสดง ห้องสมุด			x	x		x	
การพิมพ์สิ่งพิมพ์	x	x	x	x	x	x	x
ซอฟต์แวร์	x	x		x	x		x
กีฬา		x					
ศิลปะการแสดง (ละครเวที)	x	x	x	x	x	x	x
การกระจายเสียง		x	x	x	x	x	x
วิดีโอเกม	x	x	x	x	x	x	
ทัศนศิลป์ การ ถ่ายภาพและงาน ฝีมือ	x	x	x	x	x	x	x

หมายเหตุ ดัดแปลงจาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552

### 1.1.2 อุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย

อุตสาหกรรมการพิมพ์ไทยนั้นประกอบไปด้วย ส่วนการพัฒนาและได้มาซึ่งเนื้อหาข้อมูล (Content Development and Acquisition) ส่วนการออกแบบและพัฒนารูปแบบสิ่งพิมพ์ (Design and Formation) ส่วนการตีพิมพ์ และการจัดเก็บสินค้า (Manufacturing and Warehousing) การจัดจำหน่ายการตลาด (Sale and Marketing) การบริโภค (Consumption) ส่วนที่จะทำการศึกษา ได้แก่บริษัทที่มีส่วนของ ส่วนการพัฒนาและได้มาซึ่งเนื้อหาข้อมูล (Content Development and Acquisition) ส่วนการออกแบบและพัฒนารูปแบบสิ่งพิมพ์ (Design and Formation) โดยมุ่งเน้นไปยังบุคลากรที่ทำงานในตำแหน่ง นักเขียน นักออกแบบ นักวาดภาพประกอบ และส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานเชิงสร้างสรรค์

ส่วนการพัฒนาและได้มาซึ่งเนื้อหาข้อมูล (Content Development and Acquisition) ประกอบไปด้วย กลุ่มบุคคลที่ทำอาชีพดังต่อไปนี้ นักเขียน ผู้เก็บข้อมูล กองบรรณาธิการ ผู้ปรับปรุงต้นฉบับ ผู้พิสูจน์อักษร ส่วนการออกแบบและพัฒนารูปแบบสิ่งพิมพ์ (Content Development and Acquisition) ประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคลต่อไปนี้ ช่างภาพ นักวาดภาพประกอบ ผู้จัดหารูปภาพ นักออกแบบ ผู้ติดต่อขออนุญาตการใช้รูปภาพประกอบ ผู้จัดวางรูปแบบการพิมพ์ ทั้งสองส่วนที่กล่าวมานั้น มีการใช้พื้นที่ทำงานที่เป็นรูปแบบสำนักงานเหมือนกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น การออกแบบอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ในส่วนของพื้นที่ทำการศึกษานั้น ประกอบไปด้วยพื้นที่ 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ พื้นที่การทำงาน พื้นที่ประชุมและพื้นที่สนับสนุนกิจกรรมในการทำงาน

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

จะมีปัจจัยใดบ้างในพื้นที่สำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ส่งเสริมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบและองค์ประกอบทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์

เพื่อศึกษากิจกรรมและพฤติกรรมการใช้พื้นที่ ของผู้ทำงานในพื้นที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

วิเคราะห์และสรุปผล ระหว่างพื้นที่และการใช้งานเพื่อสรุปออกมาเป็น ปัจจัยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

เป็นประโยชน์ต่อสถาปนิก ที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในพื้นที่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์

เป็นประโยชน์ต่อบริษัทต่าง ๆ ที่มีนโยบายส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในที่ทำงาน สามารถเข้าใจบุคลากร และสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ต่อไปในอนาคตได้

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

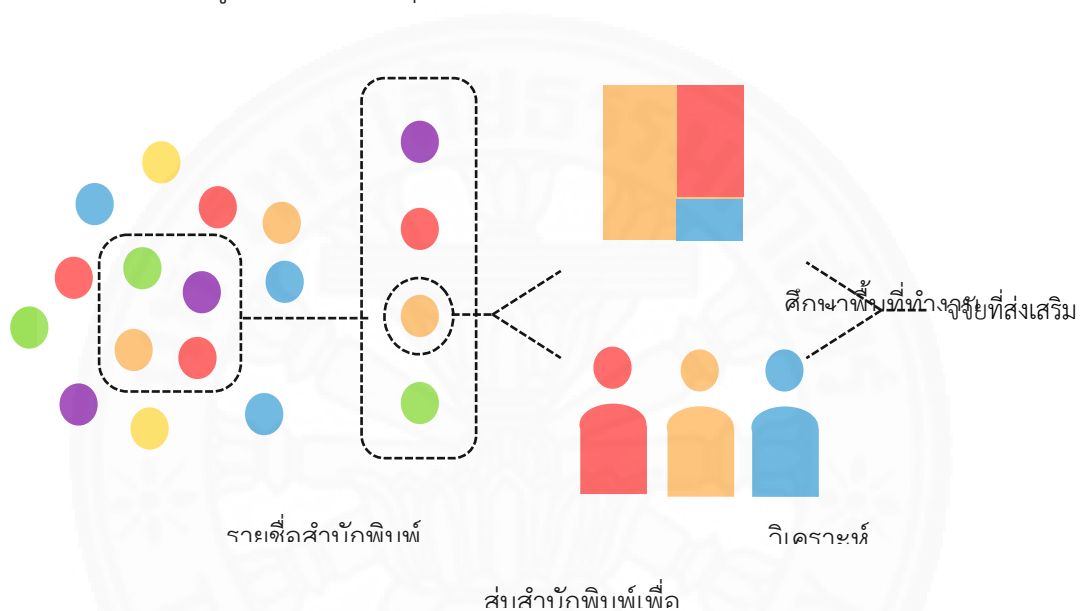
ศึกษาพื้นที่ พื้นที่บริษัทการพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โดยเน้นไปที่องค์ประกอบของพื้นที่สำนักงานฝ่ายการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของบริษัทการพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์

### 1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตของประชากรที่ทำการศึกษานั้นเป็นผู้ที่ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงานที่ได้เข้าไปทำการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่และพฤติกรรมการใช้งาน

## 1.6 ขั้นตอนการศึกษา

ในการศึกษาผู้วิจัยเริ่มต้นจากการรวบรวมรายชื่อของ บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับรางวัล จากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) จากนั้นจึงสุ่มเข้าไปเก็บข้อมูล โดยการเก็บ ข้อมูล 2 ส่วนหลักๆได้แก่ ส่วนพื้นที่ทางกายภาพ และส่วนของพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อศึกษา รูปแบบของพื้นที่ต่างๆที่มีผลต่อการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ และส่วนการสัมภาษณ์เพื่อศึกษา ถึงการใช้งานพื้นที่จริงเพื่อเข้าใจว่ากลุ่มผู้ที่ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์นั้นมีพฤติกรรมการใช้พื้นที่ แบบใด ก่อนนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วนมาสรุปเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 1.1 วิธีการศึกษา

## 1.7 คำจำกัดความ

1.7.1 องค์ประกอบพื้นที่สำนักงานหมายถึง องค์ประกอบพื้นที่สำนักงานที่จะทำการศึกษา ในครั้งนี้ประกอบไปด้วยพื้นที่ 3 รูปแบบตามทฤษฎี (Kennedy Smith,2006) ประกอบไปด้วย พื้นที่ส่วนทำงาน พื้นที่ประชุม พื้นที่สนับสนุน

1.7.2 รูปแบบของพื้นที่สำนักงาน หมายถึง การจัดผังและรายละเอียดของพื้นที่ ที่เกิดขึ้นในแต่ละองค์ประกอบของพื้นที่สำนักงาน

1.7.3 กิจกรรม หมายถึง รูปแบบหรือประเภทการใช้งานในพื้นที่นั้นๆ

1.7.4 พฤติกรรม หมายถึง ความถี่และระยะเวลาในการใช้พื้นที่นั้น ๆ

1.7.5 การทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงการทำงานที่ต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ตามทฤษฎีจะได้ศึกษา โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาแต่ยังผู้ที่ทำงานเชิงสร้างสรรค์ จากส่วนการพัฒนาและได้มาซึ่งเนื้อหาข้อมูล และส่วนการออกแบบและพัฒนารูปแบบสิ่งพิมพ์

1.7.6 บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์หมายถึง บริษัทที่สร้างขึ้นเพื่อการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งต้องใช้ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตผลงานออกมาตอบสนองต่อความต้องการตลาด

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์นั้นมิได้ให้ความหมายหลากหลายแต่ทุกท่านได้กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ว่าความคิดสร้างสรรค์คือ ความคิดแบบอนันต์หรือคือความคิดหลากหลายทิศทาง (Guilford, 1959) คือจินตนาการประยุกต์ กล่าวคือเป็นจินตนาการเพื่อแก้ปัญหาที่ยากที่มนุษย์กำลังเผชิญอยู่ (Osborn, 1957) คือการคิดอย่างลึกซึ้งในการคิดแก้ปัญหา ซึ่งเป็นความคิดเหนือขึ้นไปจากปกติ (Anderson, 1959) คือความคิดที่เกิดขึ้นโดยไม่มีขอบเขต และข้อจำกัด (Torrance, 1971) ความสามารถในการเชื่อมโยงสัมพันธ์ความคิด (Mednick, 2004) ความคิดโยงสัมพันธ์ ที่เชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ (Wallach & Kogan, 2010)

##### 2.1.1 องค์ประกอบความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

Kleysen and Street (2001) ได้มีการศึกษาค้นคว้าถึงเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของการทำงานพบว่า บุคลากรทุกคนล้วนมีความคิดสร้างสรรค์อยู่แล้ว เพียงแต่แตกต่างกันที่การระดับการนำมาใช้ พฤติกรรมสร้างสรรค์ในการทำงานประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบได้แก่

2.1.1.1 ด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) โอกาสจะได้เรียนรู้ ค้นหาลิขิตใหม่ ๆ ไปใช้ในการทำงาน เช่น การอบรมหรือค้นพบสิ่งแปลกใหม่ การยอมรับในโอกาสนั้น ๆ จะต้องมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสนั้นด้วย

2.1.1.2 ด้านความคิดริเริ่ม (Generativity) เป็นความสนใจในขั้นตอน ในการ กำหนดและนำเสนอ ความคิดใหม่ใหม่ เพื่อให้องค์กรยอมรับ จนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น การที่บุคคลมีกระบวนการคิดพิจารณา และอธิบายถึงโอกาสที่จะเกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยมีการจัดลำดับความคิด และหาความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดใหม่และข้อมูลที่เกิดจากการทำงาน

2.1.1.3 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Formative Investigation) เป็นการพิจารณาและวิเคราะห์ข้อมูล จากความคิดที่เกิดขึ้นมาใหม่ ตัวอย่างเช่น การรวบรวม และบูรณาการความคิดต่างๆ นำมาทดลองใช้ รวมทั้ง มีการวิเคราะห์ ถึงข้อจำกัดข้อดีและข้อเสียของความคิดใหม่

2.1.1.4 ด้านการเป็นผู้นำความคิด (Championing) ความสามารถในการนำความคิดสร้างสรรค์มา ปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับและสนับสนุนจากองค์กร คนจะต้องมีความเชื่อมั่น ในความคิดนั้น ในความคิดจะเกิดขึ้นเมื่อใหม่จะต้องมีการเชิญชวนให้ผู้อื่นเห็น ด้วยกับความคิดของตน และต้องมีการเผยแพร่ให้ต่อบุคคลอื่น

2.1.1.5 ด้านการประยุกต์ใช้ (Application) กล่าวคือคือการนำความคิดใหม่ มาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาจะต้องมีการนำไปทดลอง ปฏิบัติก่อนแล้ว จึงเผยแพร่ให้บุคคลอื่นในองค์กรมาประยุกต์ใช้ตาม

### 2.1.2 ปัจจัยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

ปัจจัยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางตรงและปัจจัยทางอ้อมปัจจัยทางตรงได้แก่ การฝึกอบรม การสอน ส่วนปัจจัยทางอ้อมได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน (อารีพันธ์มณี, 2543) นอกจากนี้ยังมีการเสนอ สถานการณ์ที่ส่งเสริมพฤติกรรมสร้างสรรค์ ที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกปลอดภัยทางจิตประกอบไปด้วย กระบวนการที่มีความสัมพันธ์ 3 อย่าง ได้แก่ 1) การยอมรับในคุณค่าของแต่ละบุคคลอย่างไม่มีเงื่อนไข เราจะทำให้บุคคลรู้สึกมั่นคงปลอดภัย สามารถค้นพบสิ่งต่าง ๆ ที่มีคุณค่าได้ 2) สร้างบรรยากาศที่ไม่ต้องมีการวัดและประเมินผลจากภายนอก จะทำให้เกิดความรู้สึกอิสระกล้าคิดและแสดงออก ทั้งความคิดและการกระทำเชิงสร้างสรรค์ 3) ความเข้าใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลที่มีทั้งการยอมรับ และความเข้าใจทำให้สามารถแสดงศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ (Roger, 1959)

### 2.1.3 เทคนิคเฉพาะในการคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์สามารถสถานะพัฒนาและมีเทคนิคการนำไปใช้จริงได้มีเทคนิคดังนี้ (กัลยากร วรกุลสถฐานีย์, 2547)

2.1.3.1 การคิดเชื่อมโยง การคิดเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยไม่มีขอบเขต เรื่องของความสัมพันธ์ ทุกความคิดสามารถเชื่อมโยงเข้าหากันได้หมด

2.1.3.2 การรวบรวมความคิด การหาจุดร่วมของสิ่งที่แตกต่างกัน มารวมกัน ให้เป็นสิ่งใหม่ เทคนิคนี้เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบ คล้ายคลึงกับการอุปมาอุปมัย เทียบเคียงกับสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่คุ้นเคย

2.1.3.3 การคิดแบบหลายทาง ปกติมนุษย์จะมีวิธีการคิด 2 รูปแบบ รูปแบบแรกเป็นการคิดอย่างมีขั้นตอนมีเหตุผลมีการคิดคำตอบที่ถูกเพียงข้อเดียว รูปแบบที่ 2 คือการคิดจากจุดเริ่มต้น แล้วกระจายความคิดออกไปหลายทาง ทำให้เกิดคำตอบขึ้นหลายอย่าง

2.1.3.4 การคิดแนวข้าง มีรูปแบบการคิด 2 รูปแบบ ได้แก่ การคิดแนวตั้งและการคิดแนวข้าง การคิดแนวตั้งคือ การคิดวิเคราะห์ อย่างเป็นขั้นตอน พิจารณารวมกับข้อจำกัด เพื่อให้เหลือ คำตอบที่ดีที่สุดเพียงอย่างเดียว ต่างจากรูปแบบการคิดแนวข้าง ตรงที่การคิดแนวข้างนั้น คล้ายกับการคิดหลายทาง เป็นการคิดหลายทิศทางเพื่อหาคำตอบ หลายคำตอบ

2.1.3.5 การระดมสมอง เป็นเทคนิคการรวมกลุ่มคน รวมความคิดที่มีหลากหลาย และระดมความคิดต่าง ๆ ความคิดที่เกิดขึ้นและมีการถกเถียงกันจะก่อให้เกิดคำตอบใหม่ตลอดเวลา

#### 2.1.4 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคนที่มีอยู่แต่อาจจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ โดยในการสรุปครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีสร้างสรรค์ที่หามาได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ปัจจัยจิตวิทยา และปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

##### 2.1.4.1 ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์

1. บรรยากาศของพื้นที่ทำงานเป็นไปตามที่ผู้ทำงานคาดหวังไว้ และผู้ทำงานยังสามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ทำงานตามความต้องการของตนเองได้ (Martin P., 2010)
2. โอกาสได้พบปะพูดคุยกับผู้อื่นเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิด (Martin P., 2010)
3. มีโอกาสได้ลองผิดลองถูก และโอกาสได้คิดนอกกรอบในการทำงาน (Robinson K., 2006)
4. มุมมองของผู้ทำงานที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล และความผิดพลาดบางอย่างอาจนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ (Mizrahi I., 2008)
5. การได้เรียนรู้ใหม่ ๆ การได้เรียนรู้อีกครั้ง อิสรภาพในการทำงาน และการทำงานที่ปราศจากการตัดสินด้วยความกดดันและความอับอาย (Brown T., 2009)
6. พื้นที่ที่มีความคุ้นเคย ความผ่อนคลาย เต็มไปด้วยการเล่นสนุก จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Brown T. 2009)
7. แนวความคิด 3B (อัศราพร โชคกิจการ, 2549)
  - 7.1 bus ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้จากการเดินทางทำให้ได้พบเห็นสิ่งใหม่ ๆ
  - 7.2 bath ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้เมื่อเกิดความสบายใจ อารมณ์ดี
  - 7.3 bed ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้จากความเียบสงบอยู่ในภวังค์



8. สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ สันติภาพและการสนับสนุนของผู้ที่ทำงานร่วมกัน การมีอิสระในการทำงาน ความต้องการที่จะพัฒนาตนเองของผู้ที่ทำงาน บรรยากาศของความเป็นประชาธิปไตยในพื้นที่ทำงาน (คิวพร โปทยานนท์, 2554)

#### 2.1.4.2 ปัจจัยทางกายภาพ

1. พื้นที่ที่สนับสนุนกิจกรรม การเรียนรู้ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วยเทคโนโลยีที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนและส่งต่อความรู้ (Martin P. 2010)

2. พื้นที่ที่มีรูปแบบ 4 รูปแบบดังนี้จะส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ (Groves K. 2010)

2.1 พื้นที่ที่แปลกใหม่ (space that stimulate) พื้นที่ที่แปลกใหม่นี้ มีลักษณะเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นได้จากเป็นพื้นที่ที่ไม่เคยพบเจอมาก่อน หรือเป็นพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้อย่างอิสระ จะช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

2.2 พื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการพูดคุย (space that collaboration) เป็นพื้นที่ที่มีกิจกรรมที่ทำให้ผู้ใช้งานมารวมตัวกันและมีโอกาสได้พูดคุยกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด เพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ตัวอย่างของพื้นที่เช่น พื้นที่พักรับประทานอาหาร

2.3 พื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดความผ่อนคลายและความสงบ (space that reflection) เป็นพื้นที่ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ด้วยความปลื้มใจ ความสงบ และผ่อนคลาย โดยพื้นที่นั้นมีลักษณะ เป็นพื้นที่แยกสำหรับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อาจเป็นเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งพื้นที่นั้นจะไม่ถูกรบกวนด้วยสิ่งต่าง ๆ เช่น เสียง การติดต่อ เป็นต้น

2.4 พื้นที่สำหรับการเล่น (space for play) เป็นพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมการเล่นสนุก โดยที่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับรูปแบบงานที่ทำอยู่ เช่น ห้องเล่นเกม ปิงปอง เกมการแทงพลู เป็นต้น พื้นที่เหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้เช่นกัน

### 2.1.4.3 สภาพแวดล้อมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสม

จะต้องประกอบไปด้วย เฟอร์นิเจอร์ อุณหภูมิ ความชื้น แสงสว่าง การหมุนเวียนอากาศที่เหมาะสมต่อการทำงาน และปราศจากเสียงรบกวนจากพื้นที่โดยรอบ (ศิวพร โปทยานนท์, 2554)

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในการจัดผังในพื้นที่สำนักงาน

พื้นที่สำนักงานที่เกิดขึ้นมานั้น ทั้งหมดเป็นการตอบสนองเมืองที่เปลี่ยนไปตามรูปแบบของเมืองยุคใหม่ เมืองแบบนี้จะประกอบไปด้วยอาคารสูงจำนวนมากเพื่อตอบสนองต่อจำนวนประชากรในเมืองที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับอาคารสูงเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของสถาปัตยกรรม จึงทำให้เกิดพื้นที่ใช้สอยมากมายหลายรูปแบบอาคารสูงและหนึ่งในนั้นก็คืออาคารสำนักงาน

### 2.2.1 องค์ประกอบพื้นที่สำนักงาน

สามารถจำแนก ได้เป็น 3 ส่วน (Smith K., 2006) แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ได้ 1. พื้นที่ทำงาน (Work spaces) 2. พื้นที่ประชุม (Meeting spaces) 3. ส่วนสนับสนุน (Support spaces)

#### 2.2.1.1 พื้นที่ทำงาน (working spaces)

พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (open plan, open office, office landscape) พื้นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด จำนวนผู้ใช้งานขั้นต่ำ 10 คน เหมาะสมกับการสื่อสารภายในพื้นที่อย่างไม่เป็นทางการบ่อยครั้ง เหมาะกับงานที่ไม่ต้องการสมาธิมากสามารถพูดคุยกันได้ในที่ระหว่างบุคคล และยังเป็นพื้นที่ทำงานแบบพื้นฐานของพื้นที่ทำงานสร้างสรรค์อีกด้วย ข้อดี สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย ติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก ใช้พื้นที่ได้คุ้มค่า และสามารถเพิ่มที่นั่งพิเศษได้ ข้อเสีย สามารถใช้เสียงได้อย่างจำกัด ไม่เหมาะกับงานที่เป็นความลับ ไม่สามารถควบคุมบรรยากาศรอบตัวได้

พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่มแบบเปิดโล่ง (team space, bullpen, cluster, pod) พื้นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด จำนวนผู้ใช้งาน 2 - 8 คน เหมาะสมกับการทำงานและการสื่อสารภายในทีม เหมาะกับงานที่ต้องการสมาธิระดับปานกลาง การติดต่อสื่อสารกันระดับปานกลาง ข้อดี สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างคุ้มค่า ปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ง่าย และไม่มีสิ่งกีดขวางในการสื่อสาร ข้อเสีย สามารถใช้เสียงได้อย่างจำกัด ไม่เหมาะกับงานที่เป็นความลับ สามารถควบคุมบรรยากาศรอบตัวได้เล็กน้อย

พื้นที่สำนักงานแบบคอก (cubicle, cope, clipper) เป็นพื้นที่ทำงานแบบกึ่งปิดทึบ สำหรับ 1 คน เหมาะกับงานที่ต้องการสมาธิปานกลาง และการติดต่อสื่อสารระดับปานกลาง โดยข้อดีคือ สามารถใช้พื้นที่ได้คุ้มค่า ปรับเปลี่ยนได้ง่าย ข้อเสียคือ สามารถใช้เสียงได้อย่างจำกัด ไม่เหมาะกับงานที่เป็นความลับ ไม่สามารถควบคุมบรรยากาศรอบตัวได้ และความเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลสูง ส่งผลให้การเรียนรู้และการติดต่อสื่อสารลดลง

ห้องทำงานส่วนบุคคล (private office, cellular office, management office) มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิด สำหรับ 1 คน เหมาะกับงานที่เป็นความลับ และงานที่ต้องการสมาธิสูง สามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุมขนาดเล็กได้ ซึ่งกิจกรรมที่ทำในห้องนี้อาจถูกรบกวนจาก โทรศัพท์และการติดต่อ ซึ่งพื้นที่ทำงานส่วนตัวมีข้อดีในเรื่องของความเป็นส่วนตัว งานที่เป็นความลับ สามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุมขนาดเล็ก และสามารถควบคุมสภาพอากาศภายในได้ ข้อเสีย ต้องใช้งบประมาณในการสร้างสูง พื้นที่สามารถใช้งานได้ต่ำลง ชัดขวางและเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร

ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office, department room, group room, twin room) มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิด สำหรับ 2 - 3 คน เหมาะกับงานที่ใช้สมาธิ และการติดต่อสื่อสารกันภายในกลุ่มบ่อยครั้ง ข้อดีเหมาะสำหรับงานที่เป็นความลับ สามารถควบคุมบรรยากาศภายในห้องได้ มีความสมดุลระหว่างความเป็นส่วนตัวและการติดต่อสื่อสาร ข้อเสีย ใช้งบประมาณสูง พื้นที่สามารถใช้งานได้ต่ำลง ปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ยาก ชัดขวางและเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร

ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room, drop office, project room, department room) มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิด สำหรับ 4 - 10 คน เหมาะกับงานที่เป็นความลับ และต้องการติดต่อสื่อสารในกลุ่มบ่อยครั้ง ข้อดีคือเหมาะสำหรับงานที่เป็นความลับ กระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดและการเรียนรู้ภายในกลุ่ม สามารถควบคุมสภาพอากาศได้ ข้อเสียคือต้องใช้งบประมาณในการก่อสร้างสูง อาจไม่เหมาะสมต่อปริมาณผู้ใช้งาน

ห้องทำงานแบบชั่วคราว (study booth, cockpit, quiet room, think tank) มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิด สำหรับ 1 คน เหมาะสำหรับงานที่ต้องการใช้สมาธิมาก ต้องการความเป็นส่วนตัวมาก หลีกเลี่ยงการรบกวนผู้อื่น สามารถใช้งานได้ดีในระยะเวลาหนึ่ง และต้องมีระบบการจองการใช้งานห้องนี้สำหรับพนักงานที่ไม่มีที่ทำงานประจำ ข้อดี สามารถควบคุมสภาพอากาศได้ มีความเป็นส่วนตัว ข้อเสีย ต้องมีระบบการจองการใช้งาน อาจมีการใช้งานนานเกินพอดี

พื้นที่ทำงานแบบเล้าจน์ (work lounge, business centre, club) มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด สำหรับ 2 - 6 คน เป็นพื้นที่ทำงานในระยะเวลาสั้น ๆ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทันที เหมาะกับงานที่ไม่ต้องการสมาธิมาก และการติดต่อสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการบ่อยครั้ง ข้อดี สามารถรองรับการใช้งานได้ปริมาณมาก สามารถพูดคุยกันได้ในพื้นที่หรือเฟอร์นิเจอร์ที่มีลักษณะกึ่งปิด เป็นพื้นที่ทางเลือกในการทำงานได้ ข้อเสีย ไม่เหมาะกับงานที่เป็นความลับ ไม่มีความเป็นส่วนตัว เฟอร์นิเจอร์มีราคาแพง และไม่สามารถควบคุมสภาพอากาศได้

พื้นที่ทำงานชั่วคราว (touchdown, internet sport, check point) มีลักษณะเป็นพื้นที่กึ่งเปิด สำหรับ 1 คน เป็นการทำงานในระยะเวลาสั้น ไม่ต้องการการติดต่อสื่อสารมาก โดยมีรูปแบบการใช้งานเป็นแบบมาก่อนได้ใช้งานก่อน ข้อดี สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย สามารถรองรับการใช้งานได้

จำนวนมาก ข้อเสีย เหมาะสำหรับพื้นที่สำนักงานที่มีรูปแบบกิจกรรมจำกัด ไม่สามารถใช้เสียงได้ ไม่มี  
ความเป็นส่วนตัว และไม่สามารถควบคุมสภาพอากาศได้

### 2.1.2.2 พื้นที่ประชุม (meeting space)

1. ห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room, interview room, drop-in room) มีลักษณะพื้นที่เป็นแบบปิด สำหรับ 2 - 4 คน เหมาะกับการประชุมขนาดเล็กทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ สามารถใช้กับงานที่เป็นความลับได้ มีรูปแบบการใช้งานแบบมาก่อน  
ได้ใช้ก่อน ข้อดี เหมาะกับการสื่อสารที่เป็นความลับ สามารถเป็นพื้นที่ทำงานได้เมื่อไม่มีการใช้งาน  
ข้อเสีย รูปแบบการใช้งานที่เป็นแบบมาก่อนได้ใช้งานก่อนอาจไม่เหมาะสม และไม่เหมาะกับการนำเสนอ  
งาน

2. ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room, conference room, seminar room, board room) มีลักษณะพื้นที่เป็นแบบปิด สำหรับ 5 - 12 คน เหมาะกับการ  
ประชุมอย่างเป็นทางการ โดยมีกำหนดการใช้ห้องอย่างชัดเจน สามารถใช้ประชุมกับงานที่เป็นความ  
ลับได้ และเหมาะกับการนำเสนองาน ข้อดี สามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุมขนาดเล็กได้ด้วย ผนัง  
กัน สามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องระดมความคิด (brainstorm room) ได้ถ้ามีอุปกรณ์พร้อม สามารถ  
ปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ทำงานแบบกลุ่มได้ ข้อเสีย ต้องมีกฎในการใช้งาน มีการใช้งานมากในบาง  
ช่วงเวลาเท่านั้น

3. พื้นที่ประชุมขนาดเล็ก (small meeting space, break-out area, huddle) มีลักษณะเป็นพื้นที่แบบเปิดหรือกึ่งเปิด สำหรับ 2 - 4 คน เป็นพื้นที่ประชุมชั่วคราว และ  
การสื่อสารสั้น ๆ อย่างไม่เป็นทางการ ไม่เหมาะกับการสื่อสารหรืองานที่เป็นความลับ รูปแบบการใช้  
งานเป็นแบบมาก่อนได้ใช้งานก่อน ข้อดีเหมาะกับการประชุมเฉพาะกิจ สามารถใช้เป็นพื้นที่ทำงาน  
ได้เมื่อไม่มีการใช้งาน ใช้งานได้สะดวกเพราะไม่ต้องจองล่วงหน้า ข้อเสีย รูปแบบการใช้งานแบบมา  
ก่อนได้ใช้งานก่อนอาจไม่เหมาะสม เสียงอาจรบกวนผู้ที่ทำงานบริเวณใกล้เคียง ไม่มีความเป็นส่วนตัว  
และไม่เหมาะกับการทำงานที่เป็นความลับ

4. พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ (large meeting space, project space, training area) มีลักษณะเป็นพื้นที่แบบเปิด สำหรับ 5 - 12 คน ใช้ประชุมสั้น ๆ อย่างไม่เป็นทางการ  
และไม่เป็นความลับ ทั้งการประชุมและการนำเสนอ เหมาะกับการทำงานที่เป็นพิธีกรรมต่าง ๆ เช่นปาร์ตี้วัน  
เกิด รูปแบบการใช้งานเป็นแบบมาก่อนได้ใช้งานก่อน ข้อดี สามารถเข้าร่วมกิจกรรมและการประชุม  
ได้ง่าย ไม่ต้องจองการใช้งานล่วงหน้า และสามารถปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ทำงานได้ เสียงอาจรบกวนผู้ที่  
ทำงานในพื้นที่ใกล้เคียง ไม่มีความเป็นส่วนตัวและไม่เหมาะกับการทำงานที่เป็นความลับ

5. ห้องระดมความคิด (brainstorm room, innovation room, strategy room, creative room) มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิด สำหรับ 5 - 12 คน โดยพื้นที่มีลักษณะการ

ใช้งานเป็นการประชุม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ หน้าที่หลักใช้เป็นพื้นที่ระดมความคิด สำหรับงานที่กึ่งเป็นความลับ การใช้งานต้องมีการจองและต้องมีการบำรุงรักษาพื้นที่ ข้อดี สามารถใช้เป็นห้องประชุมขนาดใหญ่ได้ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเมื่อพื้นที่ได้รับการออกแบบมาอย่างถูกต้องและมีอุปกรณ์ที่ครบครัน ข้อเสีย ไม่สามารถทราบถึงอัตราการใช้งานที่แน่นอนได้

6. จุดนัดพบ (meeting point, chat point, bird table) มีลักษณะเป็นพื้นที่แบบเปิดหรือกึ่งเปิด สำหรับ 2 - 4 คน เป็นพื้นที่ประชุมชั่วคราว และการสื่อสารสั้น ๆ อย่างไม่เป็นทางการ ในระยะเวลาสั้น ๆ รูปแบบการใช้งานเป็นแบบมาก่อนได้ใช้งานก่อน ข้อดี เหมาะกับการประชุมอย่างรวดเร็ว สามารถใช้เป็นพื้นที่พักคอย (waiting area) ทดแทนได้ และใช้พื้นที่น้อยมาก ข้อเสีย อาจมีเสียงรบกวน เป็นพื้นที่ที่สามารถสื่อสารสิ่งที่เป็นความลับและความเป็นส่วนตัวได้อย่างจำกัด

### 2.2.1.3. พื้นที่สนับสนุน (meeting space)

1. พื้นที่เก็บของชั่วคราว (filling space, local archive, live filing) พื้นที่ที่มีลักษณะได้ทั้งรูปแบบเปิดและแบบปิด เป็นพื้นที่ที่เก็บของที่ใช้งานประจำ หรือสิ่งของที่ใช้งานบ่อยครั้ง ข้อดี สามารถใช้เป็นที่ป้องกันหรือลดเสียงรบกวนได้ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่ ข้อเสีย พื้นที่อาจบดบังแสงจากธรรมชาติ และพื้นที่อาจขาดการใช้งานได้

2. พื้นที่เก็บของ (storage space, stock room, team storage) พื้นที่ที่มีลักษณะได้ทั้งรูปแบบเปิดและแบบปิด เป็นพื้นที่เก็บของ อุปกรณ์ ฯลฯ ข้อดี ช่วยเพิ่มพื้นที่ส่วนกลาง และลดพื้นที่ส่วนตัวสามารถแบ่งพื้นที่ต่าง ๆ ออกจากกันได้ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ สามารถอยู่ร่วมกับพื้นที่อื่น ๆ ได้ ข้อเสีย พื้นที่เหล่านี้ต้องเสียค่าเช่า และอาจไม่คุ้มค่า

3. พื้นที่ปริ้นและถ่ายเอกสาร (print and copy area, service area, resource area) พื้นที่ที่มีลักษณะได้ทั้งรูปแบบเปิดและแบบปิด เป็นพื้นที่สำหรับปริ้นงานและถ่ายเอกสาร ข้อดี สามารถอยู่ร่วมกับพื้นที่อื่น ๆ ได้ และสามารถใช้พูดคุยได้ ข้อเสีย อาจมีเรื่องเสียง ความร้อน สารพิษ และการพูดคุยความลับในพื้นที่นี้มีความเสี่ยง

4. พื้นที่เก็บจดหมาย (mail area, mail drop, pigeon-hole) พื้นที่ที่มีลักษณะกึ่งเปิดหรือเปิดโล่ง เป็นพื้นที่สำหรับเก็บจดหมาย ข้อดี สามารถอยู่ร่วมกับพื้นที่อื่น ๆ ได้ และยังสามารถอยู่ร่วมกับพื้นที่ทางเดินได้ ข้อเสีย เป็นพื้นที่ที่ไม่ก่อให้เกิดผลจากการทำงาน

5. พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area, coffee corner, vending area) มีลักษณะเป็นพื้นที่ทั้งแบบเปิดและปิด เป็นพื้นที่สำหรับเตรียมอาหารประเภทเครื่องดื่มและขนมเล็กน้อย ยังสามารถแชร์อุปกรณ์ และใช้เป็นพื้นที่สนทนาได้อีกด้วย ข้อดี ทำให้พื้นที่เตรียมอาหาร ของกาแฟแยกออกจากพื้นที่ทำงาน ใช้เป็นพื้นที่สนทนาทางสังคมได้ พื้นที่จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อ

อยู่รวมกับพื้นที่พักผ่อน ข้อเสีย อาจรบกวนผู้ที่ทำงานอยู่โดยรอบได้ถ้าพื้นที่เป็นแบบเปิด พื้นที่อาจเกิดความสกปรกได้ง่าย

6. พื้นที่พักผ่อน (break area, break out, relation area) มีลักษณะเป็นพื้นที่ทั้งแบบกึ่งเปิดและปิด เป็นพื้นที่สำหรับใช้พักผ่อนจากการทำงาน สามารถใช้พื้นที่จัดกิจกรรมได้ และยังสามารถใช้ประชุมอย่างไม่เป็นทางการได้ ข้อดี สามารถใช้พื้นที่เพื่อความผ่อนคลายได้ เป็นพื้นที่ประชุมอย่างไม่เป็นทางการได้ และจะให้ประสิทธิภาพได้ดีเมื่ออยู่ร่วมกับพื้นที่เตรียมอาหาร ข้อเสีย อาจมีการใช้งานไม่คุ้มค่า

7. พื้นที่เก็บของส่วนบุคคล (locker area, personal garage, cloakroom) มีลักษณะพื้นที่แบบเปิดละกึ่งเปิด ใช้สำหรับเก็บของใช้ส่วนตัว ข้อดี เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีที่ทำงานประจำ สามารถลดขนาดพื้นที่โต๊ะสำนักงานลงได้ และสามารถอยู่ร่วมกับพื้นที่ทางเดินได้ ข้อเสีย การใช้งานอาจจะน้อยทำให้ไม่คุ้มค่า

8. ห้องสูบบุหรี่ (smoking room, smokers lounge, smoking cabin) มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิด สำหรับการสูบบุหรี่ และการพูดคุยเล็กน้อย ข้อดี ทำให้ไม่รบกวน ผู้ที่อยู่ข้างเคียง ข้อเสีย ทำให้เสียพื้นที่โดยเปล่าและยังมีกลิ่นติดอีกด้วย

9. ห้องสมุด (library, reading room, study area) พื้นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่กึ่งปิดและพื้นที่ปิด ใช้สำหรับการอ่าน การทำงานแบบชั่วคราว (touch down) และยังสามารถเป็นที่ประชุมได้ ข้อดี เป็นพื้นที่ที่สงบและมีสมาธิ และยังสามารถปรับเป็นพื้นที่ทำงานชั่วคราวได้ ข้อเสีย หากพื้นที่มีการใช้งานน้อยอาจไม่คุ้มค่า

10. ห้องเล่นเกม (games room, fun room, entertainment room) พื้นที่มีลักษณะปิด เป็นพื้นที่ห้องสำหรับ เล่นเกม พุดคุย และผ่อนคลายจากการทำงาน ข้อดี มีบรรยากาศผ่อนคลาย มีการพบปะสังสรรค์กันเป็นสังคม มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกิดขึ้น และยังสามารถใช้พื้นที่เป็นพื้นที่ประชุมชั่วคราวได้ ข้อเสีย เป็นพื้นที่ที่ไม่ให้ผลตอบแทนเป็นรูปธรรม และถ้ามีการใช้งานน้อยอาจไม่คุ้มค่า

11. พื้นที่พักคอย (waiting area, guest area, meet and greet, primary circulation, corridor) พื้นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด หรือพื้นที่กึ่งเปิด ใช้เป็นพื้นที่ต้อนรับรับรองแขกในการรอ การอ่านหนังสือและข่าว การใช้คอมพิวเตอร์ การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์ ข้อดี ทำให้แขกที่มาเยี่ยมออฟฟิศไม่กล้าเข้าไปในพื้นที่สำนักงาน ทั้งยังให้ความรู้สึกต้อนรับ สามารถสร้างความประทับใจให้แก่แขกผู้มาเยี่ยมชมได้ ข้อเสีย พื้นที่ไม่ก่อให้เกิดผลผลิต

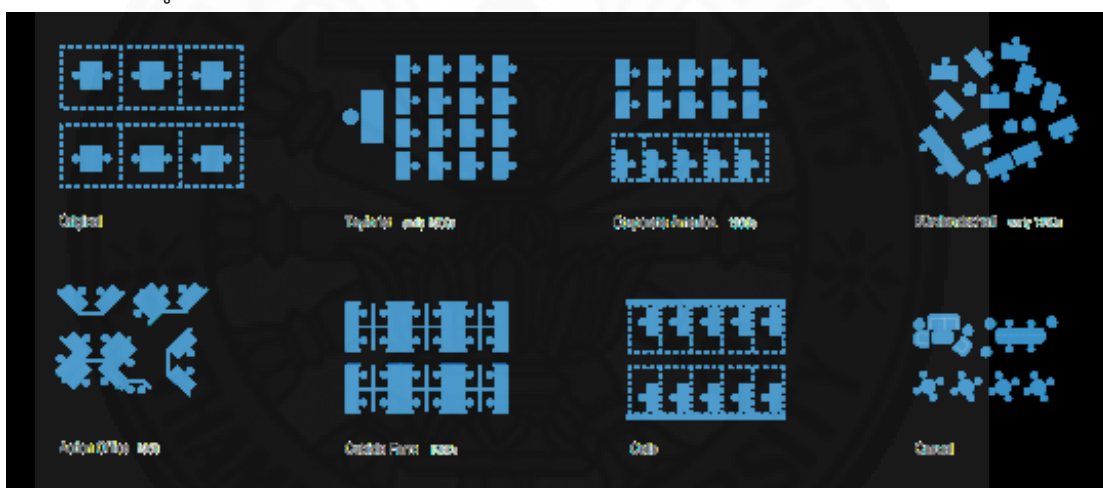
12. พื้นที่ทางสัญจร (circulation space) พื้นที่สำหรับการสัญจร ใช้สำหรับเชื่อมต่อ พื้นที่ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และยังสามารถใช้เป็นพื้นที่พบปะกันอย่างไม่เป็นทางการได้อีกด้วย ข้อดี สามารถอยู่ร่วมกับพื้นที่อื่น ๆ ได้ และยังสามารถใช้เป็นพื้นที่พบปะกันอย่างไม่เป็น



ทางการได้อีกด้วย ข้อยเสีย ถ้าได้รับการออกแบบมาไม่ดี จะทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณและพื้นที่ ประกอบกับทางเดินที่แคบไปจะทำให้รบกวนผู้ที่ทำงานโดยรอบได้

### 2.2.2 การจัดประเภท และการจัดแผนผังสำนักงาน

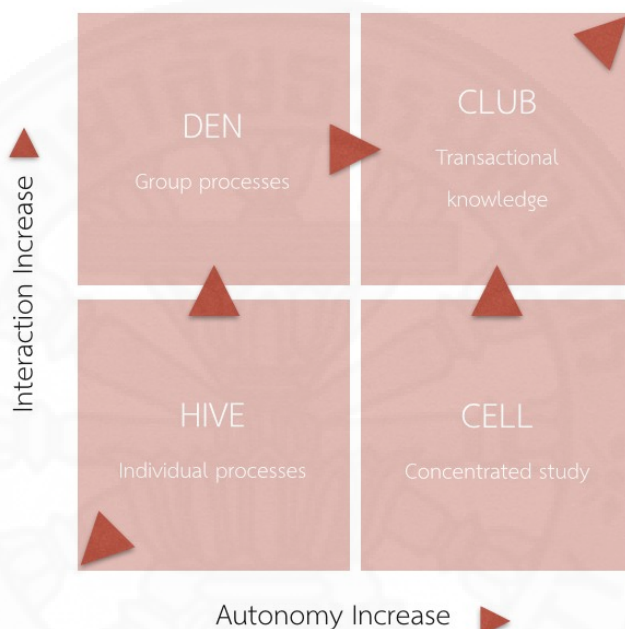
แต่ก่อนนั้นพื้นที่อาคารสำนักงานเกิดขึ้นจาก พื้นที่ทำงานอยู่ร่วมกันในตึกตึกเดียวกัน โดยมีการกันอยู่เป็นห้อง ๆ ก่อนจะมีการพัฒนารูปแบบช่วงปี ค.ศ. 1900 มาเป็นพื้นที่สำนักงานเปิด เพื่อรองรับคนงานจำนวนมากขึ้นช่วงปี ค.ศ. 1950 ได้เริ่มมีการจัดผังสำนักงานแบบคอปเปอร์เรต เพราะรูปแบบผังองค์กรที่เปลี่ยนไป โดยมีตำแหน่งหัวหน้าเพิ่มขึ้น ต่อมาช่วงปี 1960 ได้เกิดการจัดผังสำนักงานแบบภูมิทัศน์โดยมีการกระจายตัวพื้นที่ทำงานของแต่ละบุคคลในปี ค.ศ. 1968 เกิดเฟอร์นิเจอร์ ผันทั้งพื้นที่ เข้ามาทำการจัดแบ่ง รูปแบบสำนักงาน ภูมิทัศน์ หลังจากนั้นในปี ค.ศ. 1980 เกิดสำนักงานรูปแบบฟาร์มคิวบิก ซึ่งต่อมา จะพัฒนา เป็นรูปแบบเซลล์ และพัฒนาไปยังพื้นที่ออฟฟิศ รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ



ภาพที่ 2.1 วิวัฒนาการพื้นที่สำนักงาน จาก Liu H., 2012

การจัดแบ่งพื้นที่สำนักงานนั้น มีการแบ่งพื้นที่ทำงาน ตามทฤษฎีของ Duffy ได้ แบ่งประเภทของพื้นที่สำนักงานออกเป็น 4 แบบ ตามการมีปฏิสัมพันธ์และการแยกตัวออกมาเป็นอิสระสามารถไม่ได้ 4 รูปแบบ (Duffy, 1991)

1. DEN เป็นพื้นที่ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม
2. HIVE พื้นที่ทำและดำเนินงานอย่างเป็นส่วนตัว
3. CELL พื้นที่จัดจ่อในการเรียนรู้
4. CLUB พื้นที่ส่งต่อความรู้



ภาพที่ 2.2 การจัดแบ่งพื้นที่ตามทฤษฎีของ Duffy ดัดแปลงจาก *Performance Measurement of workplace change: Workplace typology* โดย Riratanaphong C., 2014

แต่จากการศึกษาพบว่า ใน ในปัจจุบัน การแบ่งรูปแบบพื้นที่สำนักงาน ตามทฤษฎี ของ Duffy ไม่สามารถนำมาแบ่งแยกได้ เพราะในพื้นที่สำนักงานส่วนใหญ่มีการผสมผสานรูปแบบต่าง ๆ ตามที่ได้แบ่งไว้ การจัดแบ่งพื้นที่สำนักงานที่พัฒนาขึ้น โดยมหาวิทยาลัยเดฟท์ (Vos et al., 1999) โดยแบ่งมิติของพื้นที่สำนักงานออกเป็น 3 รูปแบบได้แก่สถานที่พื้นที่และการใช้งาน



1. สถานที่ หมายถึง สถานที่ทำงาน สำนักงานกลาง หรือ telework (สำนักงานดาวเทียม, ศูนย์ธุรกิจ, สำนักงานชั่วคราวบ้านสำนักงาน และที่ทำงานทันที)

2. พื้นที่ หมายถึง รูปแบบผังพื้นที่สำนักงาน เช่น เซลออฟฟิศ ผังการทำงานแบบกลุ่ม ผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง และผังแบบผสม

3. การใช้งาน คือรูปแบบ ของการครอบครองพื้นที่ แบ่งออกเป็น พื้นที่ทำงานส่วนตัว พื้นที่ทำงานที่แชร์ร่วมกัน และพื้นที่ทำงาน ยังไม่มีใครเป็นเจ้าของ

นอกจากนี้ยังมี Nutt (2000) ได้มีแนวทางในการแบ่งประเภทพื้นที่สำนักงานตามปัจจัยในเรื่องของพื้นที่และเวลาซึ่งสามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

1. สถานที่เดียวกัน-เวลาเดียวกัน แนะนำรูปแบบ พื้นที่สำนักงาน ลักษณะเหมือนเป็นที่สำนักงานทั่วไป

2. สถานที่เดียวกัน-เวลาต่างกัน แนะนำรูปแบบพื้นที่สำนักงานเป็นแบบ Touch down หรือ สำนักงาน Drop-in

3. ต่างสถานที่-เวลาเดียวกัน แนะนำพื้นที่สำนักงานเป็น วิดีโอคอนเฟอเรนซ์

4. ต่างสถานที่-ต่างเวลาเดียวกัน แนะนำพื้นที่ทำงานรูปแบบออฟฟิศจำลองในโลกออนไลน์

Space	Non Coincident Working	Different Place Same Time	Different Place Different Time
	Coincident Working	Same Place Same Time	Same Place Different Time
		Coincident Working	Non Coincident Working

**Time**

ภาพที่ 2.3 การจัดแบ่งประเภทสำนักงานตามพื้นที่และเวลา จาก Nutt, 2000

### 2.3 รูปแบบพื้นที่สำนักงานที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์

Groves K., 2010 ได้กล่าวถึงพื้นที่ที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ว่ามีรูปแบบพื้นที่ 4 รูปแบบ

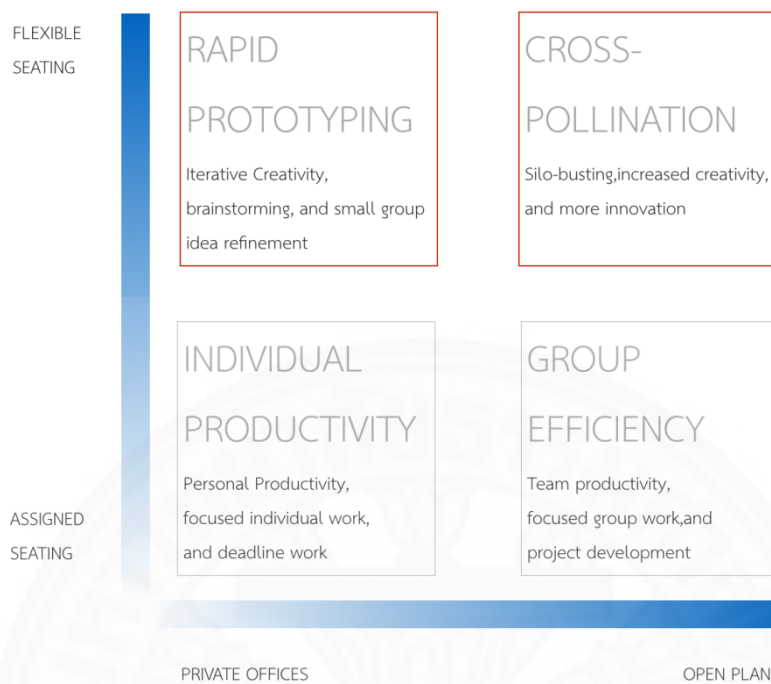
Space for Stimulate พื้นที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่ที่แปลกใหม่เป็นพื้นที่ ๆ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ตัวอย่าง LEGO's Idea House Oakley's design bunker Walt Disney's imagineers

Space for Refection พื้นที่ที่ส่งเสริมการถื่นถอง และเชื่อมต่อข้อมูลในสมอง เป็นพื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัว ผ่อนคลายตัวอย่างเช่น Google's water lounge P&G's nap pod DreamWorks animation's zigzag

Space for Collaboration พื้นที่ส่งเสริมการพบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูล และความรู้ ตัวอย่างเช่น โรงอาหารฟรี ที่ใช้อาหารเป็น สิ่งดึงดูดให้ผู้คนได้มาพบปะกัน ตัวอย่าง Google's microkitchen Bloomberg's free pantry Walt Disney imagineering's Grafitti Hallway

Space for Play พื้นที่เล่น เพื่อการเรียนรู้ และ การคิดสร้างสรรค์ สามารถนำสิ่งใหม่ ๆ ออกมาได้ ผ่านการ สื่อสาร รูปแบบพื้นที่เล่นไม่มี รูปแบบที่จำกัด และต้องมี ความสนุกไปด้วย ตัวอย่าง LEGO's Fun Lab Electronic Art's day-care Virgin's Screw it

นอกจากที่กล่าวมาแล้วยังมีบทความเรื่อง Workplace That Move People ที่มี การศึกษาเรื่องการจัดผังสำนักงานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการผลิต และความคิดสร้างสรรค์ (Waber, B., Magnolia, J., & Lindsay, G., 2014) จากการศึกษาพบว่าบริษัท เชื่อว่าผังแบบเปิดทำให้ความสามารถในความคิดสร้างสรรค์ และการผลิตเพิ่มขึ้น แต่พวกเขาไม่มีหลักฐานมาพิสูจน์ ซึ่งทางแก้ไขปัญหา ก็คือ เทคโนโลยี ที่สามารถติดต่อกับลูกจ้าง และสามารถบอกข้อมูลที่จะพัฒนาตัว พวกเขาเหล่านั้นได้ ในการศึกษาครั้งนี้พบปัจจัยการแบ่งพื้นที่ตามลักษณะความสามารถในการ ปรับเปลี่ยนที่นึ่ง และรูปแบบทางสำนักงาน



ภาพที่ 2.4 แนวทางในการจัดพื้นที่ จาก Weber B., Magnolia J., Lindsay G., 2014

จากการศึกษาพบว่าความคิดสร้างสรรค์ กับรูปแบบผังสำนักงาน รูปแบบที่เกิดความคิดสร้างสรรค์มากที่สุดนั้นก็คือรูปแบบพื้นที่สำนักงานที่สามารถปรับเปลี่ยนได้จะส่งเสริมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ ส่วนถ้าพื้นที่สำนักงานที่ปรับเปลี่ยนเป็นผังสำนักงานแบบปิด จะเป็นพื้นที่ที่ได้ครุ่นคิด ถิ่นกรองความคิดสร้างสรรค์ ถ้าเป็นรูปแบบสำนักงานปรับเปลี่ยนได้ และมีแผนผังรูปแบบเปิดจะเป็นพื้นที่กำเนิดความคิดสร้างสรรค์

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาของ Evans (2002) ที่ได้ทำการศึกษาและสรุปเกี่ยวกับการจัดการเชิงพื้นที่ ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ โดยได้ทำการศึกษา รูปแบบของสำนักงานที่ส่งผลกับความคิดสร้างสรรค์โดยศึกษาปัจจัยดังนี้ ความซับซ้อนในพื้นที่ แสง สี พืช หน้าต่าง คอมพิวเตอร์ ได้ผลดังนี้ พื้นที่ที่ทำให้ความคิดสร้างสรรค์ลดลงประกอบไปด้วย พื้นที่ที่มีความซับซ้อนสูง แสงสลัว โทนมืด และไม่มีของพืช หน้าต่าง คอมพิวเตอร์ ซึ่งตรงข้ามกับพื้นที่ที่ส่งเสริมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ที่ต้องการ พื้นที่ที่ไม่มีความซับซ้อน แสงสว่าง สีโทนเย็น มีพืช มีหน้าต่าง มีคอมพิวเตอร์แต่ในความเป็นจริงกลับพบว่าพื้นที่ที่ได้กล่าวมา มีความขัดแย้งกันเองบางส่วนเช่น พื้นที่ที่มีพืช มีการใช้วัสดุธรรมชาติ เมื่อกระทบกับแสงเกิดเป็นแสงโทนอุ่น ทำให้ไม่สามารถประเมินพื้นที่ที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้ง่ายนัก เพราะปัจจัยบางอย่างขัดแย้งกันเอง

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของคุณ Kerstin Sailer (2011) ที่ศึกษา 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่ กล่าวโดยสรุปคือการทำงานรูปแบบพื้นที่สำนักงานแบบเปิดช่วยเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ได้แต่จะถูกรบกวนเวลาทำงานเหมือนนั่งทำงานที่สนามบิน กล่าวคือมีเสียงรบกวนตลอดเวลา และยังมีเรื่องของความสัมพันธ์ความสนิทสนมระหว่างผู้ที่นั่งทำงาน ในพื้นที่ฝั่งสำนักงานแบบเปิดอีกด้วยกันจะทำให้ง่ายต่อการทำงานร่วมกันด้วย

## 2.5 การวิเคราะห์พื้นที่ศึกษาด้วยแนวคิดและทฤษฎี

จากทฤษฎีและแนวคิดที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์นั้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับพื้นที่จะพบเห็นความสัมพันธ์ซึ่งประกอบไปด้วย ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางกายภาพ และ รูปแบบพื้นที่สำนักงาน ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้น

### 2.5.1 ปัจจัยทางจิตวิทยา

1. การพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และความคิด
2. การเรียนรู้สิ่งใหม่
3. อิสรภาพในการทำงาน
4. การได้พบเห็นสิ่งใหม่
5. การเล่นสนุก
6. ความสงบ อยู่ในภาวะ
7. ความผ่อนคลาย

8. บรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง

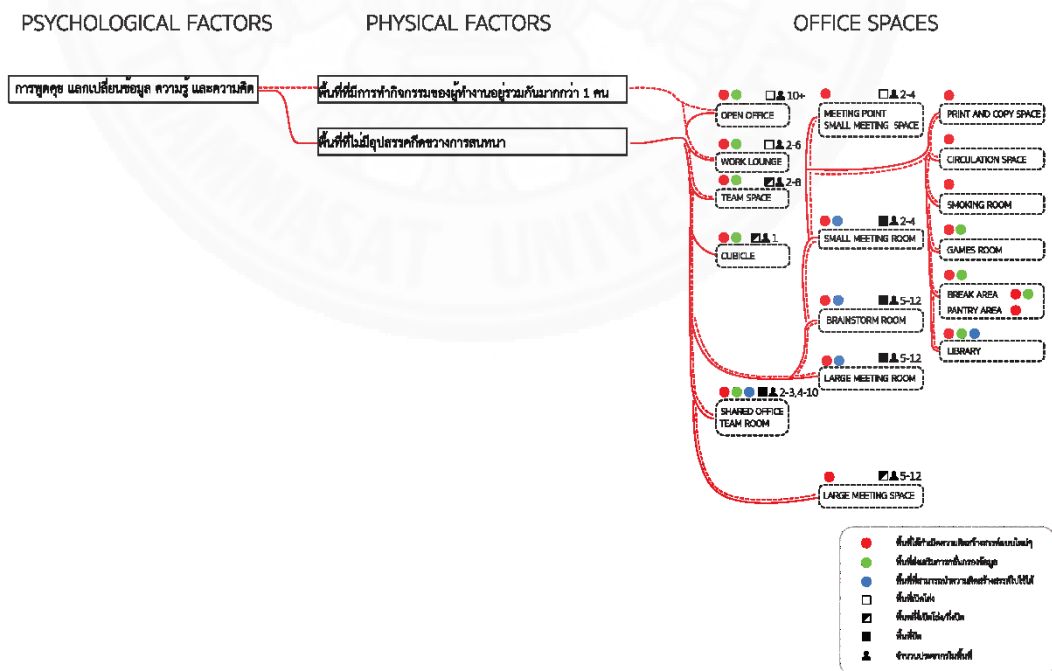
2.5.2 ปัจจัยทางกายภาพ

1. จากปัจจัยการพูดคุย จะสะท้อนถึงพื้นที่ที่มีลักษณะดังนี้

1.1 พื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมของผูทำงานอยู่ร่วมกันมากกว่า 1 คน

1.2 พื้นที่ที่ไม่มีอุปสรรคกีดขวางการสนทนา ตัวอย่างเช่น พื้นที่เปิดโล่ง

สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน ที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (open plan) พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่มแบบเปิดโล่ง (team space) พื้นที่สำนักงานแบบคอก (cubicle) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room) พื้นที่ทำงานแบบเล้าจน์ (work lounge) ห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room) ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) พื้นที่ประชุมขนาดเล็ก (small meeting space) พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ (large meeting space) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) จุดนัดพบ (meeting point) พื้นที่ปริ้นและถ่ายเอกสาร (print and copy area) พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่พักผ่อน (break area) ห้องสูบบุหรี่ (smoking room) ห้องสมุด (library) ห้องเล่นเกม (games room) พื้นที่ทางสัญจร (circulation space)



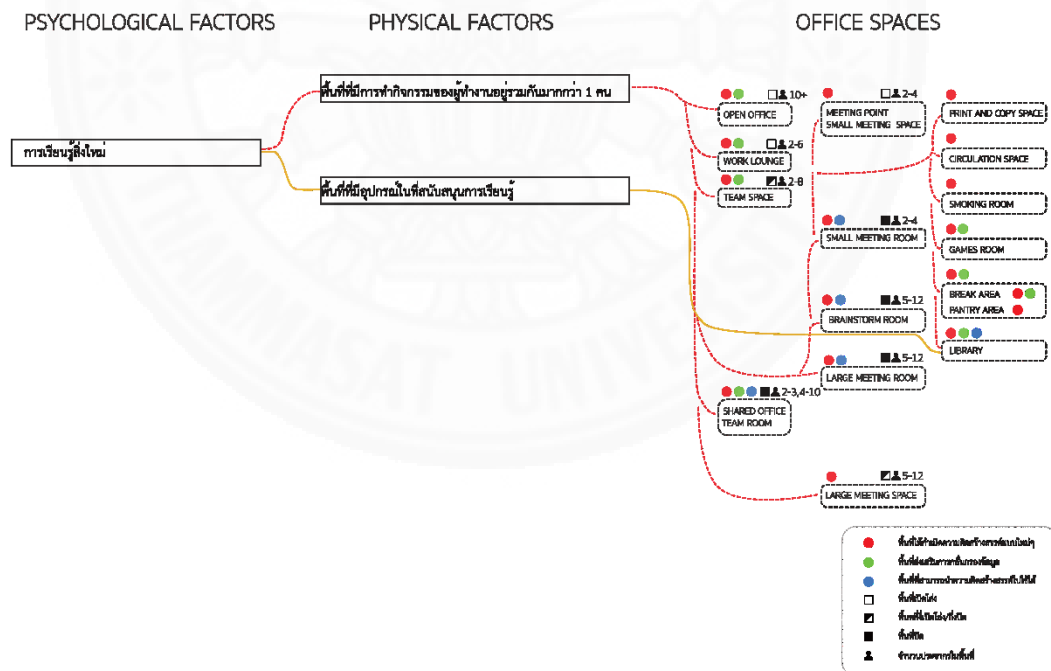
ภาพที่ 2.5 แผนภาพปัจจัยการพูดคุยที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

2. จากปัจจัยการเรียนรู้สิ่งใหม่ จะสะท้อนถึงพื้นที่ที่มีลักษณะดังนี้

2.1 พื้นที่ที่มีอุปกรณ์ในที่สนับสนุนการเรียนรู้

2.2 พื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมของผู้ทำงานอยู่รวมกันมากกว่า 1 คน

สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (open plan) พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่มแบบเปิดโล่ง (team space) พื้นที่สำนักงานแบบคอก (cubicle) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room) พื้นที่ทำงานแบบเล่นน้ำ (work lounge) ห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room) ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) พื้นที่ประชุมขนาดเล็ก (small meeting space) พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ (large meeting space) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) จุดนัดพบ (meeting point) พื้นที่ปริ้นและถ่ายเอกสาร (print and copy area) พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่พักผ่อน (break area) ห้องสูบบุหรี่ (smoking room) ห้องสมุด (library) ห้องเล่นเกม (games room) พื้นที่ทางสัญจร (circulation space)



ภาพที่ 2.6 แผนภาพปัจจัยการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

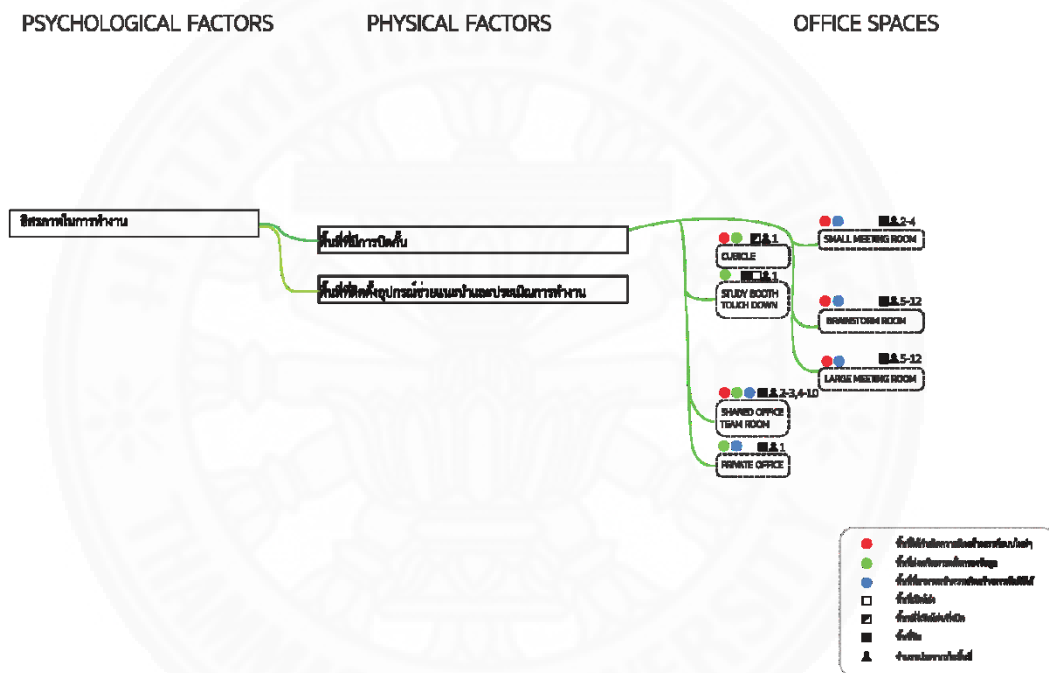
3. จากปัจจัยเรื่องอิสรภาพในการทำงาน จะมีลักษณะพื้นที่ดังนี้

3.1 พื้นที่ที่มีการปิดกั้น ไม่สามารถมองเห็นหรือมองเห็นได้เล็กน้อยในการทำงาน

3.2 พื้นที่ที่ติดตั้งอุปกรณ์ช่วยแนะนำและประเมินการทำงาน

สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน

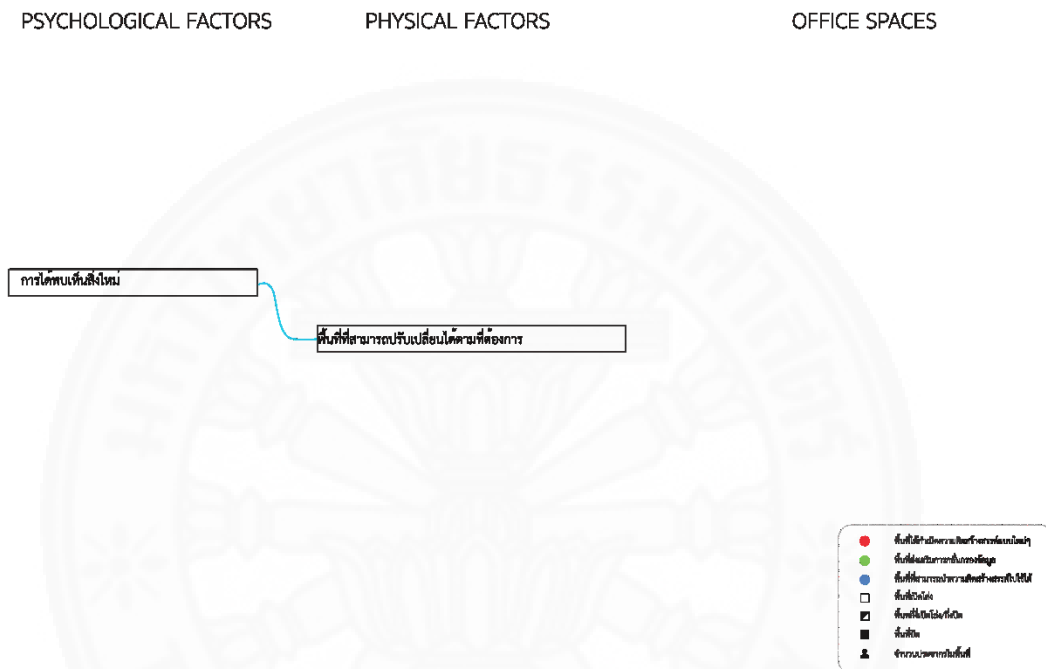
ห้องทำงานส่วนบุคคล (private office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room) ห้องทำงานแบบชั่วคราว (study booth)



ภาพที่ 2.7 แผนภาพปัจจัยการมีอิสรภาพในที่ทำงานที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

#### 4. จากปัจจัยการได้พบเห็นสิ่งใหม่ พื้นที่จะมีลักษณะ

4.1 พื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามที่ต้องการ เช่น การย้ายผนังกันห้อง สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงานที่มีกับอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้เองตามความต้องการของผู้ที่ใช้พื้นที่สำนักงาน

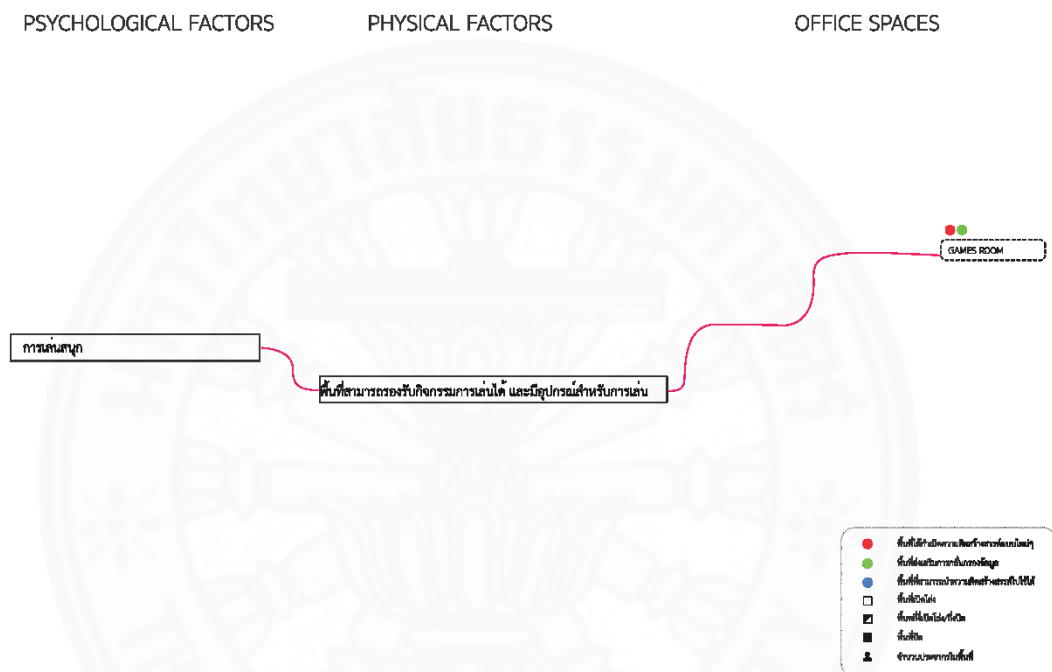


ภาพที่ 2.8 แผนภาพปัจจัยการได้พบเห็นสิ่งใหม่ที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ



## 5. จากปัจจัยการเล่นสนุก พื้นที่จะมีลักษณะ

5.1 พื้นที่ที่สามารถรองรับกิจกรรมการเล่นได้ และมีอุปกรณ์สำหรับการเล่น สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน ห้องเล่นเกม (games room)

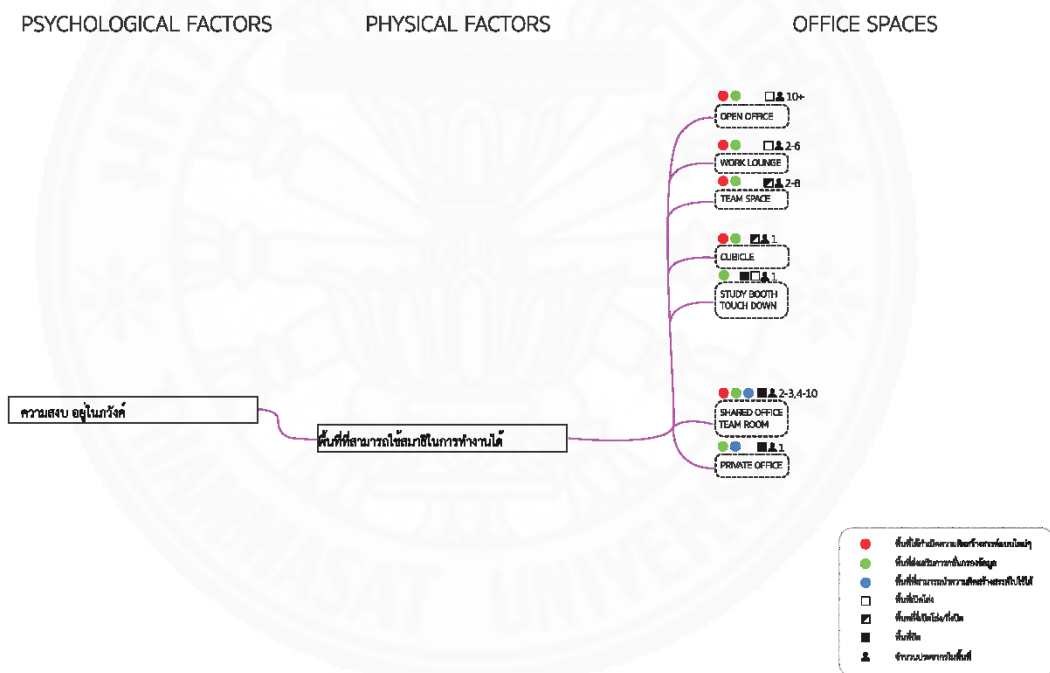


ภาพที่ 2.9 แผนภาพปัจจัยการเล่นสนุกที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

6. จากปัจจัยความสงบ อยู่ในวงค์ พื้นที่จะมีลักษณะ

6.1 พื้นที่ที่สามารถใช้สมาธิในการทำงานได้

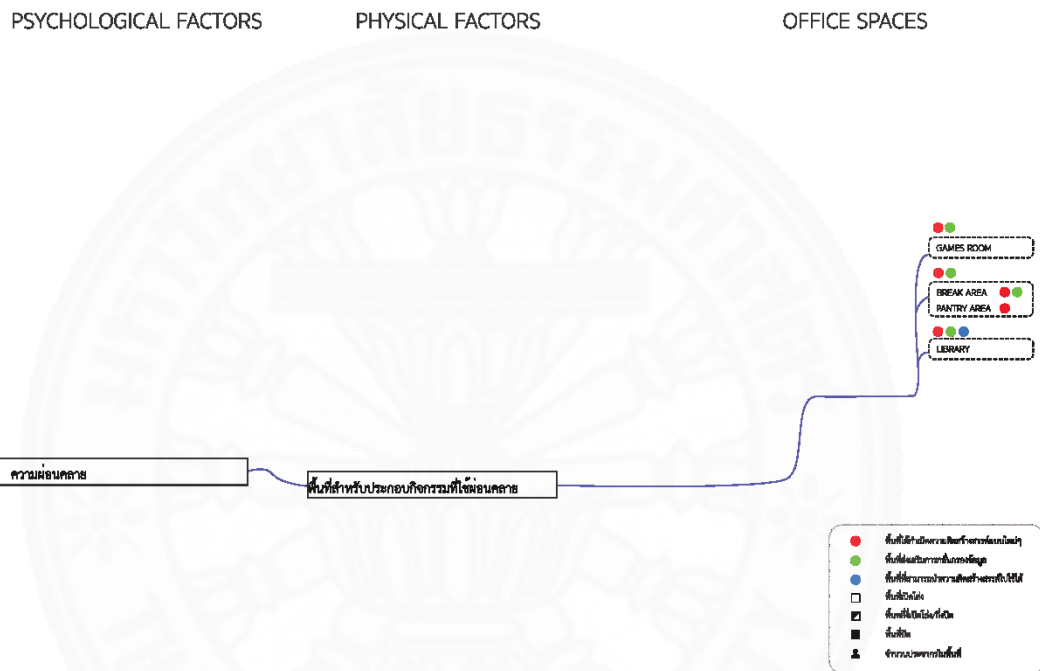
สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (open plan) พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่มแบบเปิดโล่ง (team space) พื้นที่สำนักงานแบบคอก (cubicle) ห้องทำงานส่วนบุคคล (private office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room) ห้องทำงานแบบชั่วคราว (study booth) พื้นที่ทำงานแบบเลานจ์ (work lounge) พื้นที่ทำงานชั่วคราว (touch down) พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่พักผ่อน (break area) ห้องสมุด (library) ห้องเล่นเกม (games room)



ภาพที่ 2.10 แผนภาพปัจจัยความสงบและอยู่ในวงค์ที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

## 7. จากปัจจัยความผ่อนคลาย พื้นที่จะมีลักษณะ

7.1 พื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมที่ใช้ผ่อนคลาย หรือพักจากการทำงาน สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่พักผ่อน (break area) ห้องเล่นเกม (games room)

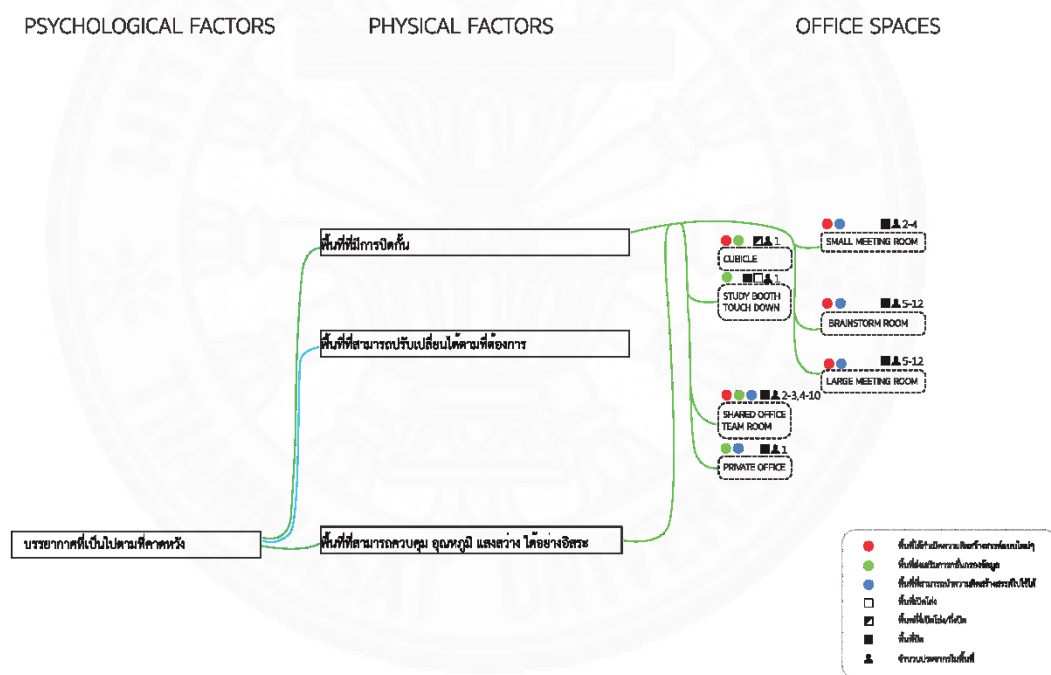


ภาพที่ 2.11 แผนภาพปัจจัยการเล่นสนุกที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

8. จากปัจจัยบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง พื้นที่จะมีลักษณะ

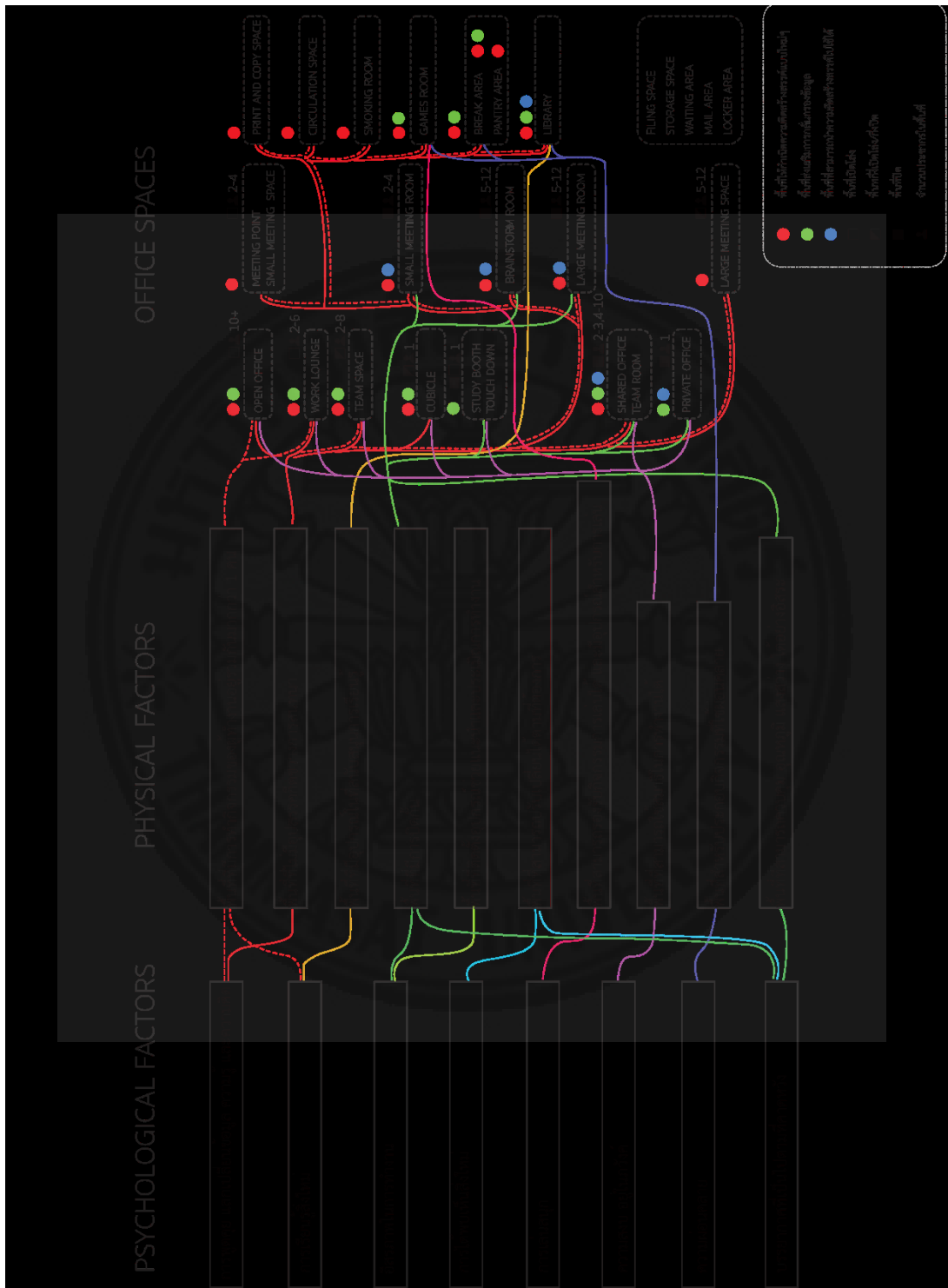
- 8.1 พื้นที่ที่สามารถควบคุม อุณหภูมิ แสงสว่าง ได้อย่างอิสระ
- 8.2 พื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามที่ต้องการ
- 8.3 พื้นที่ที่มีการปิดกั้น

สามารถพบได้ในรูปแบบพื้นที่สำนักงาน ห้องทำงานส่วนบุคคล (private office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office) ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room) ห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room) ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) ห้องสมุด (library)



ภาพที่ 2.12 แผนภาพปัจจัยการเล่นสนุกที่สะท้อนถึงพื้นที่ทางกายภาพ

จากปัจจัยทางจิตวิทยาที่นำมาวิเคราะห์และสรุปออกมาปัจจัยทางกายภาพและรูปแบบพื้นที่สำนักงานนั้น สามารถเรียงเรียงและสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 2.13 แผนภาพปัจจัยทางจิตวิทยาที่สรุปเป็นปัจจัยทางกายภาพและรูปแบบพื้นที่สำนักงาน

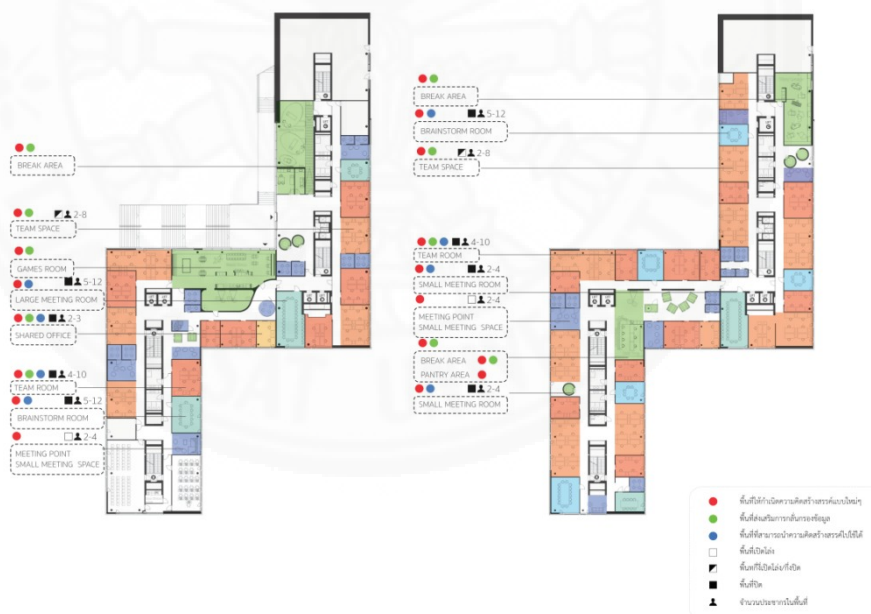
## 2.6 กรณีศึกษา

การศึกษาจากกรณีศึกษาตัวอย่างที่ได้เลือกศึกษานั้น ได้มีการคัดเลือกจากสำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่างที่ Krusty G, 2010 ได้กล่าวถึง ในหนังสือ I WISH I WORK THERE ซึ่งสำนักงานที่เลือกมานั้นประกอบไปด้วยพื้นที่สำนักงานจากบริษัท Google3 แห่ง และ บริษัท Lego1 แห่ง ส่วนกรณีศึกษาอีก 5 แห่งนั้นเป็นกรณีศึกษาที่คัดเลือกมาจากบริษัทสำนักพิมพ์ ทั้งของต่างประเทศและในประเทศไทย ซึ่งสำนักพิมพ์ต่างประเทศไทยประกอบไปด้วยบริษัท Veen media และ Forward media group ส่วนกรณีศึกษาในประเทศไทยนั้นประกอบไปด้วยบริษัท Li-zenn บริษัท art4D และบริษัท Bangkokbiz news

### 2.6.1 บริษัท Google

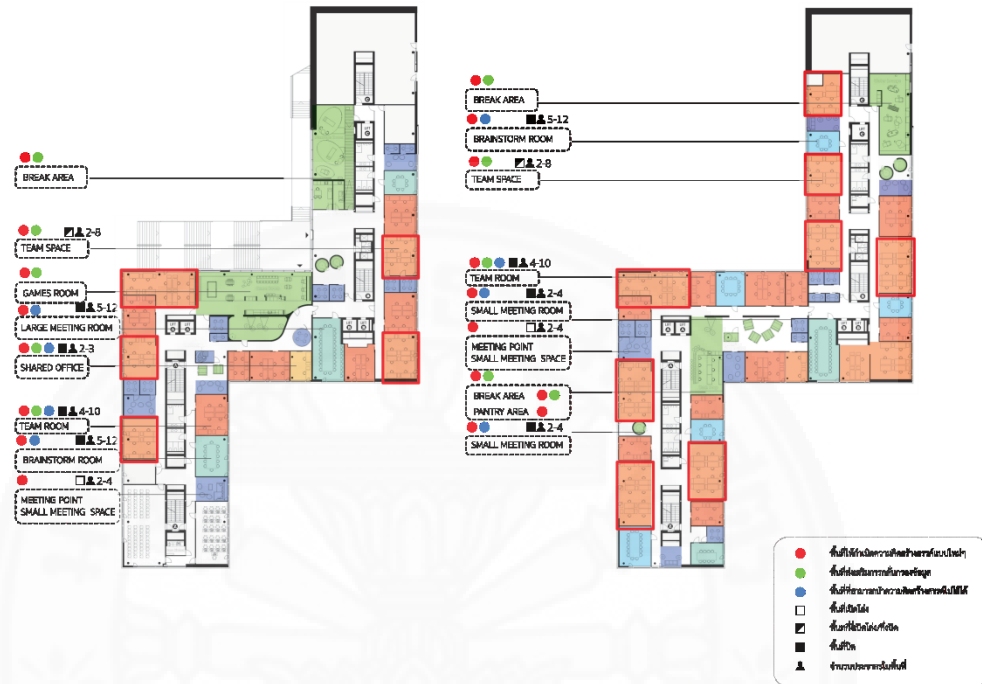
#### 2.6.1.1 บริษัท Google ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

พื้นที่สำนักงานตั้งอยู่ที่เมือง Zurich ประเทศ Switzerland ออกแบบโดยสถาปนิก Camenzind Evolution มีพื้นที่ทั้งหมด 12,000 ตารางเมตร สร้างขึ้นปี ค.ศ.2007 พื้นที่สำนักงานแบ่งเป็น 2 ชั้น



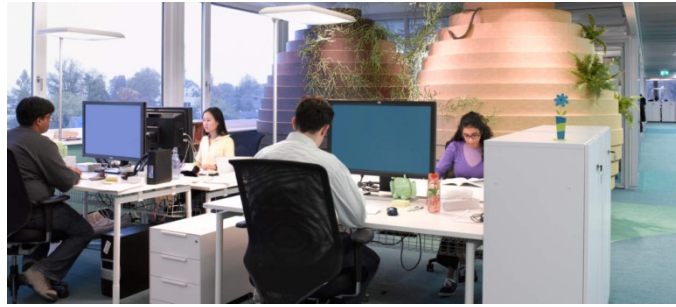
ภาพที่ 2.14 แผนผังบริษัท Google ประเทศ Switzerland ดัดแปลงจาก Camenzind Evolution, 2009

พื้นที่ทำงานของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ นั้นประกอบไปด้วย พื้นที่ทำงานแบบเปิด (open plan) พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่ม (team space) ซึ่งเป็นพื้นที่ทำงานแบบเปิด

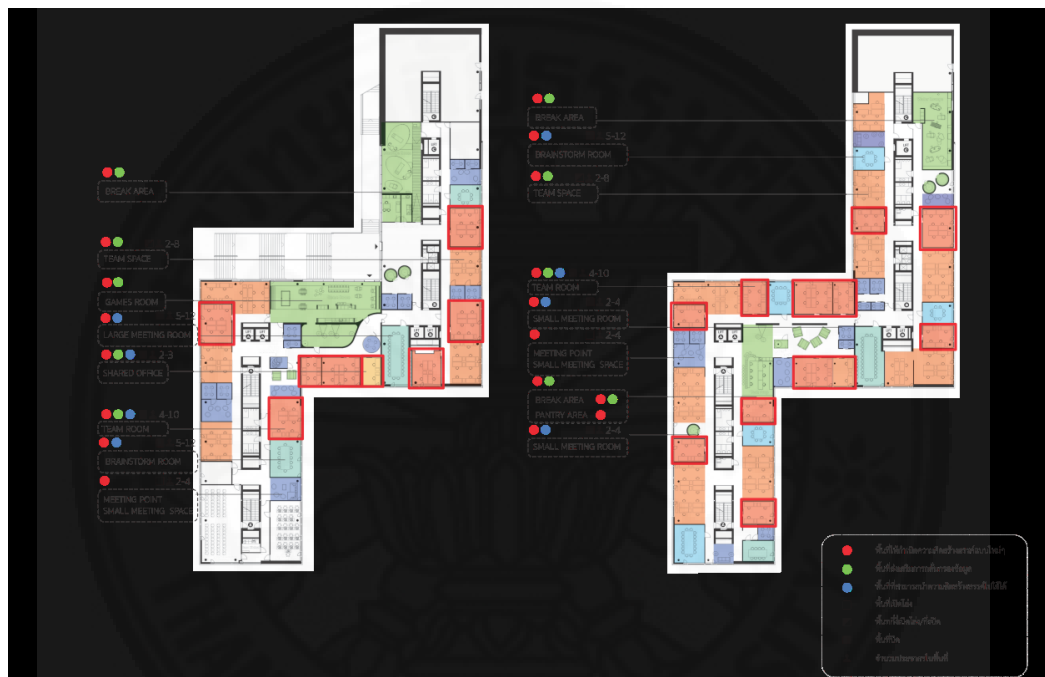


ภาพที่ 2.15 แผนผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ ดัดแปลงจาก Camenzind Evolution, 2009

ส่วนพื้นที่ทำงานอีกรูปแบบหนึ่งเป็นพื้นที่ทำงานที่สามารถกันพื้นที่ได้ประกอบไปด้วย ห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดเล็ก (shared office) และห้องทำงานแบบกลุ่มขนาดใหญ่ (team room) พื้นที่ทำงานของบริษัท Google นั้นจากทฤษฎีจะเห็นว่า มีการแบ่งพื้นที่ทำงานเป็นขนาดต่าง ๆ กระจายกันไป เพื่อให้เหมาะสมกับการทำงานของแต่ละบุคคล ประกอบกับวัฒนธรรมองค์กรที่ จะไม่มีห้องทำงานส่วนตัวเพื่อต้องการให้พนักงานในพื้นที่สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์กันได้ และเพื่อให้พื้นที่ทำงานยังสามารถใช้สมาธิได้ดีนั้นจึงได้มีการแบ่งพื้นที่ทำงานเป็นส่วนต่าง ๆ เพื่อป้องกันเสียงรบกวนและยังอำนวยความสะดวกระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่ทำงานในพื้นที่เดียวกันอีกด้วย



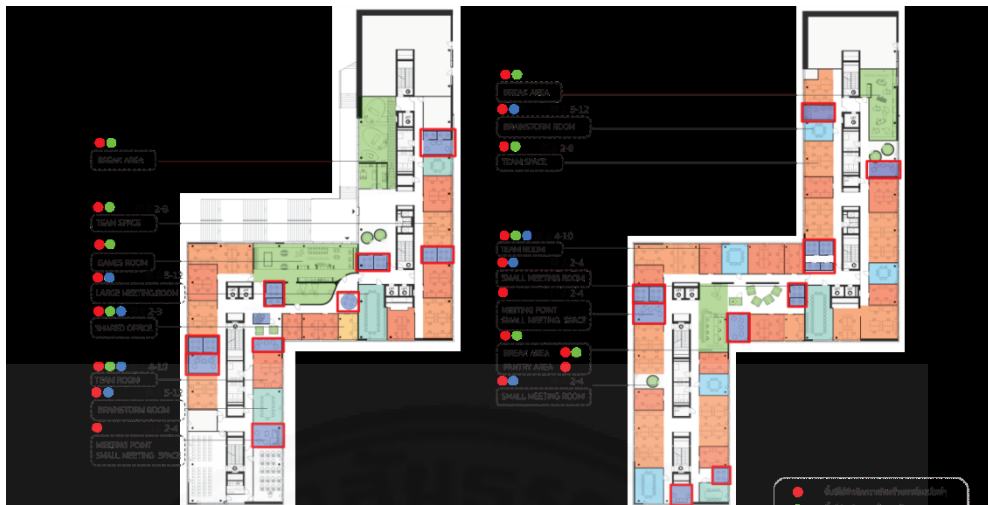
ภาพที่ 2.16 พื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Google ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จาก Camenzind Evolution, 2009



ภาพที่ 2.17 แผนผังพื้นที่ทำงานที่มีการปิดกั้นของบริษัท Google ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ดัดแปลงจาก Camenzind Evolution, 2009

ต่อมาพื้นที่ประชุมของบริษัท Google เป็นพื้นที่ที่อำนวยความสะดวกที่จะทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์อย่างมาก ดังจะเห็นได้จาก รูปแบบและจำนวนของพื้นที่ประชุม ที่มีหลากหลายรูปแบบและมีจำนวนมากเพื่อตอบสนองต่อการใช้งานทุกรูปแบบ เช่นห้องประชุมขนาดเล็กที่สามารถรองรับกิจกรรมการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ และรวดเร็ว ซึ่งพื้นที่ที่แสดงให้เห็นในภาพนั้นเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ประชุมขนาดเล็กตามทฤษฎีจะช่วยให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิด และจะนำไปสู่กระบวนการที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์





ภาพที่ 2.18 แผนผังพื้นที่ประชุมขนาดเล็กของบริษัท Google ประเทศสวีเดน ดัดแปลงจาก Camenzind Evolution, 2009

นอกจากพื้นที่ประชุมขนาดเล็กแล้ว บริษัท Google ประเทศสวีเดน ยังมีพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่อีกจำนวนมาก ซึ่งห้องประชุมขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะสามารถรองรับการทำงานกิจกรรมได้ทั้งการประชุม การนำเสนอ และการระดมความคิด ซึ่งการระดมความคิดนั้นนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ จากผังสำนักงานจะเห็นได้ว่า มีการจัดให้มีห้องประชุมขนาดใหญ่กระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการใช้งานพื้นที่



ภาพที่ 2.19 แผนผังพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ของบริษัท Google ประเทศสวีเดน ดัดแปลงจาก Camenzind Evolution, 2009

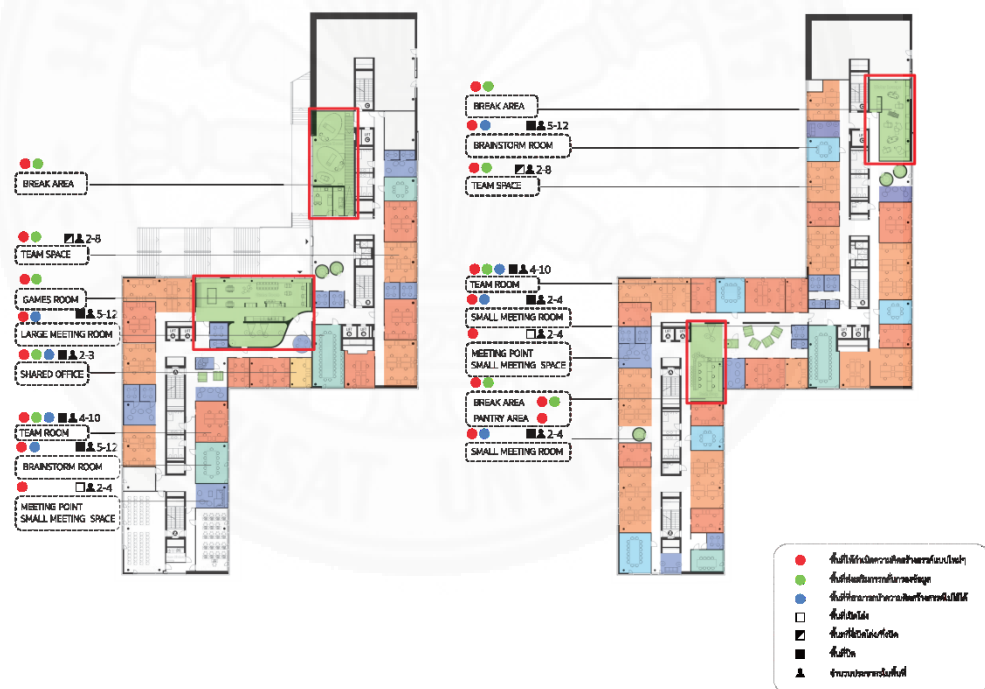


ภาพที่ 2.20 พื้นที่ประชุมขนาดเล็กของบริษัท Google ประเทศสวีเดน จาก Camenzind Evolution, 2009



ภาพที่ 2.21 พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ของบริษัท Google ประเทศสวีเดน จาก Camenzind Evolution, 2009

พื้นที่ส่วนสนับสนุนของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ พื้นที่ส่วนนี้มีการดึงดูดให้ผู้ที่ทำงานมาใช้พื้นที่นี้ตลอดการทำการกิจกรรมการทำงาน เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียบพร้อม ตัวอย่างเช่น พื้นที่รับประทานอาหาร พื้นที่นี้ทางบริษัท มีนโยบายที่ต้องการให้พนักงานมาทานอาหารกลางวันร่วมกัน จึงมีโครงการรับประทานอาหารกลางวันฟรีให้แก่พนักงาน เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมาใช้พื้นที่ ส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันขึ้นตามปัจจัยพื้นที่ที่มีการใช้งานพื้นที่ร่วมกันมากกว่า 1 คน ทำให้เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้พื้นที่รับประทานอาหารที่ทางบริษัทได้จัดหาให้แล้วยังมีพื้นที่อื่น ๆ อีกเช่น พื้นที่เล่นเกม พื้นที่มุมกาแฟ นอกจากนี้ปัจจัยเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์แล้วทาง บริษัทยังมีพื้นที่ที่ส่งเสริมความผ่อนคลายและความสงบให้แก่พนักงาน เช่น พื้นที่นวด โดยจะมีบริการมานวดให้แก่พนักงานที่เข้ามาใช้บริการซึ่งเป็นพื้นที่ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความผ่อนคลายที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้น



ภาพที่ 2.22 แผนผังพื้นที่สนับสนุนของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ ดัดแปลงจาก Camenzind Evolution, 2009





ภาพที่ 2.23 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท Google ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ จาก Camenzind Evolution, 2009

### 2.6.1.2 บริษัท Google ประเทศไทย



ภาพที่ 2.24 แผนผังพื้นที่ของบริษัท Google ประเทศไทย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010 พื้นที่ทำงานของบริษัท Google ประเทศไทยขนาด 2,600 ตารางเมตรนั้น มีความคล้ายคลึงกับประเทศสวีเดนเนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรและนโยบายของบริษัทที่เหมือนกัน แต่พื้นที่ทำงานก็ไม่ได้เหมือนกันเสียทั้งหมด ตัวอย่างเช่นพื้นที่ทำงาน ที่มีการใช้พื้นที่ 2 รูปแบบได้แก่ พื้นที่ทำงานแบบเปิด พื้นที่ทำงานแบบกลุ่มซึ่งเป็นพื้นที่ทำงานแบบเปิดแทบทั้งพื้นที่



ภาพที่ 2.25 แผนผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Google ประเทศไทย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010

พื้นที่ทำงานนอกจากที่แสดงให้เห็นในภาพยังมีพื้นที่ทำงานส่วนอื่นอีก เช่น พื้นที่ห้องทำงานแบบชั่วคราว พื้นที่ห้องทำงานแบบกลุ่ม สำหรับผู้ที่ทำงานที่ต้องการสมาธิในการทำงานสูงในการคิดงานสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.26 แผนผังพื้นที่ทำงานแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010



ภาพที่ 2.27 พื้นที่ทำงานบริษัท Google ประเทศไทย จาก Evolution office, 2010



พื้นที่ประชุมของที่นี่ประกอบไปด้วยพื้นที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งรองรับการทำงานไม่เหมือนกันเช่นพื้นที่ประชุมแบบเปิดในพื้นที่นั้น เพื่อตอบสนองการประชุมอย่างไม่เป็นทางการใช้ในการพูดคุยกันในพื้นที่ ช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้นได้จากปัจจัย การพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิด



ภาพที่ 2.28 แผนผังพื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Google ประเทศไทย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010

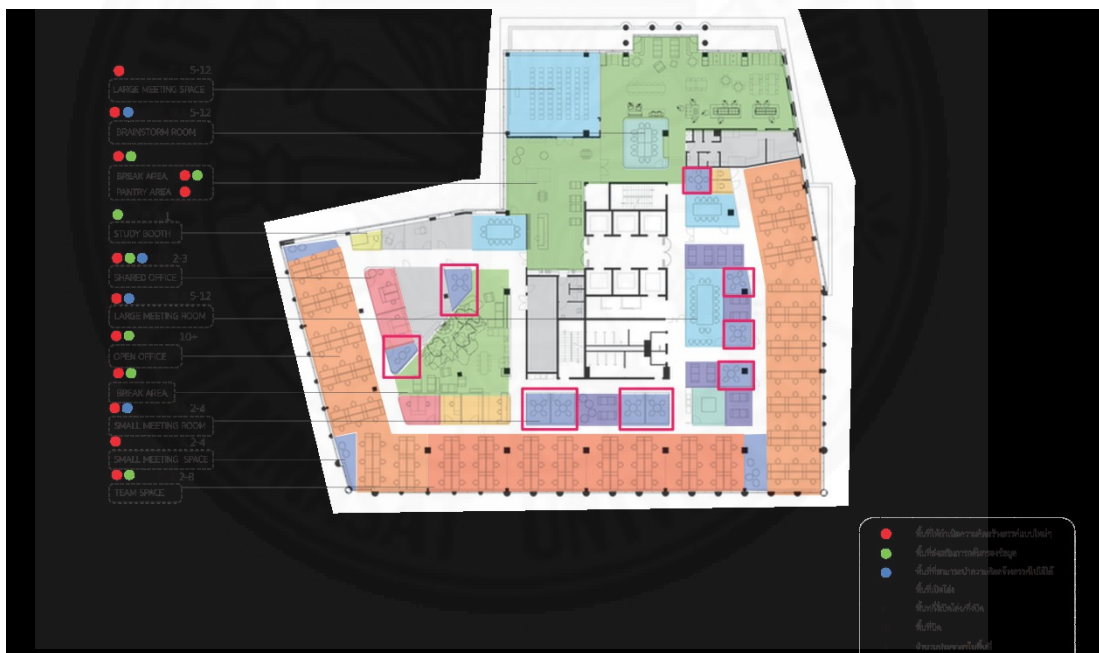


ภาพที่ 2.29 พื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Google ประเทศไทย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010

พื้นที่ประชุมแบบปิดล้อมสำหรับบริษัท Google ประเทศรัสเซียนั้นยังสามารถปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ทำงานได้อีกด้วย ทั้งนี้พื้นที่ห้องประชุมแบบปิดยังสามารถใช้ในการทำงานได้อีกด้วย เพื่อหลีกเลี่ยงจากเสียงรบกวน และยังสามารถใช้สมาธิได้ดีกว่าพื้นที่ทำงานปกติ



ภาพที่ 2.30 พื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศรัสเซีย จาก Evolution office, 2010



ภาพที่ 2.31 แผนผังพื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศรัสเซีย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010



นอกจากนี้ยังมี พื้นที่สนับสนุนตามนโยบายของบริษัท ที่ต้องการให้พนักงานนั้นมาใช้พื้นที่ร่วมกันเพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ขึ้นในพื้นที่ทำงาน เพื่อให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้และอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้นในพื้นที่ทำงาน

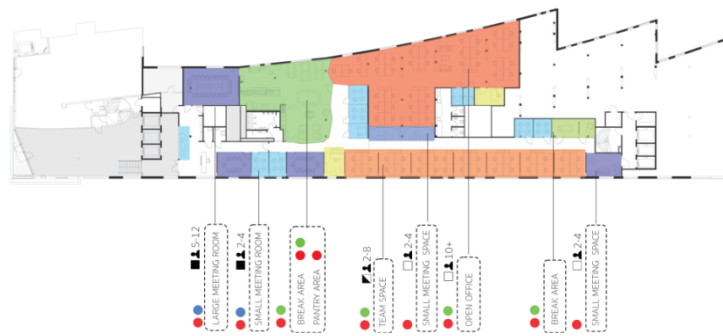


ภาพที่ 2.32 แผนผังพื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย ดัดแปลงจาก Evolution office, 2010



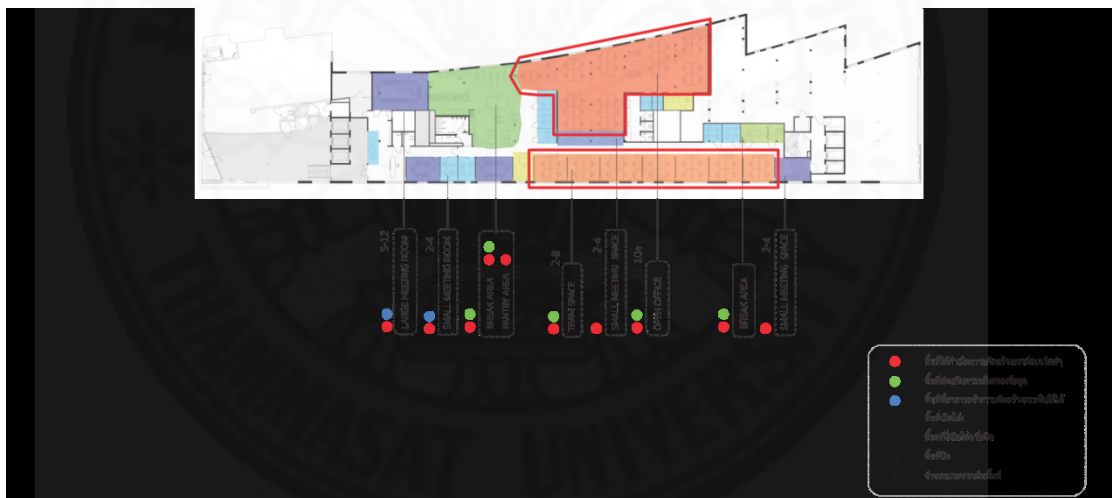
ภาพที่ 2.33 พื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Google ประเทศไทย จาก Evolution office, 2010

### 2.6.1.3 บริษัท Google ประเทศสวีเดน



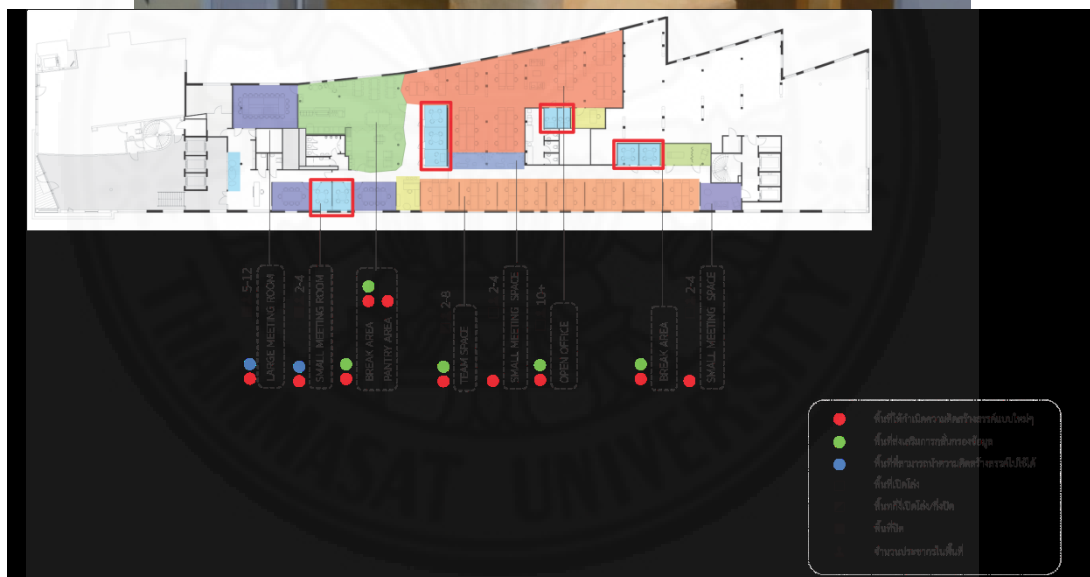
ภาพที่ 2.34 แผนผังบริษัท Google ประเทศสวีเดน ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2009

พื้นที่สำนักงานของบริษัท Google ประเทศสวีเดน นั้นเป็นไปในทางเดียวกับบริษัท Google ที่อื่น ๆ แต่เมื่อเจาะลึกลงไปในรายละเอียดของพื้นที่จะพบว่า พื้นที่สำนักงานของที่นี่ มีการใช้ผนังที่มีกระดานเป็นตัวแบ่งพื้นที่ทำงานแบบเปิดให้กลายมาเป็นพื้นที่ทำงานแบบกลุ่ม ซึ่งข้อดีของการใช้ผนังที่มีกระดานนั้น ช่วยเพิ่มควมมีอิสรภาพขึ้นในการทำงาน และยังช่วยสนับสนุนกิจกรรมการทำงานอีกด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้น



ภาพที่ 2.35 แผนผังพื้นที่ทำงานบริษัท Google ประเทศสวีเดน ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2009

พื้นที่ประชุมของบริษัทนั้นแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ พื้นที่ประชุมขนาดเล็ก และพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ ซึ่งพื้นที่ประชุมทุกขนาดเล็กนั้นสามารถปรับเปลี่ยนมาเป็นพื้นที่ทำงานได้ เพื่อปัจจัยเรื่องของสมาธิในการทำงานและยังสามารถควบคุมบรรยากาศเองได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.36 แผนผังและภาพพื้นที่ประชุมบริษัท Google ประเทศสวีเดน ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2009

พื้นที่สนับสนุน เนื่องจากพื้นที่สำนักงานแห่งนี้มีขนาดเล็กกว่าพื้นที่สำนักงานที่อื่น จึงมีการรวมพื้นที่สนับสนุนหลาย ๆ อย่างเข้ามาในพื้นที่ เพราะลักษณะการใช้งานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อกันมากทำให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ เช่น การนำพื้นที่เล่น มาอยู่ร่วมกับพื้นที่เตรียมอาหาร และพื้นที่พักผ่อน



ภาพที่ 2.37 แผนผังและภาพพื้นที่สนับสนุนบริษัท Google ประเทศสวีเดนสวีเดน ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2009

## 2.6.2 บริษัท Lego



ภาพที่ 2.38 แผนผังบริษัท Legoสวีเดน ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2012

พื้นที่บริษัท Lego ที่นำมาศึกษานั้นเป็นพื้นที่สำนักงานที่มีพื้นที่เปิดเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากแผนผังที่มีส่วนที่มีผนังเพียงส่วนที่เป็นห้องประชุม และส่วนห้องอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ พื้นที่ทำงานของบริษัท Lego นั้น มีเพียงรูปแบบเดียว คือพื้นที่สำนักงานแบบเปิด (open plan) โดยเน้นไปที่ความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสาร พื้นที่ทำงานของบริษัท Lego นั้นแตกต่างจากพื้นที่สำนักงานที่อื่นตรงที่พื้นที่ทำงานสามารถประกอบกิจกรรมการเล่นได้โดยผู้ที่ทำงานจะได้เล่นกับ Lego เพื่อคิดงาน



ภาพที่ 2.39 พื้นที่ทำงานบริษัท Lego จาก Officesnapshots, 2012





ภาพที่ 2.40 แผนผังพื้นที่ทำงานบริษัท Lego ตัดแปลงจาก Officesnapshots, 2012

พื้นที่ประชุมบริษัท Lego นั้นมีพื้นที่ประชุม ที่หลากหลายรูปแบบเพื่อรองรับกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งพื้นที่ประชุมของบริษัท Lego นั้นสามารถนำของเล่นมาเล่นได้ด้วยกันเช่นเดียวกับพื้นที่ทำงาน ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ของพื้นที่ประชุมจะเน้นไปที่การมีปฏิสัมพันธ์กันของคนในพื้นที่



ภาพที่ 2.41 แผนผังพื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Lego ตัดแปลงจาก Officesnapshots, 2012



ภาพที่ 2.42 แพนผังพื้นที่ประชุมแบบเปิดบริษัท Lego จาก Officesnapshots, 2012

ส่วนพื้นที่ประชุมที่เหลือนั้นจะเน้นสำหรับการระดมความคิด การนำเสนองาน และการติดต่อสื่อสารด้วยระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ เพื่อป้องกันเสียงรบกวน การควบคุมบรรยากาศ และความพร้อมของอุปกรณ์ ซึ่งพื้นที่นี้จะส่งเสริมปัจจัยการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ การมีอิสรภาพในการทำงาน และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวังซึ่งจะนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน



ภาพที่ 2.43 แผนผังและภาพพื้นที่ประชุมแบบปิดบริษัท Lego ตัดแปลงจาก Officesnapshots, 2012



พื้นที่สนับสนุนของบริษัท Lego นั้นยังเน้นไปถึงกิจกรรมการพูดคุยแลกเปลี่ยนและการเล่น ที่ทราบได้จากข้อมูลที่กล่าวว่า ผู้ที่ทำงานในพื้นที่นี้สามารถเล่นกับเด็ก ที่เข้ามาเยี่ยมพื้นที่ได้โดยจะมีการจัดพื้นที่ไว้เป็นส่วน ๆ อย่างชัดเจนนอกจากนั้นยังมีส่วนที่เป็นพื้นที่เล่นปกติอยู่ด้วย การเล่นเองก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และทางบริษัท Lego เน้นย้ำ



ภาพที่ 2.44 แผนผังพื้นที่สนับสนุนบริษัท Lego ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2012

### 2.6.3 บริษัท Veen media



ภาพที่ 2.45 ผังพื้นที่สำนักงานบริษัท Veen media ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2014

บริษัท Veen media นั้นเป็นบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ที่มีขนาด 800 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่กรุงอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นบริษัทที่ผลิตทั้งภาพยนตร์ สื่อ และสิ่งพิมพ์ พื้นที่ที่ได้ทำการศึกษาภายในพื้นที่ทำงานส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยพื้นที่ทำงานแบบเปิดเป็นส่วนใหญ่ และยังมีพื้นที่พิเศษที่เป็นพื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 2.46 ผังพื้นที่ทำงานบริษัท Veen media ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2014

พื้นที่ประชุมของบริษัท Veen media เป็นพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานให้เหมาะสมได้ตามความต้องการทำให้พื้นที่ที่มีความยืดหยุ่นสูงดังจะเห็นได้จากเฟอร์นิเจอร์แบบลอยตัว ทั้งโต๊ะ กระดาน ไฟที่ปรับได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน



ภาพที่ 2.47 แผนผังและภาพพื้นที่ประชุมบริษัท Veen media ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2014

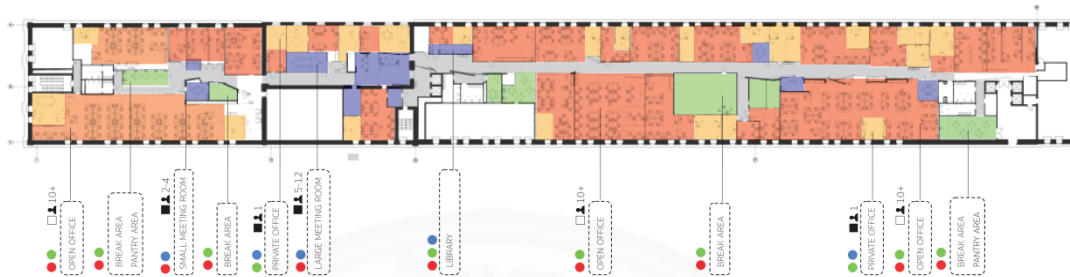
พื้นที่สนับสนุนของพื้นที่สำนักงานแห่งนี้มีการจัดพื้นที่สนับสนุนที่น่าสนใจที่บริเวณกึ่งกลางของผังกล่าวคือ เป็นพื้นที่เติมเต็ม ผสมกับพื้นที่หลาย ๆ อย่าง เช่น พื้นที่พักผ่อน พื้นที่ประชุม ซึ่งพื้นที่ตรงนี้ยังช่วยกันพื้นที่ทำงานด้านบนและล่างให้ไม่รบกวนกัน นอกจากนี้ยังเป็นอุปกรณ์ช่วยในการทำงานได้อีกด้วย เช่น เป็นบอร์ดนำเสนอผลงาน ติดประกาศ เป็นต้น



ภาพที่ 2.48 พื้นที่สนับสนุนบริษัท Veen media ดัดแปลงจาก Officesnapshots, 2014

## 2.6.4 บริษัท Forward media group

บริษัทนี้เป็นบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ผลิตนิตยสาร Hello ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร มีเนื้อทั้งหมด 4200 ตารางเมตร ออกแบบโดย Za Bor Architects



ภาพที่ 2.49 ผังพื้นที่ของบริษัท Forward media group ดัดแปลงจาก Peter Zaytsev, 2010

พื้นที่ทำงานภายในบริษัท มีรูปแบบพื้นที่ 2 แบบ ได้แก่ พื้นที่สำนักงานเปิด (open plan) และห้องทำงานส่วนตัว (private office) พื้นที่ทั้งสองรูปแบบนี้ จะให้ลักษณะการคิดงานและการทำงานที่แตกต่างกันอย่างมาก เช่น การทำงานที่ต้องการการสนทนาได้ทันทีนั้นจะไม่สามารถทำได้ในพื้นที่ห้องทำงานส่วนตัว ส่วนพื้นที่ทำงานแบบเปิดนั้นจะไม่สามารถทำงานที่เป็นความลับ และไม่สามารถจดจ่อกับงานได้อย่างเต็มที่เพราะพื้นที่ทำงานถูกรบกวนได้ง่ายกว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของพื้นที่สำนักงานจะเป็นรูปแบบพื้นที่ทำงานแบบเปิด



ภาพที่ 2.50 ผังพื้นที่ทำงานแบบเปิดของบริษัท Forward media group ดัดแปลงจาก Peter Zaytsev, 2010

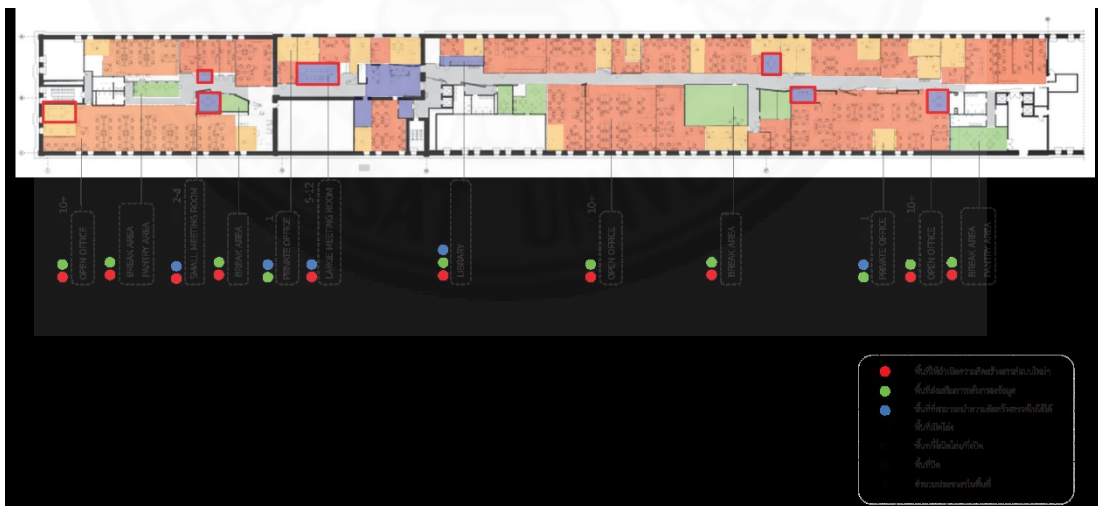


ส่วนพื้นที่ทำงานอีกรูปแบบหนึ่งนั้นจะเป็นห้องทำงานสำหรับผู้ที่ต้องทำงานที่ต้องใช้สมาธิการทำงานเป็นอย่างมาก หรืองานที่เป็นความลับ หรือการประชุมเล็กเพื่อความสะดวกในการทำงานของผู้ที่ทำงานในพื้นที่ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ทำงานแบบห้องทำงานนั้นประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านอิสรภาพในการทำงาน ปัจจัยเรื่องของความสงบอยู่ในวงค์ และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ทั้งสามปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่ได้กล่าวมานั้นจะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์



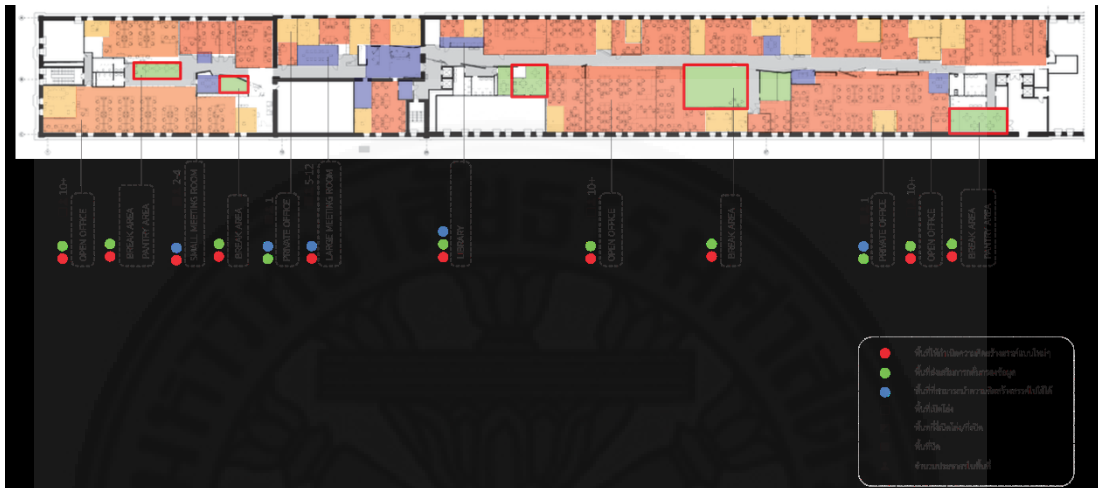
ภาพที่ 2.51 ผังพื้นที่ทำงานแบบปิดของบริษัท Forward media group ดัดแปลงจาก Peter Zaytsev, 2010

พื้นที่ประชุมของบริษัทส่วนใหญ่จะเน้นไปยังการประชุมที่เป็นทางการสังเกตได้จากลักษณะห้องประชุม การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่ห้องประชุม ดังนั้นพื้นที่ส่วนนี้จึงไม่ได้เป็นพื้นที่ที่สามารถทำงานได้อย่างบริษัทอื่น และยังเป็นพื้นที่ที่ใช้นำเสนองานเท่านั้น หากมีการประชุมขนาดเล็กจะเป็นการใช้พื้นที่ประชุมในห้องทำงานส่วนตัว



ภาพที่ 2.52 ผังพื้นที่ประชุมของบริษัท Forward media group ดัดแปลงจาก Peter Zaytsev, 2010

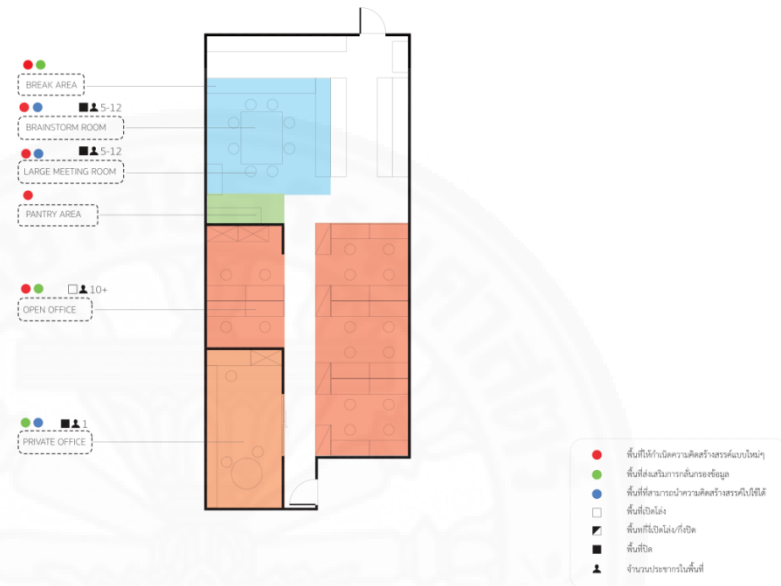
พื้นที่สนับสนุนของที่นี่เมื่อวิเคราะห์จากผังพื้นที่ จะพบว่ามีรูปแบบเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนให้มีการเปลี่ยนบรรยากาศจากการทำงาน สามารถมาพักผ่อนได้ และยังสามารถพูดคุยกับผู้ที่มาใช้พื้นที่ด้วยกันได้อีกด้วย พื้นที่สนับสนุนของบริษัท Forward media group ตามที่ได้ศึกษามานั้นจะส่งผลให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิด การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลาย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความคิดสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.53 ผังพื้นที่สนับสนุนของบริษัท Forward media group ดัดแปลงจาก Peter Zaytsev, 2010

### 2.6.5 บริษัท Li-zenn

เป็นบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย พื้นที่ทำงานบริษัท Li-zenn นั้นตั้งอยู่ร่วมกับพื้นที่ทำงานของบริษัทสถาปนิก A49 พื้นที่สำนักงานมีขนาด 134 ตารางเมตร พื้นที่ภายในประกอบไปด้วยพื้นที่ทำงานแบบเปิด (open plan) พื้นที่ห้องทำงานส่วนตัว (private office) พื้นที่ประชุมอเนกประสงค์ พื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่จัดแสดงและขายหนังสือ



ภาพที่ 2.54 ผังพื้นที่ของบริษัท Li-zenn

พื้นที่ทำงานประกอบไปด้วย 2 รูปแบบคือ ห้องทำงานส่วนตัว (private office) สำหรับผู้บริหารภายในพื้นที่ที่สามารถประกอบกิจกรรมการทำงานหรือปรับเป็นพื้นที่ทำการประชุมขนาดเล็กได้ (small meeting space) ซึ่งพื้นที่ส่วนนี้จะสามารถควบคุมบรรยากาศได้ มีอิสรภาพในการทำงานและสามารถใช้สมาธิได้ดีกว่าพื้นที่ทำงานส่วนอื่น ส่วนพื้นที่ทำงานเปิดสำหรับพนักงานทุกตำแหน่งซึ่งจะแบ่งกันเป็นแถว ๆ ตามตำแหน่งและหน้าที่การทำงาน พื้นที่ทำงานส่วนนี้มีการแบ่งพื้นที่กันด้วยผนังเตี้ยซึ่งไม่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร พื้นที่ส่วนนี้จึงก่อให้เกิดปัจจัย เรื่องของการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ความคิด การเรียนรู้สิ่งใหม่





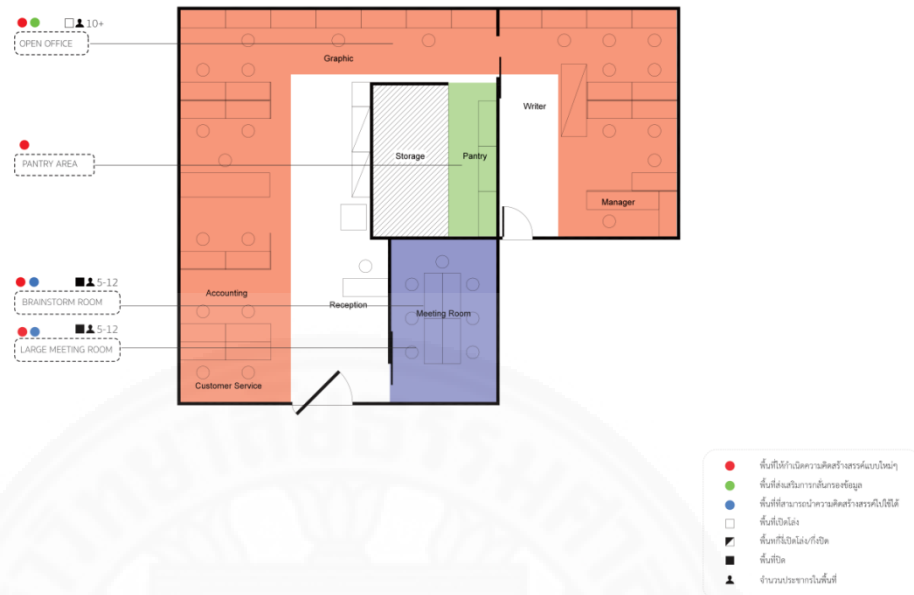
ภาพที่ 2.55 ภาพพื้นที่ทำงานของบริษัท Li-zenn

พื้นที่ประชุมของบริษัท Li-zenn นั้นมีการใช้งานที่หลากหลาย ได้แก่เป็น พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ พื้นที่ระดมความคิด และพื้นที่พักผ่อน ในพื้นที่นี้จะส่งเสริมให้เกิดปัจจัยการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลความคิด การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลาย ซึ่งจะนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ได้ พื้นที่ส่วนนี้ยังรวมอยู่กับพื้นที่สนับสนุนอื่น ๆ อีก เช่นพื้นที่ปรีนและก๊อบปี่ พื้นที่เก็บของ



ภาพที่ 2.56 ภาพพื้นที่ประชุมและสนับสนุนของบริษัท Li-zenn

### 2.6.6 บริษัท art4D



ภาพที่ 2.57 ผังพื้นที่ของบริษัท art4D

บริษัท art4D เป็นบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตนิตยสาร โดยที่ตั้งของบริษัทนั้นอยู่ในพื้นที่เดียวกับบริษัท A49 แต่แยกกันอยู่คนละอาคาร ซึ่งมีเนื้อที่ทั้งหมด 169 ตารางเมตร พื้นที่ทำงานทั้งหมดเป็นพื้นที่ทำงานแบบเปิด (open plan) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ ซึ่งนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ได้



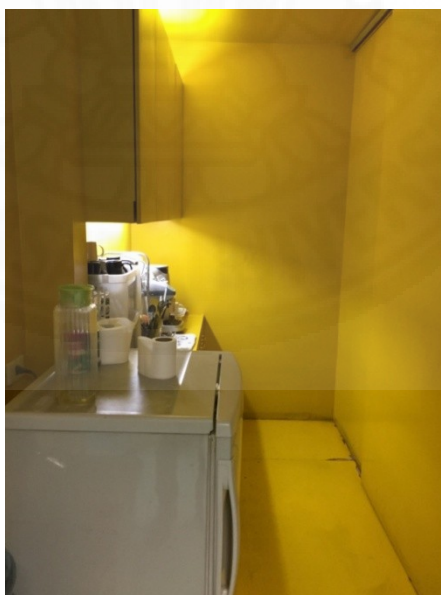
ภาพที่ 2.58 พื้นที่ทำงานของบริษัท art4D

พื้นที่ประชุมของบริษัท art4D นั้นเป็นพื้นที่ที่เน้นไปยังการประชุมที่เป็นการระดมความคิดและการนำเสนอ ซึ่งพื้นที่ปิดนี้จะช่วยป้องกันเสียงรบกวนและทำให้ผู้ที่ประชุมสามารถสามารถควบคุมบรรยากาศของห้องได้ส่งผลให้เกิดปัจจัยเรื่องของบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวังที่จะส่งผลให้เกิดความคิดสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.59 พื้นที่ประชุมของบริษัท art4D

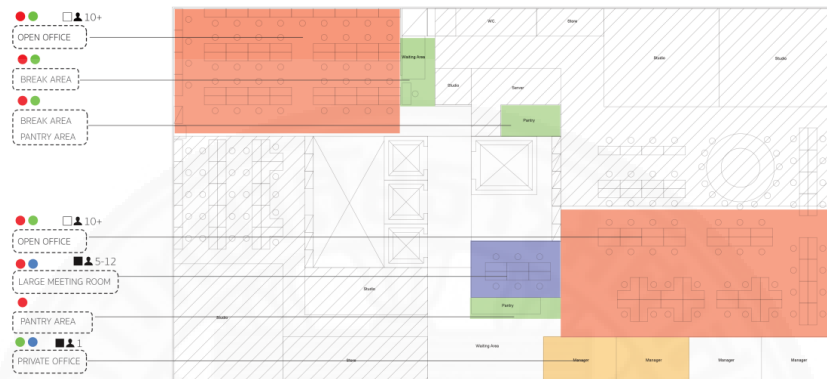
พื้นที่สนับสนุนของพื้นที่นี้มีเพียงพื้นที่เตรียมอาหารเท่านั้น เนื่องจากทรัพยากรเรื่องพื้นที่ทำงานประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิต ทำให้พื้นที่ส่วนรับประทานอาหารไม่ได้อยู่ในพื้นที่ทำงาน พื้นที่นี้จะให้ผลเน้นไปยังการผ่อนคลายจากการทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การคิดงานอย่างสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.60 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท art4D

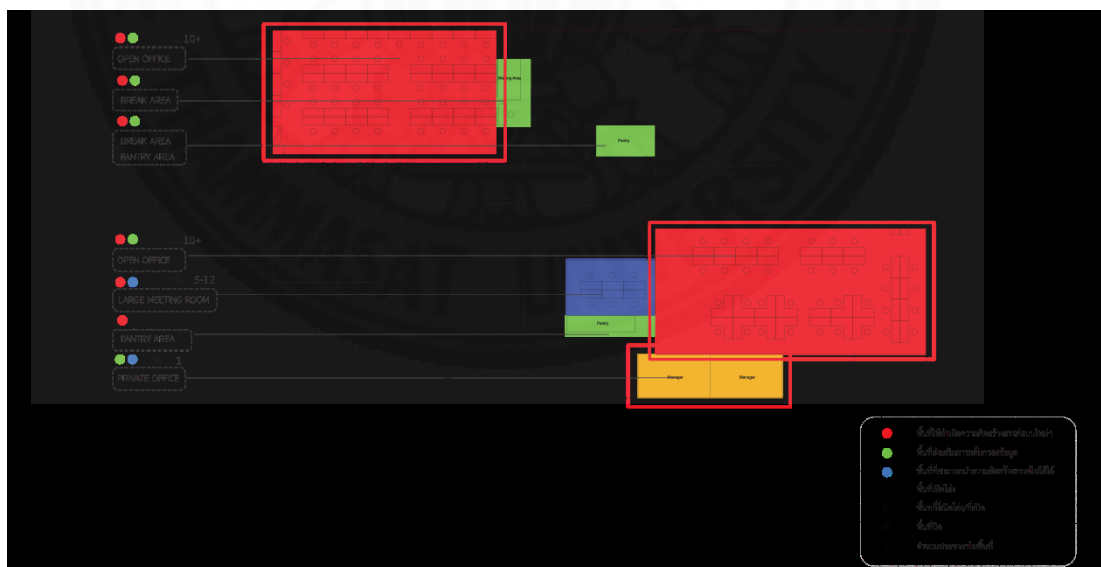
## 2.6.7 บริษัทกรุงเทพธุรกิจ

บริษัทกรุงเทพธุรกิจนั้นเป็นบริษัทผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ พื้นที่ทำงานของบริษัทกรุงเทพธุรกิจนั้น ตั้งอยู่ที่อาคารเนชั่นทาวเวอร์ชั้น 9 อยู่ร่วมกับบริษัท Now channel ที่เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการทีวี ในภาพจะเห็นพื้นที่ที่มีการใส่สีเพื่อแสดงพื้นที่ที่เป็นของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ และเป็นส่วนที่เหลือเป็นพื้นที่ส่วนกลางและเป็นพื้นที่ของบริษัท now channel



ภาพที่ 2.61 ผังพื้นที่ของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ

พื้นที่ทำงานของกรุงเทพธุรกิจนั้นมีรูปแบบคล้ายคลึงกับพื้นที่ทำงานของบริษัท Forward media group และบริษัท Li-zenn ที่มีพื้นที่ทำงาน 2 แบบ ได้แก่ส่วนพื้นที่ทำงานแบบเปิด (open plan) พื้นที่ทำงานแบบห้องส่วนตัว (private office)



ภาพที่ 2.62 ผังพื้นที่ทำงานของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ





ภาพที่ 2.63 พื้นที่ทำงานของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ

พื้นที่ประชุมของบริษัทนั้น เป็นพื้นที่สำหรับการนำเสนอและการประชุมอย่างเป็นทางการ การใช้พื้นที่นี้ต้องเป็นได้รับ อนุญาตก่อนการใช้งานเนื่องจากต้องจัดระบบการใช้งานให้เหมาะสม พื้นที่สนับสนุนของบริษัทนี้ ได้มีการออกแบบให้มีหลายส่วนได้แก่พื้นที่เตรียมอาหารที่เป็นพื้นที่สำหรับเตรียมเครื่องดื่มและขนม และพื้นที่สำหรับการเตรียมอาหารร่วมกับพื้นที่พักผ่อนซึ่งพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดความผ่อนคลายจากการทำงานและเมื่ออยู่ร่วมกับพื้นที่พักผ่อนจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่จะนำไปสู่กระบวนการที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.64 ผังพื้นที่สนับสนุนของบริษัทกรุงเทพธุรกิจ

## 2.6.8 สรุปกรณีศึกษา

จากกรณีศึกษาที่ได้ศึกษามานี้พบว่าพื้นที่สำนักงานที่เป็นตัวอย่างพื้นที่สำนักงานสร้างสรรค์นั้นจะมีลักษณะพื้นที่ที่ไม่มีห้องทำงานส่วนตัว เมื่อเทียบกับพื้นที่ทำงานสำนักพิมพ์ทั้งบางแห่งของต่างประเทศ และสำนักพิมพ์ในไทย เนื่องจากต้องการให้พนักงานทุกระดับนั้นสามารถพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ได้ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความคิด อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้นได้ความแตกต่างกันนี้อาจเกิดจาก รูปแบบวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเช่นในประเทศไทย การที่ได้รับตำแหน่งผู้บริหารนั้นในวัฒนธรรมองค์กรเก่า อาจหมายถึงการต้องมีห้องทำงานเป็นส่วนตัวเพื่อแสดงให้เห็นถึงระดับการปกครอง ในพื้นที่สำนักงานตัวอย่างนั้นเมื่อต้องการความสงบเงียบ และอิสรภาพในการทำงานจะมีการใช้พื้นที่ห้องทำงานชั่วคราวเข้ามาชดเชยพื้นที่ ห้องทำงานส่วนตัวทำให้พื้นที่ส่วนตัวลดลงและพื้นที่ส่วนกลางเพิ่มขึ้นประกอบกับพื้นที่สามารถใช้ประโยชน์ได้จากหลายคนมากกว่า พื้นที่ทำงานที่เป็นห้องส่วนตัวที่สามารถใช้พื้นที่ได้เพียงคนเดียว

นอกจากนี้พื้นที่ประชุมของแต่ละแห่งนั้นยังมีการใช้งานที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะการออกแบบและวัตถุประสงค์การใช้งานที่ไม่เหมือนกันแต่สิ่งที่เห็นได้ชัดคือลักษณะความยืดหยุ่นของการปรับเปลี่ยนพื้นที่และการใช้งาน ในองค์กรที่มีที่ไม่มีการใช้งานที่ปรับมาเป็นพื้นที่อย่างอื่น อาจเป็นเพราะห้องนั้นต้องเตรียมไว้สำหรับต้อนรับการประชุมกับลูกค้าสำคัญทำให้ ลักษณะของห้องประชุมที่สามารถปรับเปลี่ยนได้อาจจะไม่เหมาะสมเพราะอาจเกิดปัญหาการใช้พื้นที่ได้ ส่วนพื้นที่ที่มีความยืดหยุ่นสูงนั้นจะช่วยให้เกิดการพบเห็นสิ่งใหม่ การพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ บรรยากาศที่คาดหวังได้จากความสามารถในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ประชุม ส่วนการใช้งานนั้นอาจมีการปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ทำงานชั่วคราวหรือไม่ปรับเปลี่ยนก็ยังส่งผลให้ปัจจัยของพื้นที่ไม่เปลี่ยนแปลง

พื้นที่สนับสนุนของแต่ละบริษัทนั้นมีความหลากหลายมากขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม กฎระเบียบ กิจกรรม พฤติกรรมของผู้ที่ทำงานในพื้นที่ซึ่งจะไม่มีลักษณะตายตัว พื้นที่สนับสนุนอาจจะถูกกำหนดด้วย กฎ ระเบียบและวัฒนธรรมขององค์กรซึ่งเป็นตัวกำหนดกิจกรรมในพื้นที่เช่น กฎระเบียบของบริษัทไม่อนุญาตให้ทานอาหารในพื้นที่ทำงานยกเว้นเครื่องดื่ม พื้นที่ก็จะถูกกำหนดให้มีเพียงการเตรียมเครื่องดื่มเท่านั้น แต่หลัก ๆ แล้วพื้นที่สนับสนุนที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์นั้นจะมาจากปัจจัยเรื่องของ ความผ่อนคลาย การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ความคิด การเรียนรู้สิ่งใหม่ และอาจมีการเล่นสนุกในบางพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้น

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการศึกษาองค์ประกอบของพื้นที่สำนักงานและผู้ที่ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่ตอบสนองต่อการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสรุปออกมาเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้คือ บริษัทสำนักพิมพ์ที่ได้รับรางวัล จากได้รับรางวัลจาก สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ประเภทหนังสือสวยงาม หนังสือการ์ตูน และนิตยภาพ โดยเลือกจากกลุ่มของหนังสือที่ได้รับรางวัล มา 3 แห่งจากทั้งหมด 6 บริษัทสำนักพิมพ์ จากนั้นจึงเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ในบริษัทนั้นๆจากการสุ่มสัมภาษณ์ผู้ที่รับผิดชอบในส่วนงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มผู้ทำงานในตำแหน่งที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ จากบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนประชากรที่สัมภาษณ์ 15 คน ประกอบไปด้วยผู้ทำงานตำแหน่ง ผู้บริหาร 1 คน นักเขียนและกองบรรณาธิการ 9 คน ผู้จัดทำกราฟิกและรูปเล่ม 5 คน โดยศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิศึกษาพฤติกรรมความต้องการ ในแต่ละขั้นตอนการทำงาน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 รูปแบบโดยรูปแบบแรกคือการเก็บข้อมูลจากสถานที่ทำงาน และอย่างที่สองคือการเก็บข้อมูลจากผู้ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ทำงาน โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

#### 3.3.1 การเก็บข้อมูลจากพื้นที่ทำงาน

เป็นการสำรวจที่ใช้เครื่องมือ การจด การวาดภาพ การถ่ายภาพ

#### 3.3.2 การเก็บข้อมูลจากผู้ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์

พื้นที่สำนักงานต้องใช้ เครื่องมือการสัมภาษณ์ และการสังเกตในการศึกษาพื้นที่

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเริ่มต้นจากการรวบรวมทฤษฎีเพื่อวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานจากปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางกายภาพและพื้นที่สำนักงาน ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาได้เบื้องต้นก่อนนำไปเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับการใช้งานจริงในพื้นที่สำนักงาน และหลังจากที่รวบรวมทฤษฎีและวิเคราะห์สำเร็จแล้วจึงนำมาออกแบบสัมภาษณ์ผู้ทำงานในพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลครบทั้ง 2 ส่วน เมื่อได้เครื่องมือที่จะนำมาเก็บข้อมูลแล้วจึงลงพื้นที่เก็บข้อมูล 2 ส่วนดังนี้

#### 3.4.1 ข้อมูลเชิงพื้นที่

ข้อมูลเชิงพื้นที่ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากการสำรวจทางกายภาพ ด้วยวิธีการจดบันทึก ถ่ายภาพ และสอบถามผู้ที่พาเยี่ยมชมพื้นที่ โดยเข้าไปทำการเก็บข้อมูล ช่วงเวลาทำงานปกติ 9:00 - 16:00 ในวันธรรมดาเพื่อให้ได้ข้อมูลการใช้งานจริงในพื้นที่แต่ละส่วน

#### 3.4.2 ข้อมูลการใช้งานพื้นที่

ข้อมูลจากการใช้งานผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือการสอบถามสำหรับข้อมูลเบื้องต้นในแต่ละพื้นที่ จากนั้นจึงขออนุญาตสัมภาษณ์กับผู้ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์และผู้ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงรวบรวมและสรุปออกมาเป็นข้อมูล



### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล

#### 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 3.5.1.1 วิเคราะห์องค์ประกอบพื้นที่ทำงานเชิงสร้างสรรค์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการลงพื้นที่สำรวจองค์ประกอบพื้นที่สำนักงาน ไม่ว่าจะมาจากรูปถ่าย การวัดสถานที่จริง กับแนวคิดและทฤษฎีเพื่อศึกษารูปแบบการใช้งานปฏิสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กับกลุ่มผู้ทำงานเชิงสร้างสรรค์และปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ แล้วจึงนำข้อมูลมา สรุปเปรียบเทียบกับรูปแบบการใช้งานของพื้นที่จริง เพื่อให้ได้ข้อมูลส่วนของพื้นที่สำนักงาน

##### 3.5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้ทำงานเชิงสร้างสรรค์

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลไม่ว่าจะเป็นจากการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม การสังเกตการณ์ ก็จะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลของพื้นที่ที่ผ่านการวิเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎี ก่อนจะเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาและกลุ่มผู้ทำงานเชิงสร้างสรรค์จากบริษัทอื่นและ สรุปผลออกมาเป็นปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

#### 3.5.2 การแปลผลข้อมูล

เป็นการนำข้อมูลที่วิเคราะห์แล้วจากแนวคิดและทฤษฎี กลุ่มผู้ทำงานเชิงสร้างสรรค์ องค์ประกอบพื้นที่ทำงานในแต่ละพื้นที่และแต่ละขั้นตอนการทำงาน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำงานเชิงสร้างสรรค์องค์ประกอบของพื้นที่สำนักงาน และเปรียบเทียบกับการใช้งานจริง เพื่อแปลผลและสรุปเป็นปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่ทำงานของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์

พื้นที่ทางกายภาพของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้ทำการเก็บข้อมูลทั้ง 3 แห่งนั้นได้ถูกวิเคราะห์ผ่านแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ศึกษาจากบทที่ 2 เพื่อสามารถวิเคราะห์รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ที่จะได้รับผ่านพื้นที่ทำงาน โดยรายละเอียดการวิเคราะห์มีดังนี้

##### 4.1.1 บริษัท A

อาคารสำนักงานบริษัท A นั้นตั้งอยู่ที่ ถนน พระราม 9 ซอย 26 หรือ ซอยศูนย์วิจัย 4 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง จังหวัด กรุงเทพมหานคร อาคารสำนักงานของบริษัท A มีทั้งหมด 7 ชั้น ชั้นล่างเป็นพื้นที่ต้อนรับ และพื้นที่จอดรถ ซึ่งเดิมเป็นอาคารที่ทางบริษัทได้ปรับปรุงขึ้นใหม่ ซึ่งได้ทำการเข้ามาเมื่อปลายปี 2017 ที่ผ่านมามีพื้นที่สำนักงานบางส่วนนั้น ยังมีการตกแต่งไม่สมบูรณ์ภายในอาคารสำนักงานนั้น มีการแบ่งพื้นที่สำนักงานในแต่ละชั้นตามแผนการทำงานต่าง ๆ เช่น ฝ่ายบุคคล ฝ่ายบัญชี หรือ ที่เกี่ยวข้องกับงานธุรการก็จะชั้นเดียวกัน ส่วนฝ่ายงานที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้น จะรวมกันอยู่เป็นชั้น ๆ แยกพื้นที่ทำงาน ตามเล่มหนังสือที่ได้รับมอบหมาย และพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องสมุด ห้องน้ำ พื้นที่สูบบุหรี่ จะใช้งานร่วมกัน

##### 4.1.1.1 การจัดแบ่งพื้นที่ภายในพื้นที่สำนักงาน

การจัดผังอาคารสำนักงานของบริษัท A ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมีการวางผังโดยแบ่งพื้นที่ทำงานออกเป็นห้อง ๆ ดังนี้ ห้องทำงานที่แบ่งหัวหนังสือแต่ละเล่ม ห้องประชุม พื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่พักคอย ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ผังพื้นที่สำนักงาน บริษัท A

พื้นที่ที่สำรวจ เป็นหนึ่งในหัวหน้าห้องที่ผลิตงานสื่อสิ่งพิมพ์ให้กับบริษัทในพื้นที่ประกอบไปด้วยห้องทำงาน และพื้นที่ส่วนกลาง ภายในห้องทำงานประกอบไปด้วย พื้นที่นั่งทำงานแบบเปิด (open office) ส่วนพื้นที่พัก (break area) และพื้นที่เก็บของ (storage space) ส่วนพื้นที่ส่วนกลางนั้น ประกอบไปด้วย ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่ปริ้นและถ่ายเอกสาร (print and copy area) พื้นที่พบปะขนาดเล็ก (small meeting area) พื้นที่เก็บของ (storage area) พื้นที่สูบบุหรี่ (smoking area) และ ห้องน้ำ

#### 4.1.1.2 การใช้พื้นที่ภายในพื้นที่สำนักงาน

พื้นที่ทั้งในสำนักงานและนอกพื้นที่ทำงานนั้น มีระบบการใช้ที่เป็นระบบระเบียบในสำนักงานนั้น โต๊ะทำงานจะถูกแบ่งออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ และพนักงานทุกคนจะมีที่นั่งประจำเพราะข้อจำกัดเรื่องอุปกรณ์และการสื่อสาร ต่อมาพื้นที่พักผ่อนนั้นจะเป็นพื้นที่วางอาหารและเครื่องดื่มของพนักงานในห้องนี้ รวมถึงของใช้ส่วนกลางบางอย่าง และส่วนสุดท้ายคือ พื้นที่เก็บของ พื้นที่เก็บของนั้นจะถูกจัดการโดยผู้ทำงานในแต่ละห้อง

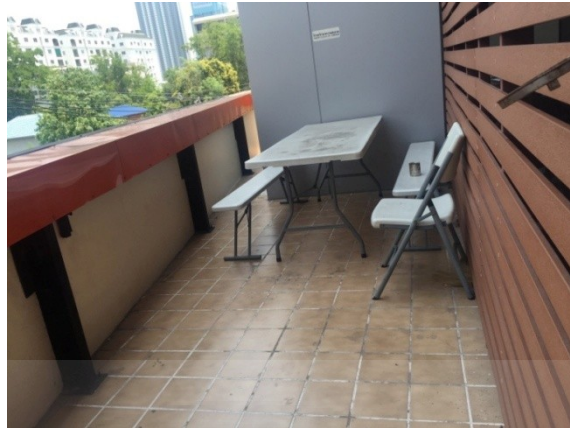


ภาพที่ 4.2 บรรยากาศภายในห้องทำงาน บริษัท A

พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนกลางนั้นจะมีระบบการใช้งานที่ชัดเจนและเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งบริษัท ระบบการใช้งานที่เห็นได้ชัด คือห้องประชุม บริเวณหน้าห้องประชุมจะมีบอร์ดสำหรับเขียนตารางเวลาจองการใช้งานห้องประชุม ซึ่งอาจมีการใช้งานนอกการจองได้ เช่นการพูดคุยสั้น ๆ อย่างไม่เป็นทางการ และเมื่อผู้ที่จองมาถึงต้องส่งมอบพื้นที่ประชุมให้ทันที นอกจากนี้ห้องประชุมยังเป็นพื้นที่จัดการระดมความคิด (brainstorm room) ส่วนพื้นที่อื่น ๆ จะมีระบบการใช้งานแบบผู้ที่มาก่อนจะได้ใช้งานก่อน



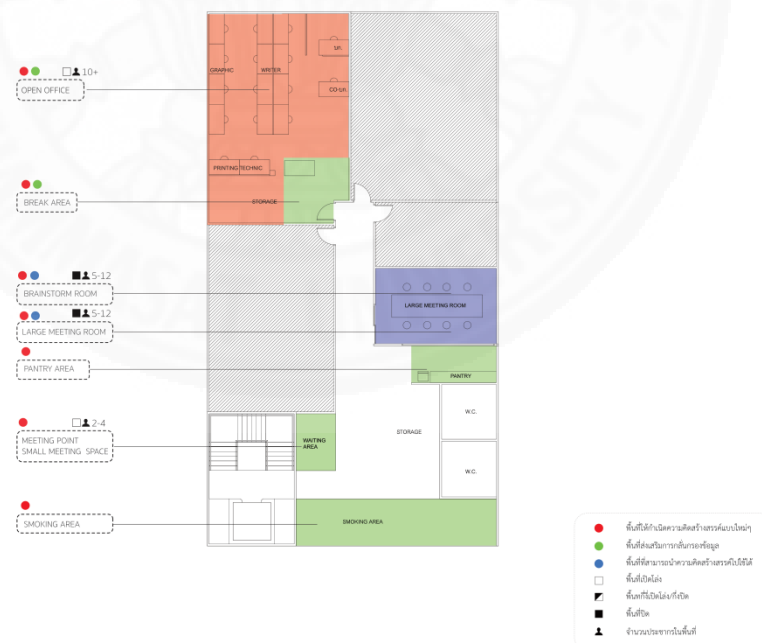
ภาพที่ 4.3 ภาพบรรยากาศพื้นที่ประชุมขนาดเล็ก (small meeting area) บริษัท A



ภาพที่ 4.4 ภาพบรรยากาศพื้นที่สูบบุหรี่ (Smoking area) บริษัท A

#### 4.1.1.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ภายในห้องทำงานนั้น มีการวางผังแบบเปิด ซึ่งเหมาะกับการทำงานที่ต้องการติดต่อสื่อสารบ่อย ๆ และ ต้องการสมาธิไม่มาก พื้นที่นี้จะช่วยส่งเสริมการกำเนิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ประกอบกับพื้นที่พักคอย ที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ และการกลั่นกรองความข้อมูลและเชื่อมต่อข้อมูลในสมอง ดังนั้นห้องทำงานห้องนี้ จึงเหมาะแก่การกำเนิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เป็นหลัก



ภาพที่ 4.5 การวิเคราะห์พื้นที่ภายในห้องทำงาน ของบริษัท A

พื้นที่ส่วนกลาง ที่ประกอบไปด้วยห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่ปรี้น และถ่ายเอกสาร (print and copy area) พื้นที่พบปะขนาดเล็ก (small meeting area) พื้นที่เก็บของ (storage

area) พื้นที่สูบบุหรี่ (smoking area) นั้นจะให้ความคิดสร้างสรรค์ แบบการให้กำเนิดความคิดใหม่ ๆ ส่วนพื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่สูบบุหรี่ (smoking area) พื้นที่พบปะขนาดเล็ก (Small meeting area) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) ส่วนความคิดสร้างสรรค์รูปแบบการกลั่นกรองข้อมูลและเชื่อมต่อข้อมูลในสมอง นั้นพบได้ในพื้นที่ พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่สูบบุหรี่ (smoking area) ห้องระดมความคิด (brainstorm room) ส่วนความคิดสร้างสรรค์รูปแบบความสามารถในการนำไปใช้งานนั้น อยู่ในพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่จะเกิดขึ้นจากพื้นที่ที่มีการจัดเป็นห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room)





#### 4.1.2 บริษัท B

อาคารสำนักงานของบริษัท B นั้นตั้งอยู่ที่ ถนน ชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน จังหวัด กรุงเทพมหานคร อาคารสำนักงานของบริษัท B นั้น เป็นกลุ่มอาคารที่ทำหน้าที่แตกต่างกันไป เมื่อเข้ามาในพื้นที่ที่จะพบกับ โรงพิมพ์ขนาดใหญ่ที่อยู่ด้านหน้า จากนั้นจึงพบกับ อาคารโรงอาหาร ทางเดินกลางที่นำเข้าไปสู่อาคารต่าง ๆ สำหรับทางเดินกลางนั้น จะนำเราผ่าน อาคารบ้านและสวนที่เป็นพื้นที่จัดกิจกรรม และอาคารสำนักงานตึกแรก ที่มีส่วนต้อนรับ และให้ข้อมูล และถัดไปเป็นอาคารสำนักงานตึกที่ 2, 3 และ ร้านกาแฟ อาคารสำนักงานทั้ง 3 หลังนั้นสามารถเดินทะลุถึงกันได้ จากชั้น 1 เพื่อความสะดวกในการสัญจรภายในพื้นที่สำนักงาน ส่วนฝั่งตรงข้ามกับอาคารสำนักงานตึกที่ 2, 3 นั้น เป็นอาคาร สำหรับการประชุม และที่ทำงานของผู้บริหาร



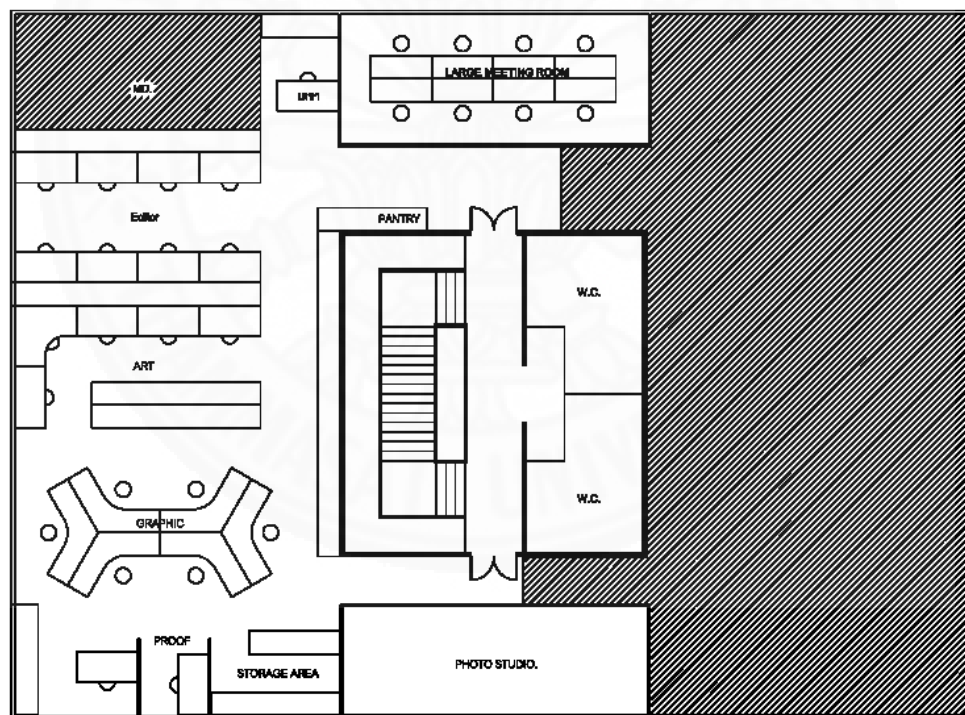
ภาพที่ 4.6 แผนผังพื้นที่ภายในบริษัท B



ภายในอาคารสำนักงานแต่ละหลังนั้น มีผังอาคารที่เหมือนกัน ดังภาพที่ 4.4 ที่มีการวางพื้นที่สัญจรแนวตั้งไว้ตรงกลางของอาคาร เพื่อให้สามารถแบ่งพื้นที่สำนักงานในชั้นต่าง ๆ ได้ง่ายและยังทำให้พื้นที่ทำงานทั้งหมดได้รับแสงจากธรรมชาติด้วย

#### 4.1.2.1 การจัดแบ่งพื้นที่ ภายในพื้นที่สำนักงาน

พื้นที่สำนักงานที่เข้าไปทำการสำรวจนั้นประกอบไปด้วย พื้นที่ทำงานแบบเปิด (open office) คอกทำงาน (cubicle) ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) พื้นที่จัดเตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่เก็บของ (storage area) ภายในพื้นที่สำนักงานแบบเปิด ได้มีการจัดที่นั่งตามแผนการทำงาน เช่น กลุ่มนักเขียนหรือกองบรรณาธิการ ฝ่ายอาร์ตและฝ่ายกราฟิก และมีส่วนนั่งทำงานที่แยกตัวออกมาเป็นพื้นที่คอกทำงาน ของฝ่ายพิสูจน์อักษร ส่วนที่แรเงาในภาพบริเวณด้านซ้ายบนนั้น เป็นพื้นที่นั่งทำงานของ หัวหน้าผู้ดูแลหัวหน้าสื่อเล่มนี้ ส่วนพื้นที่แรเงาทางด้านขวานั้นเป็นพื้นที่ที่แยกส่วนกันทำงานกับพื้นที่ซ้าย ซึ่งมีลักษณะการจัดผังที่ไม่แตกต่างกัน



ภาพที่ 4.7 การจัดผังพื้นที่ทำงานภายในบริษัท B



ภาพที่ 4.8 ภาพบรรยากาศบริเวณหน้าห้องประชุมของอาคารสำนักงานบริษัท B



ภาพที่ 4.9 ภาพบรรยากาศพื้นที่ทำงานที่แรเงาด้านขวาภายในบริษัท B

#### 4.1.2.2 การใช้งานพื้นที่ภายในพื้นที่สำนักงาน

เมื่อเข้าส่วนพื้นที่ทำงานจากการสัญจรแนวตั้งบริเวณกึ่งกลางอาคาร จะพบกับห้องประชุมขนาดใหญ่ พื้นที่จัดเตรียมอาหาร (pantry area) เพื่อให้การประชุมกับผู้ทำงานภายนอก สามารถเข้ามาใช้ได้สะดวก และเป็นการป้องกันการเดินไปมารบกวนสมาธิของผู้ที่ทำงานภายในสำนักงานด้วย นอกจากนี้การประชุมนั้นยังทำหน้าที่หลายอย่างเช่น เป็นพื้นที่ สตูดิโอ (studio) สำหรับถ่ายภาพ และพื้นที่ระดมความคิด (brain storm room) ในกรณีที่ห้องประชุมไม่ได้ถูกใช้งาน

ส่วนการใช้งานพื้นที่ทำงานภายในสำนักงาน B นั้นมีการแบ่งเป็นสัดส่วนชัดเจน เนื่องจากกระบวนการทำงานที่แตกต่างกัน ดังจะเห็นในภาพที่ 4.11 ว่าพื้นที่ของฝ่ายกราฟิกนั้นเป็นโต๊ะ ขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับพื้นที่นั่งทำงานของแผนกอื่นเนื่องจากอุปกรณ์ (หน้าจอกอมพิวเตอร์) ทำงานขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังโต๊ะที่ยังไม่มีผู้ทำงานจึงกลายมาเป็นพื้นที่พักและเตรียมอาหารด้วย ดังในภาพพื้นที่ที่ถูกแรเงาด้วยสีเขียว



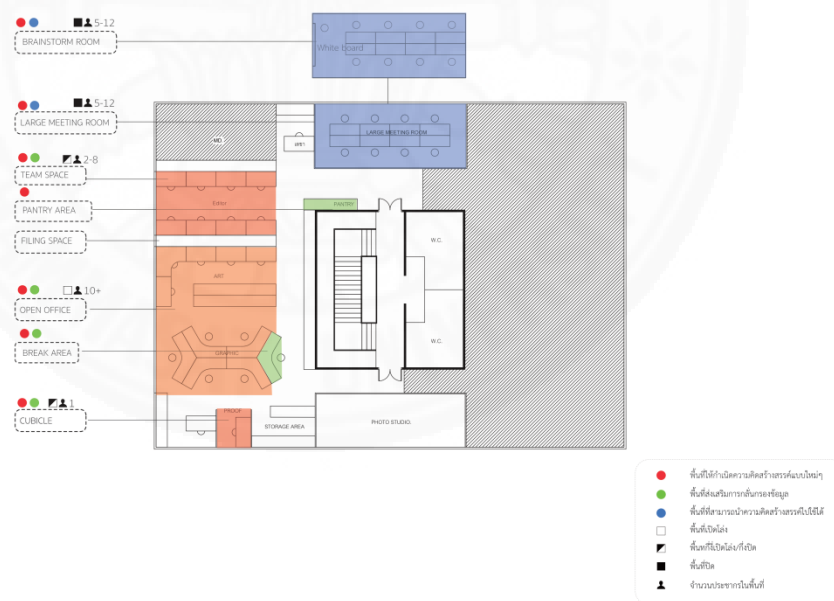
ภาพที่ 4.10 รูปแบบการใช้งานพื้นที่บริษัท

#### 4.1.2.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ทำงานสำนักงานของบริษัท B นั้นเดิมเป็นพื้นที่เปิด (open office) ทั้งหมดและมีการกั้นด้วยผนัง (partition) สูงถึงระดับปานกลาง แต่เนื่องจากฝ่ายนักเขียนต้องการสมาธิมากจึงมีความพยายามเพิ่มขึ้นเก็บของขนาดใหญ่เพื่อกั้นพื้นที่ออกมาจากส่วนอื่น ๆ เกิดเป็นพื้นที่ทำงานเป็นทีมลักษณะกึ่งปิด (team space) ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานความคิดสร้างสรรค์เชิงการกลั่นกรองข้อมูล และเชื่อมต่อข้อมูลในสมอง ส่วนพนักงานที่เป็นฝ่ายอาร์ต และฝ่ายกราฟิกนั้น มีการจัดพื้นที่แบบเปิด (open office) เพื่อความสะดวกในการพูดคุยระยะสั้น และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ ส่วนฝ่ายพิสูจน์อักษรนั้นจะมีที่นั่งทำงานเป็นคอก (cubicle) ที่ช่วยให้ใช้สมาธิได้ดี

ส่วนพื้นที่พบปะของบริษัท B หรือ ห้องประชุมขนาดใหญ่ที่มีการใช้งาน 2 รูปแบบหลัก ที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานโดย รูปแบบแรกนั้นคือการใช้เป็น ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting area) จะส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เชิงการเป็นผู้นำความคิดเท่านั้น ส่วนอีก รูปแบบการใช้งานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์นั้น มีการใช้พื้นที่เป็นห้องระดมความคิด (brainstorm room) ซึ่งห้องนี้สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทุกรูปแบบ ทั้งการกำเนิดความคิด สร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ การถกเถียงข้อและ การเชื่อมต่อข้อมูลในสมอง การนำความคิดสร้างสรรค์ไป ใช้ในงาน

พื้นที่สนับสนุนภายในบริษัท B นั้นมีสองส่วนหลัก ๆ ที่สามารถกระตุ้นความคิด สร้างสรรค์ได้ได้แก่ พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่พัก (break area) ที่สนับสนุนความคิด สร้างสรรค์เชิง การถกเถียงข้อและ การเชื่อมต่อข้อมูลในสมองเนื่องจากพื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ เกิดผ่อนคลาย และให้ความรู้สึกสงบมากกว่าพื้นที่นั่งทำงาน



ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีของบริษัท B

### 4.1.3 บริษัท C

อาคารสำนักงานของบริษัท C นั้นตั้งอยู่ที่ ซอย สุทธิพร ถนนประชาสงเคราะห์ แขวงดินแดง เขตดินแดง จังหวัด กรุงเทพมหานคร อาคารสำนักงานของบริษัท C นั้นเป็นอาคารสูง 8 ชั้น มีลักษณะการจัดแบ่งพื้นที่คล้ายคลึงกับ บริษัท A กล่าวคือ มีการแบ่งพื้นที่ชั้นในอาคารสำนักงานตามแผนการทำงาน เช่น ฝ่ายบุคคล แยกชั้นกับผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ ซึ่งผู้ผลิตสิ่งพิมพ์นั้นก็มีการแยกพื้นที่การทำงานตามรูปเล่มหนังสือที่รับผิดชอบ และมีการใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันในชั้น เช่นห้องประชุม

#### 4.1.3.1 การจัดแบ่งพื้นที่ ภายในพื้นที่สำนักงาน

พื้นที่สำนักงานของบริษัท C นั้นแตกต่างจากสองบริษัทที่กล่าวมาเพราะนักเขียนของบริษัท C นั้นนักเขียนจะไม่มีที่นั่งประจำ และนักเขียนไม่จำเป็นต้องเข้ามาทำงานในพื้นที่สำนักงาน พื้นที่สำนักงานของบริษัท C นั้นมีการวางพื้นที่ให้ส่วนของที่ทำงานอยู่ด้านในสุดเพื่อเลี่ยงเสียงรบกวนที่เกิดจากการสัญจรไปมา โดยใช้พื้นที่ห้องประชุมวางอยู่บริเวณทางเข้าออกห้องประชุมของบริษัท C ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นแบ่งออกเป็น 3 ห้องโดยเป็นห้องประชุมขนาดเล็ก 2 ห้อง ห้องประชุมขนาดใหญ่ นอกจากห้องประชุมที่ได้มีการจัดให้อยู่ก่อนเข้าพื้นที่สำนักงานแล้วยังมีพื้นที่เตรียมอาหารที่เก็บของ และห้องน้ำ อยู่ด้วย



ภาพที่ 4.12 การจัดผังพื้นที่ทำงานบริษัท C





ภาพที่ 4.13 บรรยากาศภายในพื้นที่สำนักงานบริษัท C



ภาพที่ 4.14 บรรยากาศภายในห้องประชุมของบริษัท C

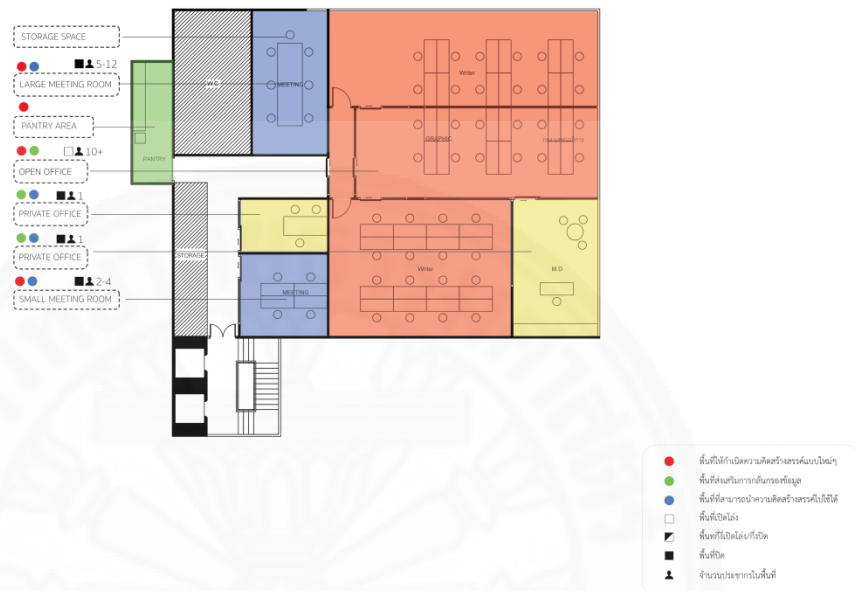
#### 4.1.3.2 การใช้งานพื้นที่ภายในพื้นที่สำนักงาน

พื้นที่สำนักงานแห่งนี้ มีการใช้งานพื้นที่หลายส่วนเป็นพื้นที่เก็บของ ซึ่งจัดกระจายโดยทั่ว เช่นห้องประชุมขนาดเล็กในภาพ 4.15 ภาพขวา พื้นที่การทำงานภายในนั้นถูกออกแบบเป็นพื้นที่เปิดขนาดใหญ่ (open office) แล้วจึงแบ่งพื้นที่เป็นห้อง ๆ เพื่อความสามารถในการควบคุมอุณหภูมิ การใช้พลังงาน และการป้องกันเสียงรบกวนในพื้นที่ทำงาน ดังจะเห็นได้จากในผังอาคารที่มีการแบ่งพื้นที่ทำงานเป็นห้อง ๆ และยังใช้ผนังกระจกใส และประตูกระจก เพื่อเชื่อมพื้นที่เข้าด้วยกัน ส่วนของห้องประชุมทั้ง 3 ห้องที่ได้สร้างไว้นั้น มีการใช้งานบ่อยเพียงบางห้องเท่านั้น ทำให้พื้นที่ประชุมห้องที่ไม่ได้ใช้งานบ่อยกลายเป็นพื้นที่เก็บหนังสือชั่วคราว พื้นที่สำนักงานเองก็เช่นกันเพราะเนื่องจากพื้นที่มีขนาดใหญ่และไม่จำเป็นต้องทำงานในพื้นที่ทำงาน จึงทำให้มีพื้นที่หลายส่วนเกิดเป็นพื้นที่ว่างขึ้น

#### 4.1.3.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ทำงานสำนักงานของบริษัท C นั้นได้มีพื้นที่ที่ทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์หลากหลายรูปแบบ โดยเริ่มต้นจากพื้นที่ทำงานของบริษัท C นั้นเราจะพบพื้นที่ทำงาน 3 รูปแบบได้แก่พื้นที่สำนักงานแบบเปิด (open office) ห้องทำงานแบบกลุ่ม (team room) และห้องทำงานส่วนตัว (private office) ซึ่งพื้นที่ทั้ง 3 รูปแบบนั้นให้ความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน โดยพื้นที่สำนักงานแบบเปิด (open office) และห้องทำงานแบบกลุ่ม (team room) นั้นส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ พื้นที่ห้องทำงานแบบกลุ่ม (team room) และห้องทำงานส่วนตัว (private office) นั้นส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แบบการกลั่นกรองข้อมูลและการนำไปใช้ นอกจากนั้นห้องทำงานส่วนตัว (private office) ตัวยังเป็นพื้นที่ส่งเสริมการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้อีกด้วย ส่วนต่อมาเป็นพื้นที่ประชุม พื้นที่ประชุมของบริษัท C มีทั้งหมด 3 ห้องโดยแต่ละห้องนั้นสามารถจัดรูปแบบออกมาได้ทั้งหมด 2 รูปแบบ ได้แก่ ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) ห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room) พื้นที่ห้องประชุมทั้ง 2 รูปแบบเองก็ให้ความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน โดยห้องประชุมขนาดใหญ่นั้นช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แบบการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้งาน ส่วนห้องประชุมขนาดเล็กนั้น ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ทั้งแบบ การกำเนิดความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ และการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้งานได้ดี ส่วนพื้นที่ส่วนสุดท้าย คือพื้นที่สนับสนุนของสำนักงานแห่งนี้ ได้แก่ พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่ส่วนนี้จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ แบบการกำเนิดความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ และความคิดสร้างสรรค์แบบการกลั่นกรองข้อมูล





ภาพที่ 4.15 ภาพการวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานของบริษัท C

## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้ง 3 แห่ง พบว่ารูปแบบการทำงานของทั้งสามบริษัทนั้น มีความคล้ายคลึงกัน เช่น ลักษณะการทำงาน ความต้องการของผู้ใช้งาน ลักษณะของพื้นที่ที่ต้องการในการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 4.2.1 บริษัท A

มีลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบการประเมินจากผลงาน โดยผู้ที่มาทำงานนั้นไม่ต้องลงบันทึกเวลาเข้า-ออกงาน เนื่องจากมีกรอบของการทำงานบังคับอยู่แล้ว เช่น การประชุม การติดต่อสื่อสารกับผู้ร่วมงาน ดังนั้นองค์กรนี้จึงนับเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญอิสระในการทำงาน ในการทำงานของบริษัท A ประกอบไปด้วย

1. นักเขียน
2. ผู้จัดการกราฟิก
3. ฝ่ายเทคนิคการพิมพ์
4. บรรณาธิการ

โดยแต่ละฝ่ายนั้นจะมีลักษณะการทำงานที่ไม่เหมือนกันแต่มีความสัมพันธ์กันตามลำดับขั้นตอนการทำงานดังต่อไปนี้

1. การหาแนวคิดหลัก กลุ่มนักเขียน กองบรรณาธิการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จะปรึกษากันเพื่อหา แนวคิดร่วมกันในการเขียนหนังสือ เล่มใหม่นี้ ตามเรื่องที่สนใจ หรือที่กำลังได้รับความนิยมเป็นต้น
2. การสร้างเนื้อหา หลังจากที่มีการประชุมหาแนวคิดหลักเสร็จสิ้นแล้ว จึงเป็นการเขียนการหาข้อมูลการถ่ายภาพ การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
3. จัดทำหน้ากระดาษ หลังจากได้ข้อมูลที่จะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แล้วจะเป็นหน้าที่ของผู้จัดทำกราฟิก ที่จะนำข้อมูลเหล่านั้น มาจัดเรียงลงบนหน้ากระดาษ เพื่อตรวจทานและตรวจสอบก่อนจะส่งต่อไปยังฝ่ายเทคนิคการพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. จัดทำรูปเล่ม เป็นหน้าที่ของฝ่ายเทคนิคการพิมพ์ ที่จะสร้างแบบจำลองการพิมพ์ขึ้นมาก่อน เพื่อตรวจทานก่อนที่จะส่งเข้าสู่โรงพิมพ์ เพื่อผลิตเข้าสู่ตลาด ทุกขั้นตอนที่กล่าวมานั้นจะมีการตรวจทานผลงานทุกขั้นตอนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและ บรรณาธิการ ก่อนจะผ่านไปยังขั้นตอนต่อไป



หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กับผู้ที่ทำงานในบริษัท A นั้นก็ทราบถึงรูปแบบการทำงานที่แตกต่างกันในแต่ละฝ่ายเริ่มต้นจาก

ฝ่ายนักเขียน ฝ่ายนักเขียนนั้นมีหน้าที่ที่ต้องทำงาน ไม่เป็นกิจวัตรเนื่องจากงานที่ได้รับนั้นเป็นงานที่ไม่สามารถทำอยู่ในพื้นที่สำนักงานได้อย่างเดียว ซึ่งมีขั้นตอนการทำงานดังนี้

1. หาข้อมูลที่น่าสนใจ เพื่อนำมาประชุมและเสนอแนวความคิด
2. เสนอแนวความคิด เพื่อสร้างแนวทางในการทำงานครั้งนั้น
3. สร้างเนื้อหา ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างเนื้อหาโดย การสัมภาษณ์ และวิธีอื่น ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล
4. การเรียบเรียงข้อมูลนั้นออกมาเป็นเนื้อหาที่จะส่งต่อไปให้บรรณาธิการตรวจสอบ ก่อนมีการส่งต่อไปยังฝ่ายจัดทำกราฟิกในขั้นตอนถัดไป

รูปแบบของพื้นที่ทำงานของนักเขียนจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้  
 ในขั้นตอนแรก นักเขียนนั้นต้องการพื้นที่ที่ได้พบเห็นอะไรใหม่ ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ทำงานที่ทำให้พวกเขาสามารถนึกอะไรใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในงานได้ อาจจะเป็น ร้านกาแฟ ห้องสมุด พื้นที่ที่สามารถเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบออนไลน์ได้ส่วนในขั้นตอนถัดมา หลังจากได้ความคิดนั้นมาแล้วจะมีการนำเข้าไปประชุมเพื่อเสนอแนวคิดนั้น ๆ ก่อนที่จะสามารถนำความคิดที่ได้มาใหม่นั้นไปใช้งาน ต้องได้รับความเห็นชอบและถกเถียงกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องก่อน ทำให้ต้องการพื้นที่ที่สามารถพูดคุยกันเป็นกลุ่มได้อย่างไม่รบกวนผู้อื่นขั้นตอนสุดท้าย ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้ทำงานจะต้องนำข้อมูลที่เก็บได้มากลับกรองออกมาเป็นเนื้อหาที่จะต้องจัดส่งต่อไปให้ บก. และฝ่ายผู้จัดทำกราฟิก ในการกลั่นกรองข้อมูลนั้นนักเขียนต้องการใช้สมาธิมาก เพื่อเรียบเรียงและกลั่นกรองชุดข้อมูลที่ได้รับมาให้เป็นเนื้อหา พื้นที่ที่นักเขียนต้องการนั้นก็คือห้องนอน ร้านกาแฟ พื้นที่ทำงานที่สงบเพื่อใช้สมาธิ

ฝ่ายผู้จัดทำกราฟิกและฝ่ายเทคนิคการพิมพ์ ทั้งสองฝ่ายนั้นมีลักษณะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่เหมือนกันจากรูปแบบการทำงานที่เหมือนกัน โดยมีขั้นตอนการทำงานดังนี้

1. นำเนื้อหา ข้อมูล แนวคิดของงาน ที่ได้รับมาสร้างเป็นชิ้นงาน
2. ส่งกลับไปตรวจทาน ให้ถูกต้องและตรงกับแนวคิดที่วางไว้ นำกลับมาปรับปรุงเพื่อทำเป็นผลงานต้นฉบับก่อนส่งไปจัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม

รูปแบบพื้นที่สำนักงานหลังจากที่ได้สอบถามการทำงานของผู้ที่ทำงานทั้งสองฝ่ายพบว่าพวกเขาไม่สามารถทำงานที่อื่นได้เนื่องจากการ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานเป็นอุปกรณ์ขนาดใหญ่ และการเข้าฐานข้อมูลส่วนกลางทำให้ต้องทำงานในพื้นที่สำนักงานตลอด ดังนั้นพื้นที่ที่ต้องการคือพื้นที่สำหรับผ่อนคลาย เช่นพื้นที่ทานอาหาร พื้นที่สูบบุหรี่ ในอาคารสำนักงาน

กองบรรณาธิการ เป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในทุกขั้นตอน โดยเริ่มจาก

1. การเข้าประชุมเพื่อสรุปหาหัวข้อที่เหมาะสมที่จะนำไปเขียนบทความ และจัดสรรการทำงานของนักเขียนให้ได้รับหน้าที่เก็บข้อมูลตามหัวข้อต่าง ๆ
2. เป็นผู้คอยตรวจสอบการทำงานในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่ การสรุปเนื้อหา การจัดทำกราฟิก การจัดทำรูปเล่ม ตรวจสอบฉบับ

พื้นที่การทำงานของกองบรรณาธิการนั้นจะประกอบไปด้วย พื้นที่ประชุม (Brainstorm room) ที่ใช้ในขั้นตอนการหาแนวคิดหลัก ส่วนในขั้นตอนที่เหลือนั้น กองบรรณาธิการจะใช้พื้นที่ทำงานแบบเปิด (Open plan) ในการทำงานเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้น ฝ่ายบรรณาธิการสามารถทำงานภายนอกพื้นที่สำนักงานได้อีกด้วย ซึ่งยังสามารถติดต่อกับผู้ที่ทำงานในขั้นตอนต่าง ๆ ได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ที่ทำงานส่วนนี้เองก็สามารถ ทำงานจากที่ทำงานที่อื่นได้เพียงมีอุปกรณ์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต

พื้นที่ทำงานในแต่ละขั้นตอน ของผู้ที่ทำงานในสำนักพิมพ์ บริษัท A จะมีลักษณะขั้นตอนการทำงานดังภาพด้านล่างนี้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าขั้นตอนการทำงานส่วนใหญ่จะอยู่ในห้องของแต่ละ เล่มหนังสือเท่านั้น เนื่องจากความจำเป็นเรื่องการติดต่อสื่อสาร

#### 4.2.2 บริษัท B

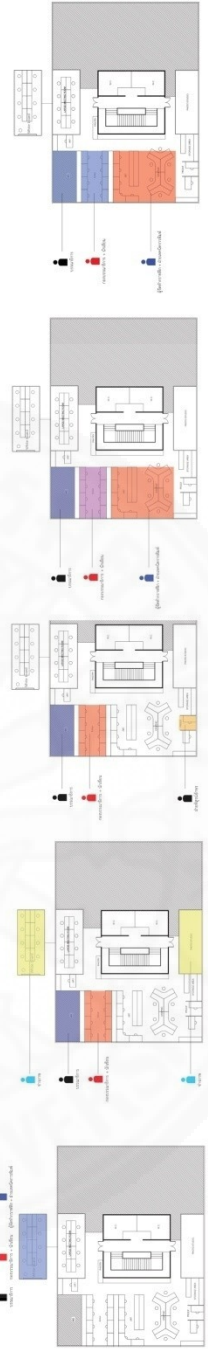
บริษัท B เป็นบริษัทที่มีการประเมินแบบผสม ระหว่างการประเมินผลงานและการเข้างาน ยกเว้นผู้ที่ทำงานในกองบรรณาธิการ บริษัท B กองบรรณาธิการกับนักเขียนนั้นเป็นฝ่ายเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในผู้ที่ทำงานในบริษัท B ในพื้นที่ที่ได้เข้าไปทำการศึกษามากขึ้นนั้น ประกอบไปด้วย

1. บรรณาธิการ
2. กองบรรณาธิการ
3. ฝ่ายจัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์
4. ฝ่ายพิสูจน์อักษร
5. ช่างภาพ

ขั้นตอนการทำงานของบริษัท B ประกอบไปด้วย

1. การหาแนวคิดหลัก ในกลุ่มกองบรรณาธิการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จะปรึกษากันเพื่อหาแนวคิดร่วมกันในการเขียนหนังสือ เล่มใหม่นี้ ตามเรื่องที่น่าสนใจ หรือที่กำลังได้รับความนิยม เป็นต้น
2. การสร้างเนื้อหา หลังจากที่มีการประชุมหาแนวคิดหลักเสร็จสิ้นแล้ว จึงเป็นการเขียนการหาข้อมูลการถ่ายภาพ การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นหน้าที่ของ กองบรรณาธิการ และช่างภาพ และผู้ที่เกี่ยวข้อง
3. จัดทำหน้ากระดาษ หลังจากได้ข้อมูลที่จะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แล้วจะเป็นหน้าที่ของผู้จัดทำกราฟิก ที่จะนำข้อมูลเหล่านั้น มาจัดเรียงลงบนหน้ากระดาษ
4. การตรวจทาน เป็นหน้าที่ของฝ่ายพิสูจน์อักษร ที่เข้ามาตรวจสอบการใช้คำในการเขียนให้เหมาะสมรวมทั้งการตรวจหาข้อผิดพลาด ก่อนจะส่งกลับไปยัง ฝ่ายผู้จัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์
5. การจัดทำต้นฉบับ เมื่อได้รับข้อมูลที่ส่งต่อมาแล้ว จะเป็นหน้าที่ของฝ่ายผู้จัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์ ที่จะสร้างต้นฉบับ จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบ และส่งไปยังโรงพิมพ์

กิจกรรม/กิจกรรม	การขนานนาคีฬาคัด		การสร้างห้องยา		การดูแลห้องยา		การจัดทำหน่วยผลิต		การจัดทำตู้ยา	
	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
บรรณธิการ	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
กองบรรณาธิการ	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
กองบรรณาธิการ + นักเขียน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
ฝ่ายกราฟิก + ฝ่ายเทคนิคการพิมพ์	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
ฝ่ายพิสูจน์อักษร	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
ช่างภาพ	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน



ภาพที่ 4.17 แผนภูมิการทำงานของบริษัท B



ขั้นตอนการทำงานของ กองบรรณาธิการนั้นคล้ายคลึงกับบริษัท A คือ

1. หาข้อมูลที่น่าสนใจ เพื่อนำมาประชุมและเสนอแนวความคิด
2. เสนอแนวความคิด เพื่อสร้างแนวทางในการทำงานครั้งนั้น
3. สร้างเนื้อหา ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างเนื้อหาโดย การสัมภาษณ์ และวิธีอื่น ๆ เพื่อให้

ได้มาซึ่งข้อมูล

พื้นที่ที่ต้องการทำงานในแต่ละขั้นตอนการทำงานของผู้ใช้ความคิดสร้างสรรค์นั้น จากการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้ ช่วงการหาข้อมูล ต้องการพื้นที่ ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ และพื้นที่ที่ได้พบปะกับผู้อื่น ช่วงการเสนอความคิด ช่วงนี้เป็นช่วงที่ต้องการห้อง ประชุมที่สามารถรองรับ การระดมสมองได้ ส่วนการสร้างเนื้อหานั้น พื้นที่ที่ต้องการคือพื้นที่ที่สงบเช่น ส่วนของบ้านที่สงบ

ขั้นตอนการทำงานของ ฝ่ายจัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์ เนื่องจากผู้ที่ทำงานฝ่าย นี้มีกำหนดเวลางานเข้า-ออกงานตามปกติ ประกอบกับอุปกรณ์ในการทำงานขนาดใหญ่ ทำให้ไม่สามารถทำงานบริเวณอื่นได้ ดังนั้นพื้นที่สนับสนุนนั้น จึงเป็นพื้นที่ที่กลุ่มฝ่ายจัดทำกราฟิกและเทคนิค การพิมพ์นั้นต้องการ ได้แก่ พื้นที่พัก พื้นที่สูบบุหรี่ เป็นต้น

#### 4.2.3 บริษัท C

บริษัท C เป็นบริษัทที่มีการประเมินแบบผสม ระหว่างการประเมินผลงานและการเข้า งาน ยกเว้นผู้ที่เป็นนักเขียน ซึ่งบริษัท C ประกอบไปด้วย

1. บรรณาธิการ
2. นักเขียน
3. ฝ่ายจัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์
4. ฝ่ายพิสูจน์อักษร

ขั้นตอนการทำงานของบริษัท C ประกอบไปด้วย

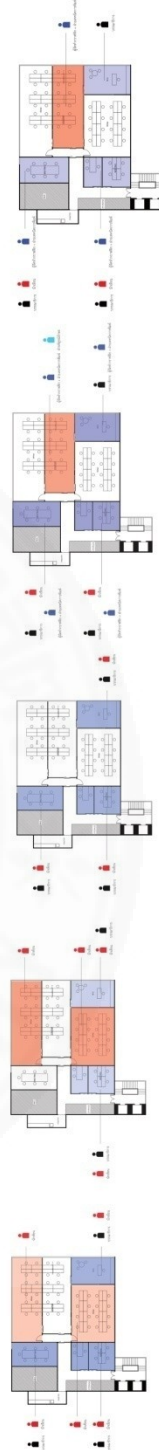
1. การสร้างข้อมูล กลุ่มนักเขียนนั้น ต้องเป็นผู้เขียนเนื้อหา ภาพประกอบบางส่วนขึ้นมาเอง จากนั้นจึงส่งต่อไปยังผู้ที่จัดทำรูปเล่ม

2. จัดทำหน้ากระดาษ หลังจากได้ข้อมูลที่จะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แล้วจะเป็นหน้าที่ของ ฝ่ายจัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์ ที่จะนำข้อมูลเหล่านั้น มาจัดเรียงลงบนหน้ากระดาษ

3. การตรวจทาน เป็นหน้าที่ของฝ่ายพิสูจน์อักษร ที่เข้ามาตรวจสอบการใช้คำในการเขียนให้เหมาะสมรวมทั้งการตรวจหาข้อผิดพลาด ก่อนจะส่งกลับไปยัง ฝ่ายผู้จัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์

4. การจัดทำต้นฉบับ เมื่อได้รับข้อมูลที่ส่งต่อมาแล้ว จะเป็นหน้าที่ของฝ่ายผู้จัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์ ที่จะสร้างต้นฉบับ จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบ และส่งไปยังโรงพิมพ์

ประเภทกิจการ	กรรมสิทธิ์ที่ดิน		กรรมสิทธิ์อาคาร		กรรมสิทธิ์ยานยนต์		กรรมสิทธิ์อุปกรณ์		กรรมสิทธิ์ค่าอุปถัมภ์	
	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน	หน้าที่	พื้นที่ทำงาน
บรรณธิการ	เสนอเรื่องให้จัดซื้อ	พื้นที่ประชุม	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน
			พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน
บัญชี			ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน
			พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน
ฝ่ายการเงิน และฝ่ายเทคนิคการพิมพ์			ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน
			พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน
ฝ่ายปฏิบัติการ			ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน	ความส่องการ	พื้นที่ทำงาน
			พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน	พื้นที่สำนักงาน



ภาพที่ 4.18 แผนภูมิการทำงานของบริษัท C

ขั้นตอนการทำงานของนักเขียนนั้นมี 2 ส่วนหลัก ๆ ด้วยกันนั่นก็คือ ส่วนของการหาเนื้อหา หาข้อมูล หาแรงบันดาลใจ ในขั้นตอนนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ กล่าวว่านักเขียนจะชอบหาพื้นที่ที่มีการสัญจรไปมา เช่น ร้านกาแฟ และที่อื่น ๆ จากนั้นจึงนำเนื้อหานั้นมาเรียบเรียงในที่ที่สงบ บางคนนั้น เลือกพื้นที่ บ้าน ในเวลากลางคืน ทั้งหมดที่กล่าวมานั้น เป็นเพียงกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่มีความต้องการพื้นที่ทำงานตามที่กล่าวมา

ขั้นตอนการทำงานของ ฝ่ายจัดทำกราฟิกและเทคนิคการพิมพ์เหมือนกับของ บริษัท B นั่นก็คือต้องการพื้นที่สำหรับผ่อนคลาย เช่น พื้นที่เล่น พื้นที่สูบบุหรี่ เป็นต้น

#### 4.3 วัฒนธรรมองค์กร และขนาดขององค์กร

##### 4.3.1 บริษัท A

วัฒนธรรมองค์กรของบริษัท A นั้นจากสัมภาษณ์พบว่าองค์กรที่มีวัฒนธรรมการทำงานที่ไม่เคร่งเครียด แต่เน้นที่ผลงาน โดยให้อิสระแก่ผู้ทำงานทุกท่าน ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากทั้งกฎระเบียบของบริษัท ที่พนักงานสามารถเข้าออกงานเวลาใดก็ได้ แต่จะต้องรับผิดชอบหน้าที่ ๆ ตนเองได้รับให้ลุล่วง ทั้งผู้ที่ทำหน้าที่ บรรณาธิการ นักเขียน ผู้จัดทำกราฟิก ผู้จัดทำรูปเล่ม ที่บริษัท A สามารถใช้กฎระเบียบ และวัฒนธรรมองค์กรที่ให้อิสระสูงขนาดนี้ได้อาจเป็นเพราะขนาดขององค์กรที่ยังไม่ใหญ่มากและส่วนของเนื้องานมีการจัดแบ่งอย่างเป็นระบบ

##### 4.3.2 บริษัท B

วัฒนธรรมองค์กรของบริษัท B เป็นบริษัทเก่าแก่ และมีขนาดองค์กรที่ใหญ่มาก เพราะมีหลายส่วนทำงาน โดยระบบการปกครองขององค์กรนั้น มีหลายลำดับชั้น จึงก่อให้เกิดอาคารสำหรับทีมผู้บริหารชั้นภายในที่ดินของบริษัท วัฒนธรรมขององค์กรของบริษัทที่นี้จึงมีความเข้มงวดมากกว่าบริษัทอื่น ๆ ที่ทำการสำรวจ โดยผู้ที่สามารถทำงานนอกพื้นที่ทำงานได้นั้น คือกองบรรณาธิการ นักเขียน ช่างภาพ ที่จำเป็นต้องทำงานนอกพื้นที่สำนักงานทำให้องค์กรไม่สามารถบันทึกเวลาทำงานได้จึงอนุโลมให้ไม่ต้องลงบันทึกเวลาทำงาน แต่ไม่ใช่จะเหมือนกับบริษัท A ที่เน้นที่ผลงาน เพราะเมื่อมีการทำงานนอกพื้นที่ทำงานจำเป็นจะต้องแจ้งให้ทางบริษัททราบ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าเมื่อแจ้งกับทางบริษัทแล้ว ทางบริษัทมักต้องการให้กลับมาทำงานภายในอาคารสำนักงาน โดยมักกล่าวถึงการประชุม และเหตุผลอื่น ๆ เพื่อให้พนักงานเข้ามาทำงานในพื้นที่ทำงาน

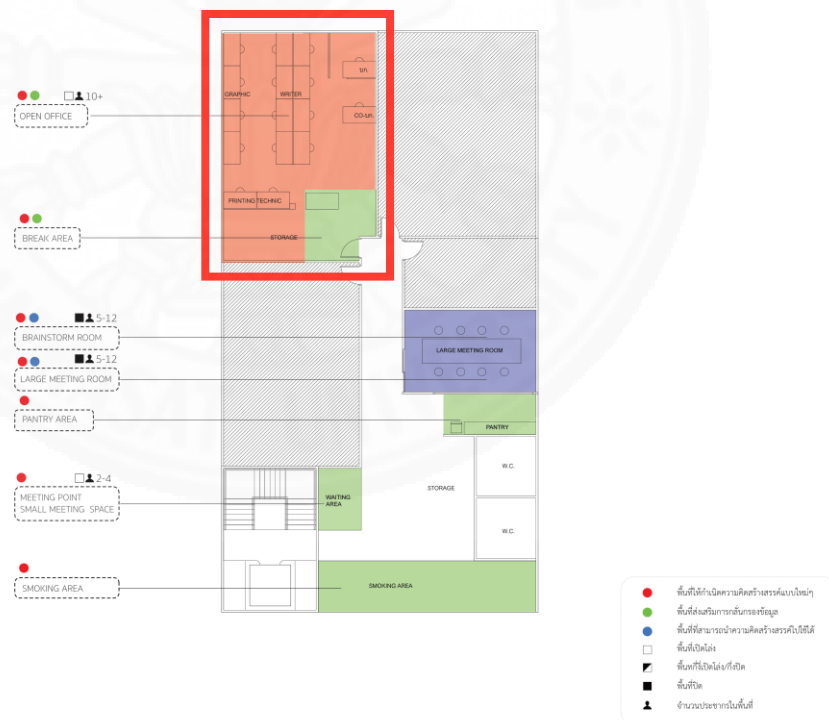
### 4.3.3 บริษัท C

วัฒนธรรมองค์กรของบริษัท C เป็นแบบที่ให้อิสระในการทำงานแก่นักเขียนมาก เนื่องจากการทำงานของนักเขียนนั้นไม่จำเป็นต้องมีกรอบเวลาในการทำงานเพียงแต่ต้องส่งเรื่องที่เขียนภายในกรอบเวลาที่ทำการตกลงไว้กับบริษัทซึ่งนักเขียนสามารถเข้ามาทำงานในพื้นที่ทำงานหรือไม่เข้ามาเลยก็ได้ แต่ต้องส่งผลงานเข้ามาด้วยวิธีใดก็ได้ แต่ผู้ที่ทำงานส่วนอื่น ๆ นั้นจะอยู่ในกรอบของกฎระเบียบบริษัทไม่ว่าจะเป็นฝ่ายบัญชี ฝ่ายจัดทำกราฟิกและรูปเล่ม เนื่องจากบริษัทมีขนาดใหญ่และประกอบไปด้วยหลายค่ายหนังสือ ทำให้ต้องมีกฎเกณฑ์ในการควบคุมการทำงาน

## 4.4 สรุปพื้นที่การวิเคราะห์พื้นที่สำนักงานร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีและการใช้งานจริง

### 4.4.1 พื้นที่สำนักงานบริษัท A

#### 4.4.1.1 พื้นที่ทำงานของบริษัท A



ภาพที่ 4.19 ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่สำนักงานแบบเปิด

พื้นที่ทำงาน บริษัท A พื้นที่ทำงานประกอบไปด้วย พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (open plan) ภายในพื้นที่มีการใช้เฟอร์นิเจอร์ที่แบ่งพื้นที่กันเพียงแค้ให้เห็นเป็นพื้นที่ของพนักงานแต่ละคน ทำให้พื้นที่นี้สะดวกและง่ายต่อการติดต่อสื่อสารกันอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ภายในห้องยังประกอบไปด้วยพื้นที่พักผ่อน (break area) ที่เกิดขึ้นจากความสะดวกในการทำงานเมื่อต้องการทำงานอาหารหรือพักผ่อนชั่วคราว พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่งตามทฤษฎีนั้นช่วยสนับสนุนปัจจัยเรื่องของการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความสงบอยู่ในภวังค์ ที่จะส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ จากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการทำงานและขั้นตอนต่าง ๆ พบว่า

ขั้นตอนการหาแนวคิดหลักนั้น พื้นที่แบบเปิดโล่งนั้นช่วยให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้จริง ซึ่งการแบ่งพื้นที่ทำงานเป็นห้องนั้นช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างสะดวกในขั้นตอนนี้

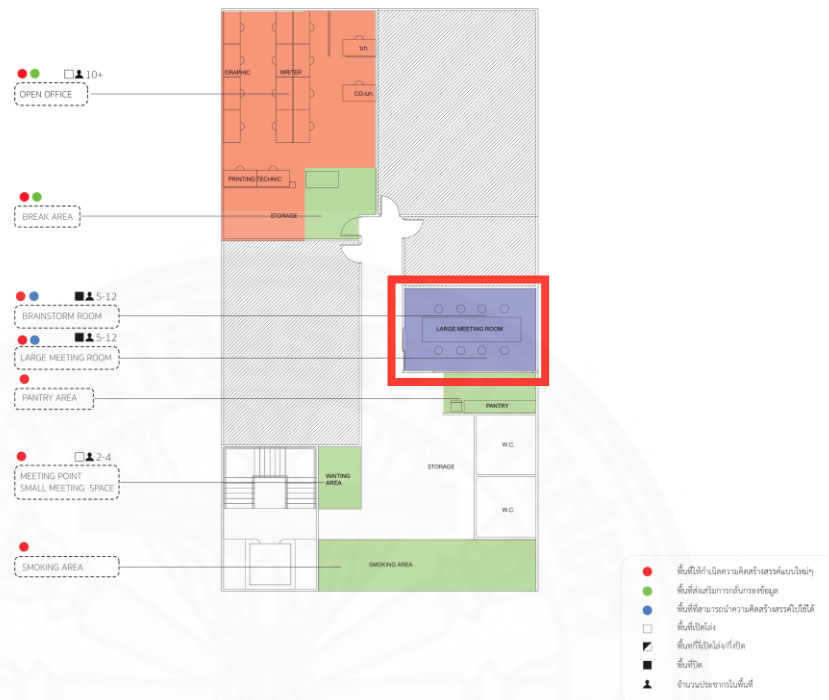
ขั้นตอนการสร้างเนื้อหา พื้นที่มีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างที่ได้อีกกล่าวมา แต่ยังคงขาดปัจจัยการได้พบเห็นสิ่งใหม่สำหรับขั้นตอนนี้ทำให้นักเขียนต้องออกไปทำงานยังพื้นที่ทำงานภายนอกเพื่อหาปัจจัยดังกล่าว

ขั้นตอนการสรุปเนื้อหาพื้นที่แบบเปิดโล่งนั้นช่วยให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้จริง แต่ปัจจัยเรื่องของความสงบอยู่ในภวังค์นั้น ทำได้ยากเนื่องจากพื้นที่มีเสียงดังรบกวนจากผู้ทำงานในพื้นที่สำนักงาน ทำให้นักเขียนบางคนเลือกใช้พื้นที่ทำงานอื่น ๆ เพื่อเสริมการทำงานส่วนนี้

ขั้นตอนการจัดทำหน้าหนังสือและการจัดรูปเล่ม พื้นที่นี้เหมาะสมในการทำงานมากเนื่องจากลักษณะการทำงานเน้นไปยังการพูดคุยติดต่อสื่อสารกับทุกฝ่ายทำให้พื้นที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานและยังกระตุ้นให้ผู้ทำงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

ส่วนพื้นที่เตรียมอาหารในห้องนี้นั้น ช่วยให้ทุกขั้นตอนการทำงานของผู้ที่ทำงานในพื้นที่นั้นเกิดความผ่อนคลายจากการทำงาน และการพูดคุยได้จริง ส่วนการเรียนรู้สิ่งใหม่นั้นไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนเนื่องจากขอบเขตของพื้นที่ทำงานและพื้นที่เตรียมอาหารนั้นไม่มีขอบเขตแบ่งที่ชัดเจน

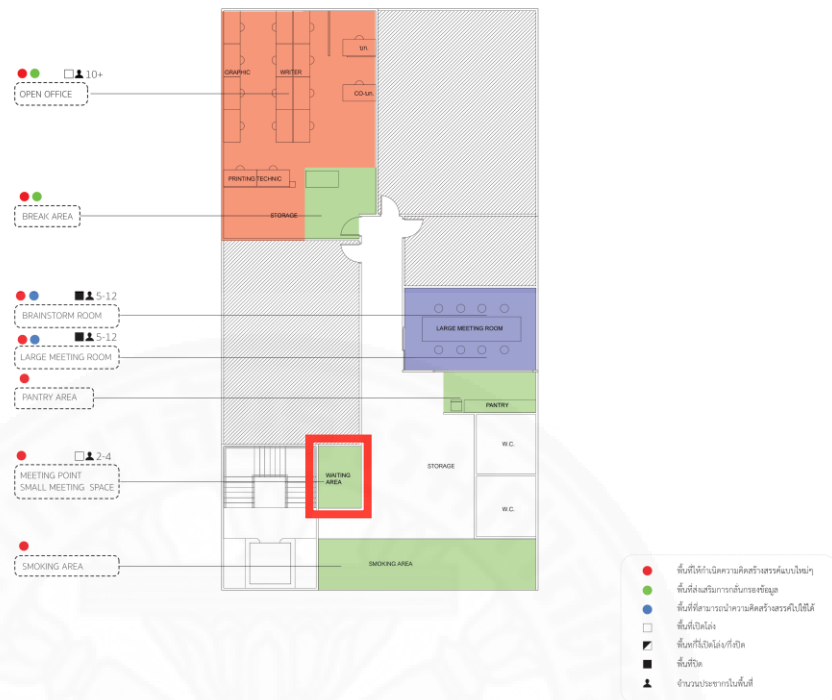
#### 4.4.1.2 พื้นที่ประชุมของบริษัท A



ภาพที่ 4.20 ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่ประชุมขนาดใหญ่

พื้นที่ประชุมของบริษัท A นั้นมีลักษณะเป็นห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) ลักษณะพื้นที่ภายในประกอบไปด้วย โต๊ะประชุมขนาดใหญ่ไม่สามารถปรับหรือขยับได้ พนักห้องด้านที่ติดกับพื้นที่เตรียมอาหารเป็นกระจกแปะด้วยสติ๊กเกอร์ชุ่น ส่วนผนังฝั่งตรงข้ามเป็นกระดานไวท์บอร์ดสำหรับจดบันทึกได้ ส่วนผนังอีกสองด้านนั้นเป็นผนังโครงเบาทาสีและประดับด้วยของใช้ต่าง ๆ เช่น นาฬิกา พื้นที่นี้มีการใช้งานเป็น ห้องระดมความคิด (brainstorm room) ห้องทำงานชั่วคราว (study booth) ห้องนี้มีลักษณะการใช้งานเป็นระบบจองวันและเวลา โดยจะมีแฟ้มสำหรับลงบันทึกวันและเวลาที่จะใช้พื้นที่เสียอยู่บริเวณทางเข้าห้อง นอกจากระบบการจองแล้วยังสามารถเข้ามาใช้งานชั่วคราวได้ในกรณีที่ไม่มีการจองพื้นที่ไว้

ขั้นตอนการทำงานในพื้นที่นี้จะเน้นไปที่การประชุม และการระดมความคิดเป็นหลัก ได้แก่ ขั้นตอนการหาแนวคิดหลัก ซึ่งขั้นตอนนี้พื้นที่ประชุมสามารถรองรับได้อย่างครบครันจากอุปกรณ์ที่มีอยู่ในห้อง พื้นที่นี้จะส่งเสริมเรื่องของการพูดคุยแลกเปลี่ยน การเรียนรู้สิ่งใหม่ และการมีอิสรภาพในการทำงานอย่างครบถ้วน



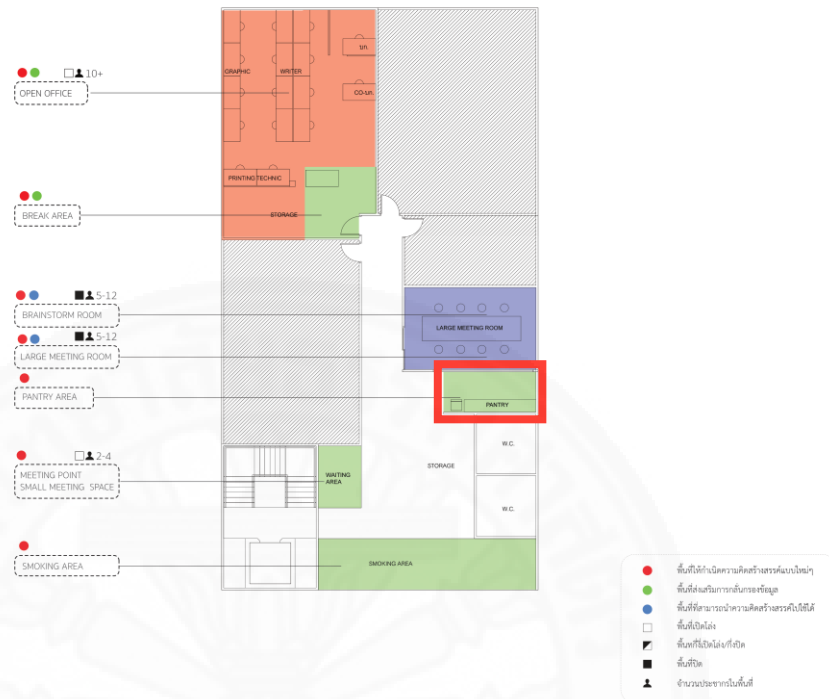
ภาพที่ 4.21 ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่ประชุมขนาดเล็ก

พื้นที่ประชุมขนาดเล็ก (meeting area) บริเวณทางเข้าพื้นที่ทำงาน เป็นพื้นที่สำหรับการประชุมที่ไม่เป็นทางการ การพูดคุยกันเหมาะสำหรับ 2 - 5 คน นอกจากนี้พื้นที่นี้ยังใช้เป็นพื้นที่พักผ่อน (break area) ได้อีกด้วย โดยในพื้นที่จะประกอบไปด้วยชุดโซฟารับแขก 3 ชั้น และโต๊ะรับแขก 1 ตัว ซึ่งเป็นพื้นที่กึ่งเปิดโล่งด้วยผนังทึบ 2 ด้าน ระแนงไม้อีก 1 ด้าน

พื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานผสมผสานกันระหว่างพื้นที่ประชุมขนาดเล็ก พื้นที่พักผ่อน และพื้นที่พักผ่อน ซึ่งการใช้งานพื้นที่บริเวณนี้เกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนการทำงานสำหรับจำนวนผู้ที่ทำงาน เนื่องจากพื้นที่ตรงนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างหลากหลาย แต่พื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างหลากหลายนี้ไม่ได้ส่งผลให้เกิด การพบเห็นสิ่งใหม่ และมีบรรยากาศไปตามที่คาดหวัง แต่จะส่งผลให้เกิดปัจจัยเรื่องของการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลที่จะนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์

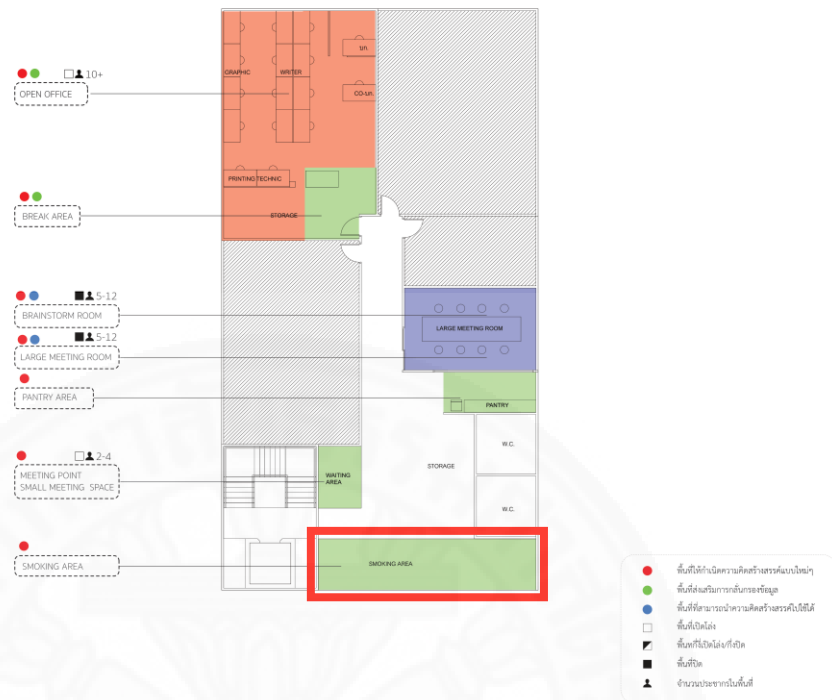


#### 4.4.1.2 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท A



ภาพที่ 4.22 ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่เตรียมอาหาร

1. พื้นที่เตรียมอาหาร (pantry area) พื้นที่ประกอบไปด้วย เค้เตอรืครัวด้านหนึ่งและเครื่องอำนวยความสะดวกเช่น ตู้เย็น ไมโครเวฟ กาต้มน้ร้อน พื้นที่บริเวณนี้จะมีการแชร์เครื่องใช้ด้วยกัน เช่น ถ้วย จาน ชาม แก้วกาแฟ ฯลฯ ลักษณะการใช้งานในพื้นที่เป็นเพียงการมาเตรียมอาหารและเครื่องดื่มและกลับไปรับประทานยังห้องทำงานของตนเอง ทำให้พื้นที่นี้ไม่ค่อยได้เกิดปฏิสัมพันธ์เป็นเวลานาน ซึ่งพื้นที่นี้จะรองรับทุกขั้นตอนการทำงานคล้ายกับพื้นที่เตรียมอาหารในห้องทำงาน เพียงแต่สามารถเตรียมอาหาร และเก็บอาหารที่มีขนาดใหญ่กว่าได้ พื้นที่บริเวณนี้ตามทฤษฎีจะช่วยส่งเสริมปัจจัยเรื่องของการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลาย ซึ่งปัจจัยที่พบในพื้นที่นั้นเป็นเพียงปัจจัยเรื่องของการพูดคุย และความผ่อนคลายเท่านั้น

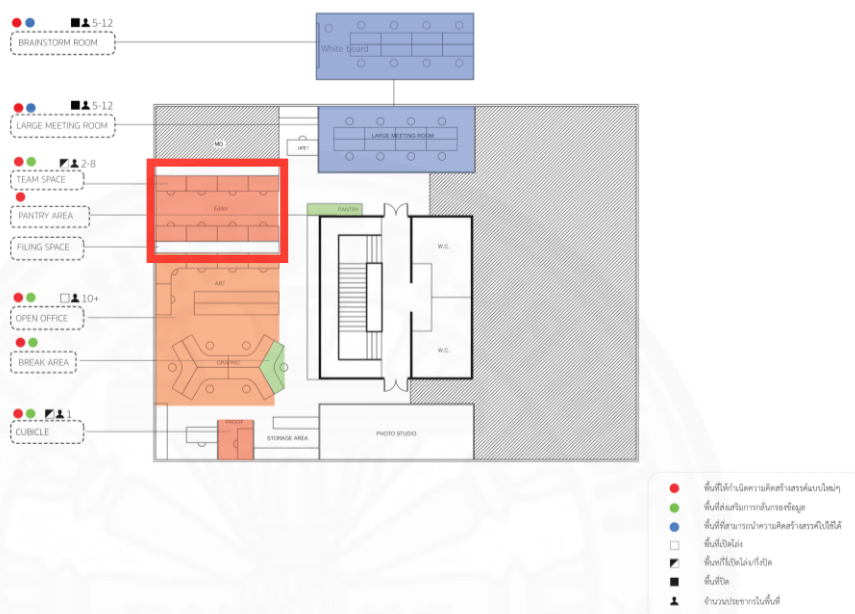


ภาพที่ 4.23 ผังพื้นที่บริษัท A ส่วนของพื้นที่สูบบุหรี่

2. พื้นที่บริเวณนี้เกิดขึ้นจากผู้ใช้งานต้องการสูบบุหรี่ จึงมีการนำชุดเก้าอี้สนามมาตั้งบริเวณระเบียงเป็นที่นั่งสูบบุหรี่ เพื่อผ่อนคลายจากการทำงานและความเครียดสะสม โดยพื้นที่สูบบุหรี่ (smoking area) นี้จะถูกใช้งานมากในช่วงเวลาที่แดดไม่แรงมากเนื่องจากไม่มีความร้อนจากแสงแดด เข้ามารบกวนการทำกิจกรรม พื้นที่นี้ช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน และการเข้าสังคมของกลุ่มคนที่ชอบสูบบุหรี่ พื้นที่ส่วนนี้รองรับขั้นตอนการทำงานทุกขั้นตอนซึ่งปัจจัยที่ได้กล่าวตามทฤษฎีมานั้น ให้ผลกับคนที่ไม่ติดข้อมจำกัดเรื่องของกลิ่น นของบุหรี่ และสภาพอากาศภายนอกอาคาร แต่สิ่งทีนอกเหนือจากทฤษฎีนั้นพื้นที่นี้ช่วยส่งเสริมความผ่อนคลายที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์

## 4.4.2 พื้นที่สำนักงานบริษัท B

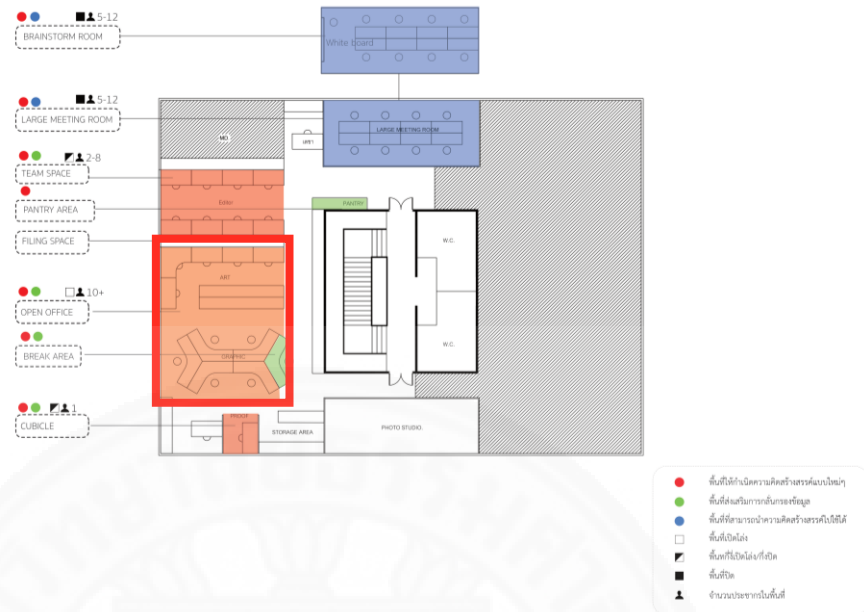
### 4.4.2.1 พื้นที่ทำงานของบริษัท B



ภาพที่ 4.24 พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่มแบบเปิดโล่ง ของบริษัท B

1. พื้นที่บริเวณนี้เดิมเป็นพื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (open plan) แต่เนื่องจากผู้ที่ทำงานในตำแหน่งกองบรรณาธิการและนักเขียนที่นั่งทำงานบริเวณนี้ต้องการสมาธิอย่างมากจึงมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ โดยการนำพื้นที่เก็บของชั่วคราว (filing space) เข้ามากั้นพื้นที่เพื่อลดเสียงรบกวนจากบริเวณโดยรอบ ดังจะเห็นได้จากในพื้นที่ที่มีการนำพื้นที่เก็บของชั่วคราวมากั้นบริเวณด้านบนที่ติดกับส่วนของบรรณาธิการและด้านล่างที่ติดกับฝ่ายกราฟิก ดังนั้นพื้นที่บริเวณนี้จึงกลายมาเป็นพื้นที่ทำงานเป็นกลุ่ม

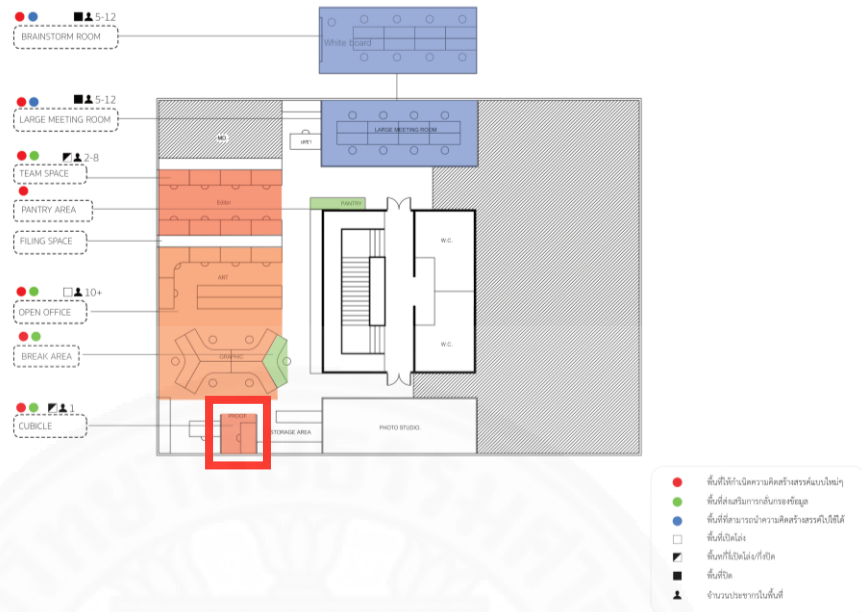
ขั้นตอนการทำงานในพื้นที่นี้ประกอบไปด้วย การสร้างเนื้อหา การสรุปเนื้อหา ส่วนขั้นตอนการให้คำปรึกษานั้นประกอบไปด้วย การจัดทำหน้าหนังสือ และการจัดทำรูปเล่มซึ่งขั้นตอนที่กล่าวมานั้น ช่วยส่งเสริมการพูดคุยได้ดี และการเรียนรู้ได้ดี แต่ขั้นตอนการสร้างเนื้อหา การสรุปเนื้อหา ที่ต้องการสมาธิมากนั้น ปัจจัยเรื่องของความสงบตามทฤษฎีนั้นยังไม่ตอบสนองต่อผู้ใช้งานได้เท่าที่ควร ส่งผลให้ผู้ที่ทำงานในขั้นตอนนี้เลือกพื้นที่ทำงานที่เป็นพื้นที่ทำงานอื่น ๆ หรือบ้าน เพื่อความสงบ



ภาพที่ 4.25 พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง ของบริษัท B

2. พื้นที่ทำงานนี้เป็นพื้นที่ทำงานของกลุ่ม ผู้ทำงานกราฟิกและกลุ่มผู้จัดทำรูปเล่ม โดยพื้นที่บริเวณนี้จะเป็นพื้นที่ที่มีเพียงผนังเตี้ยกันระหว่างโต๊ะที่หันหน้าเข้าหากันเท่านั้นทำให้พื้นที่นี้สามารถพูดคุยกันได้ตลอดเวลา ซึ่งพื้นที่นี้เองก็มีส่วนที่มีการตัดแปลงเปลี่ยนจาก พื้นที่นั่งทำงานเป็นพื้นที่พักผ่อน โดยในกรอบสีแดงจะเห็นพื้นที่สีเขียว นั่นคือพื้นที่ที่ไม่มีผู้นั่งทำงาน ซึ่งทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีการสัญจรไปมาและได้มีการพูดคุยกันมากขึ้นในพื้นที่ ซึ่งวัฒนธรรมของที่นี่จะมีการนำขนมมารวมกันไว้บริเวณพื้นที่นี้ทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีอาหารดึงดูดเสมอ

ลักษณะของพื้นที่และการทำงานคล้ายกับพื้นที่ในข้อ 4.4.1.1 กล่าวคือพื้นที่นั้น พื้นที่เหมาะสมกับการทำงานและความต้องการของผู้ที่ทำงาน เพียงแต่ส่วนของพื้นที่พักผ่อนนั้นไม่ได้มีการออกแบบตั้งแต่แรกอาจทำให้พื้นที่นี้ให้ประสิทธิภาพได้ไม่เท่ากับทฤษฎี

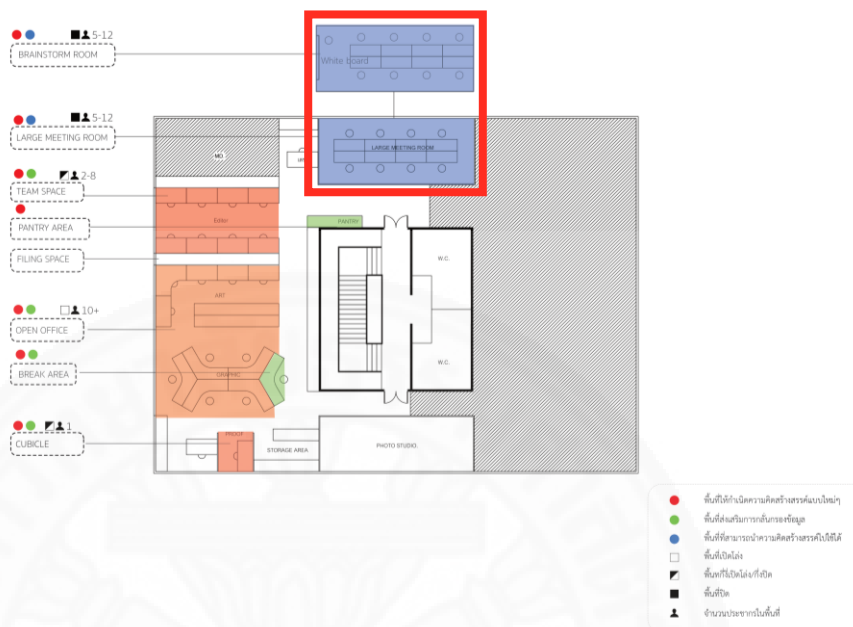


ภาพที่ 4.26 พื้นที่ทำงานแบบคอก ของบริษัท B

3. พื้นที่ทำงานนี้เป็นของเจ้าหน้าที่ฝ่ายพิสูจน์อักษร โดยหน้าที่หลักคือการ แก้ไขหรือหาคำที่ดีกว่าเสนอให้ปรับปรุงแก่นักเขียนและกองบรรณาธิการก่อนส่งไปเป็น ต้นฉบับ พื้นที่ทำงานมีลักษณะเป็นผนังกันพื้นที่ทรงสูงกั้นรอบด้านซ้ายขวา ส่วนด้านหน้านั้นเปิดโล่งให้ผู้มาต่อสามารถเข้าหาได้อย่างสะดวก และผนังด้านหลังเป็นกำแพงและหน้าต่างของอาคาร

พื้นที่นี้จะส่งเสริมปัจจัยเรื่องของความสงบได้ดีกว่าพื้นที่อื่น ๆ ที่นำเสนอตามทฤษฎีของตัวพื้นที่ ซึ่งผู้ที่ทำงานในนี้จะได้รับปัจจัยเรื่องของการพูดคุย และความสงบประกอบกับพื้นที่นี้อยู่ในส่วนที่ลึกที่สุดของสำนักงานทำให้เกิดความสงบขึ้นได้ง่ายกว่าพื้นที่ทำงานส่วนอื่น ๆ

#### 4.4.2.2 พื้นที่ประชุมของบริษัท B

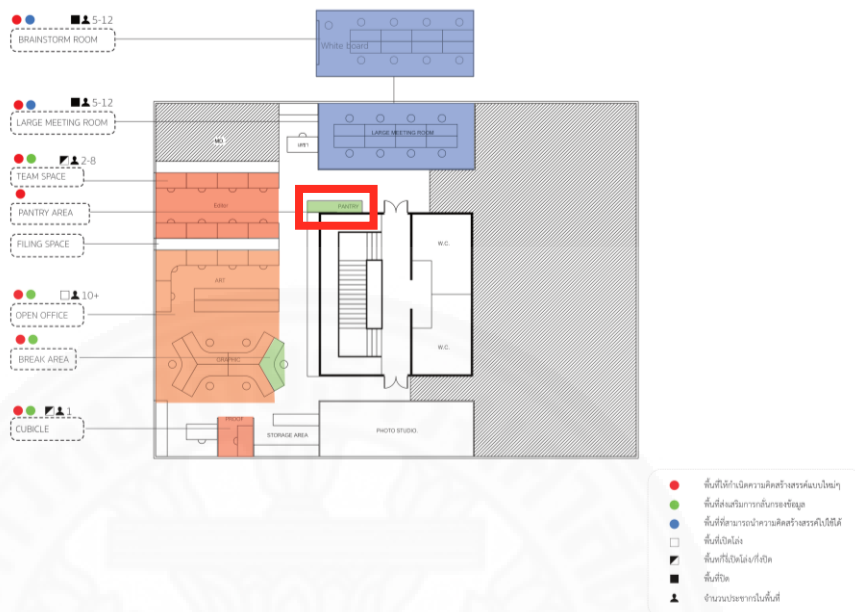


ภาพที่ 4.27 พื้นที่ประชุมของบริษัท B

พื้นที่ห้องประชุมของบริษัท B นั้นมีความหลากหลายในการใช้งานมาก ตัวอย่างการใช้งานพื้นที่ได้แก่ เป็นห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) เป็นห้องระดมความคิด (brainstorm room) และเป็นสตูดิโอถ่ายภาพของช่างภาพทั้งนี้สามารถ เกิดขึ้นได้จากการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ดังจะเห็นได้จากภาพด้านบนที่พื้นที่สามารถปรับเปลี่ยนได้จากห้องประชุม เป็นห้องระดมความคิด เฟอร์นิเจอร์ภายในประกอบไปด้วย โต๊ะแบบลอยตัว เก้าอี้ กระดานที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ทำให้พื้นที่นี้มีทั้งความยืดหยุ่นและความสามารถควบคุมสภาพบรรยากาศได้เนื่องจากเป็นห้องแบบปิด

พื้นที่นี้ใช้ในขั้นตอนการทำงาน 2 ขั้นตอนจากการสำรวจได้แก่ ขั้นตอนการหาแนวคิดหลัก ขั้นตอนการสร้างเนื้อหา พื้นที่นี้ตามทฤษฎีจะช่วยส่งเสริมเรื่องของ การพูดคุย เรียนรู้สิ่งใหม่ อิสรภาพในการทำงาน การพบเห็นสิ่งใหม่ และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง จากการสำรวจพบว่าพื้นที่ดังกล่าว ส่งเสริมปัจจัยการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ แต่ไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดการพบเห็นสิ่งใหม่ และมีบรรยากาศที่คาดหวัง เนื่องจากพื้นที่ส่วนนี้การ ใช้งานมีรูปแบบที่ตายตัวคือเป็นการเข้ามาเพื่อหาเนื้อหาหลักในการเขียนนิตยสาร ทำให้ไม่พบการพบเห็นสิ่งใหม่ และมีบรรยากาศที่ต้องการเนื่องจากมีคนใช้งานพื้นที่เป็นจำนวนมากทำให้สมดุลการมีบรรยากาศที่คาดหวังนั้นเป็นไปได้ยาก

#### 4.4.2.3 พื้นที่สนับสนุนบริษัท B



ภาพที่ 4.28 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท B

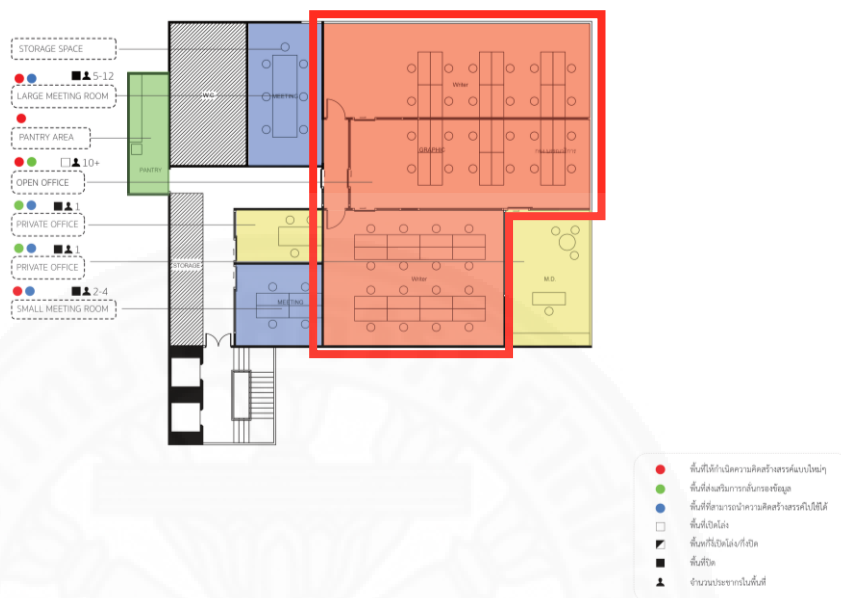
พื้นที่ในกรอบสีแดงนี้เป็นพื้นที่เตรียมขนมคบเคี้ยวและเครื่องดื่ม (pantry area) พื้นที่บริเวณนี้ไม่ค่อยมีพนักงานเดินมาใช้มากเนื่องพื้นที่นี้อยู่ใกล้กับที่นั่งของบรรณาธิการประกอบกับไม่ค่อยมีขนมมากนัก ทำให้พื้นที่ตรงนี้ อาจเกิดการขาดการใช้งานได้ลักษณะของพื้นที่เป็นการนำเคาเตอร์ไม้มาตั้งไว้ พร้อมกับการแชร์เครื่องใช้ เช่น กาต้มน้ำร้อน ถ้วยกาแฟ ช้อนกาแฟ เป็นต้น

พื้นที่นี้มีการใช้งานทุกขั้นตอนการทำงาน ตามทฤษฎีพื้นที่นี้จะให้ความคิดสร้างสรรค์ เรื่องของการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลาย แต่จากการเก็บข้อมูลพบว่าพื้นที่บริเวณนี้นั้น เป็นพื้นที่ที่มีความเจียบสงบมากเนื่องจาก ผู้ที่มาใช้พื้นที่นี้เป็นเพียงการมาเตรียมเครื่องดื่มและกลับไปนั่งทำงานต่อทำให้พื้นที่นี้ส่งเสริมเพียงปัจจัยเรื่องของความผ่อนคลายเท่านั้น



#### 4.4.3 พื้นที่สำนักงานบริษัท C

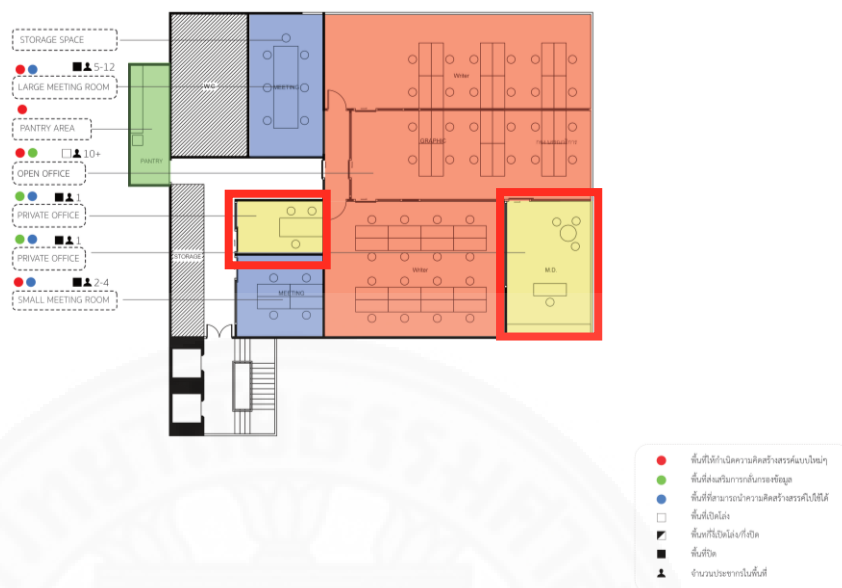
##### 4.4.3.1 พื้นที่ทำงานของบริษัท C



ภาพที่ 4.29 พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่งของบริษัท C

1. พื้นที่สำนักงานแบบเปิด (open plan) ของบริษัท C มีความพิเศษกว่าบริษัทอื่น ๆ ตรงที่พื้นที่ทำงานนี้จะไม่มีการกั้นห้องที่ ถาวรเนื่องจากบริษัท C นั้นมีนักเขียนจำนวนมากประกอบกับบริษัทให้อิสระในการทำงานแก่นักเขียนสูงมากเช่น นักเขียนสามารถทำงานเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่งไรก็ได้เพียงแต่ต้องจัดส่งต้นฉบับภายในเวลาที่กำหนดเท่านั้นในส่วนของพื้นที่ที่กล่าวมาประกอบไปด้วยผนังกระจกระหว่างห้องทำงานและห้องทำงาน ผนังที่บระหว่างพื้นที่ห้องทำงานและส่วนอื่น ๆ เช่น ห้องประชุม เฟอร์นิเจอร์ภายในพื้นที่นี้มีลักษณะ เรียงติดกันโดยผู้ทำงานจะหันหน้าเข้าหากันและไม่มีผนังกั้นพื้นที่ ทำให้สามารถติดต่อพูดคุยกันอย่างสะดวก ซึ่งทำให้พื้นที่นี้มีการมีปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย

พื้นที่นี้ตามทฤษฎีแล้ว จะส่งผลให้เกิดปัจจัย การพูดคุย การเรียนรู้และความสงบ ซึ่งทุกขั้นตอนการทำงานในพื้นที่นี้ได้รับปัจจัยดังกล่าวทั้งหมดยกเว้นปัจจัยเรื่องของความสงบ ส่วนขั้นตอนการทำงาน การสร้างเนื้อหาและสรุปเนื้อหา ที่ต้องการปัจจัยการพบเห็นสิ่งใหม่ และความสงบนั้นพื้นที่นี้จะไม่สามารถตอบสนองได้เท่าที่ควร

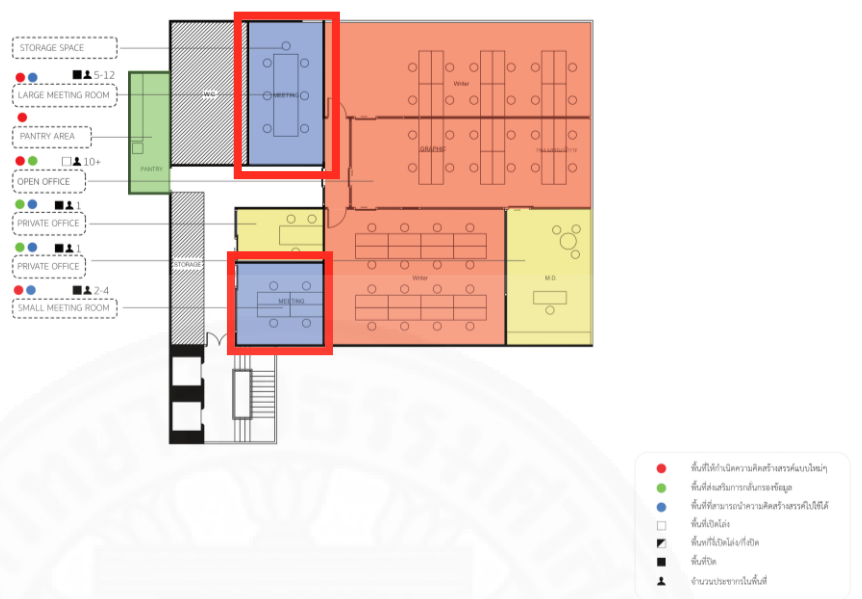


ภาพที่ 4.30 ห้องทำงานเดี่ยวของบริษัท C

2. พื้นที่ห้องทำงานของบริษัท C นั้นห้องที่อยู่ด้านซ้ายเกิดจากการปรับเปลี่ยนห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room) มาเป็นห้องทำงาน ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะและเครื่องใช้สำนักงานที่เป็นของห้องประชุม เช่น กระดานไวท์บอร์ด บริเวณผนังด้านใน และบริเวณโดยรอบเป็นผนังทึบ ยกเว้นผนังกระจกบริเวณประตูทางเข้า ส่วนพื้นที่ข้างในนั้นเป็นห้องทำงานของ บรรณาธิการ ซึ่งจะมีการปรับใช้เป็นห้องประชุมขนาดเล็กเพื่อกิจกรรมการบริหารงาน

พื้นที่ทำงานนี้ มีการใช้งานในทุกขั้นตอนการทำงานซึ่งในทางทฤษฎีแล้วพื้นที่เหล่านี้ให้ อิสรภาพในการทำงาน ความสงบและความผ่อนคลายในการทำงาน จากการใช้งานในพื้นที่นี้เองก็ ตอบสนองได้ดีเพราะการทำงานของผู้บริหารที่นี่ไม่จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารบ่อยกับนักเขียนและการทำงานของหน้าที่อื่น ๆ ที่ต้องติดต่อกันด้วยก็มีรูปแบบที่ชัดเจน ดังนั้นพื้นที่นี้จึงช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ได้ตามทฤษฎี

#### 4.4.3.1 พื้นที่ประชุมของบริษัท C

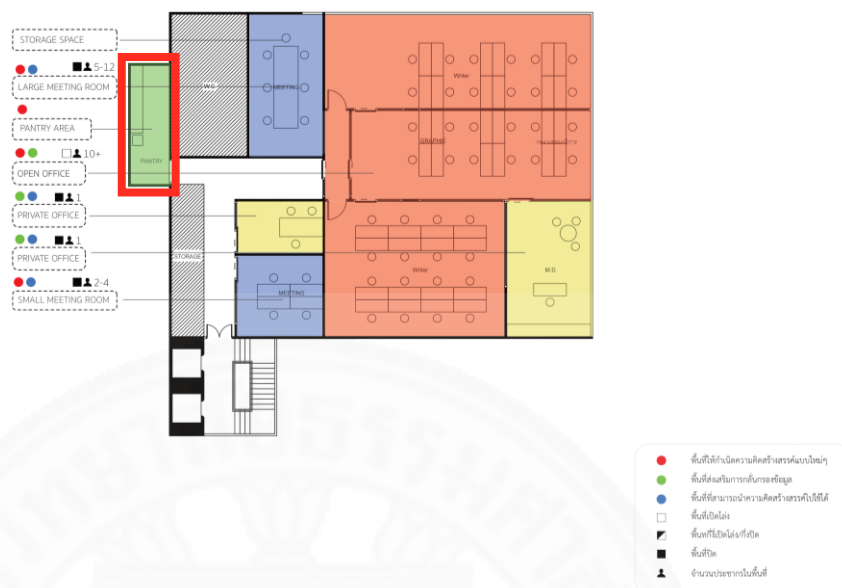


ภาพที่ 4.31 พื้นที่ห้องประชุมของบริษัท C

พื้นที่ห้องประชุมขนาดใหญ่ (large meeting room) ที่อยู่ด้านบนนั้น เป็นพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีการใช้งานเนื่องจากกิจกรรมการทำงานของบริษัท C นั้นไม่ค่อยมีการประชุมที่ใช้คนจำนวนมาก พื้นที่จำถูกปรับมาเป็นพื้นที่เก็บของชั่วคราวเพื่อให้มีพื้นที่เก็บหนังสือมาขึ้น ส่วนพื้นที่ด้านล่างเป็นพื้นที่ห้องประชุมขนาดเล็ก (small meeting room) มีการใช้งานบ่อยเนื่องจาก ลักษณะของพื้นที่เหมาะสมมากกว่า ส่วนลายละเอียดภายในห้องนั้นประกอบไปด้วยผนังทึบ 3 ด้าน และผนังกระจกที่ติดกับทางออก 1 ด้าน ผนังทึบฝั่งตรงข้ามกับผนังกระจกนั้นสามารถเขียนและบันทึกได้เนื่องจาก มีกระดานไวท์บอร์ดอยู่ ส่วนเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนั้นเป็นโต๊ะขนาดใหญ่ แบบลอยตัว และมีเก้าอี้อีก ประมาณ 4 - 5 ตัว

พื้นที่ประชุมของ บริษัท C นี้ส่วนใหญ่แล้วจะใช้เพียงห้องประชุมขนาดเล็กเนื่องจากรูปแบบการทำงานที่อิสระของนักเขียนตลอดจนถึงผู้ที่ทำงานส่วนอื่น ๆ มีลักษณะที่ตายตัว ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีการประชุมใหญ่ซึ่งพื้นที่นี้ตามทฤษฎี จะช่วยส่งเสริมปัจจัยการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ และอิสรภาพในการทำงาน แต่จากการสำรวจพบว่าพื้นที่นี้ ส่งเสริมให้เกิดการพูดคุย แต่ไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ และอิสรภาพในการทำงาน เนื่องจากพื้นที่ประชุมนี้มักใช้ในการวางแผนการผลิตหนังสือ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การทำงานส่งผลให้ไม่เกิดปัจจัยที่ได้กล่าวมา

#### 4.4.3.3 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท C



ภาพที่ 4.32 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท C

พื้นที่สนับสนุนของบริษัท C มีเพียงพื้นที่เตรียมอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น เนื่องจากพื้นที่นี้ถูกจำกัดการทำหน้าที่ด้วย กฎระเบียบของบริษัท ที่ไม่อนุญาตให้ทานอาหารในพื้นที่ทำงานเนื่องจากไม่มีบุคลากรมาคอยเก็บกวาดส่งผลให้เกิด การอยู่อาศัยของแมลงและสัตว์ที่ไม่พึงประสงค์ทำให้พื้นที่นี้ใช้ได้เพียงแค่การเตรียมเครื่องดื่มและขนมเล็กน้อย และเมื่อใช้เสร็จพนักงานต้องเก็บล้างด้วย

จากทฤษฎีพื้นที่นี้จะส่งเสริมให้เกิดการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ ความผ่อนคลาย และจากการสำรวจพบว่าพื้นที่นี้ผู้ที่ให้สัมภาษณ์นั้น มีการใช้งานพื้นที่น้อย ทำให้ปัจจัยเรื่องของการพูดคุย และการเรียนรู้สิ่งใหม่อาจไม่ได้ตามทฤษฎี แต่ปัจจัยความผ่อนคลายในพื้นที่นั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ได้ดี

#### 4.5 ข้อสรุปรวมพื้นที่ทำงานของพื้นที่สำนักงานสี่สิ่งพิมพ์

จากการสำรวจแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีที่ได้ศึกษามานั้น พื้นที่สำนักงานทั้ง 3 แห่งจะมีลักษณะปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์คล้ายกัน



ภาพที่ 4.33 ภาพพื้นที่สำนักงานทั้ง 3 บริษัท

โดยแต่ละส่วนของพื้นที่จะถูกแบ่งวิเคราะห์ตามกิจกรรมได้แก่ 1) พื้นที่ทำงาน 2) พื้นที่ประชุม 3) พื้นที่สนับสนุน และพื้นที่ที่ทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมจากข้อมูลได้แก่ 4) พื้นที่ทำงานภายนอก ตามการสำรวจและสัมภาษณ์การทำงานของบริษัทสี่สิ่งพิมพ์ทั้งสาม

##### 4.5.1 พื้นที่ทำงานของบริษัทสี่สิ่งพิมพ์

พื้นที่ทำงานทั้ง 3 แห่งมีลักษณะคล้ายกัน ประกอบด้วย พื้นที่สำนักงานแบบเปิดทั้ง 3 แห่ง และพื้นที่สำนักงานแบบอื่น ๆ ห้องทำงานเดี่ยวในบริษัท A, C พื้นที่คอกทำงาน และพื้นที่ทำงานแบบกลุ่มของ บริษัท B ทุกส่วนที่กล่าวมานั้นมีลักษณะเฉพาะตัวในการให้กำเนิดความคิดสร้างสรรค์

1. พื้นที่ทำงานเปิดโล่งตามทฤษฎีที่ได้ศึกษามานั้นพบว่าส่งผลกับปัจจัยการให้กำเนิดความคิดสร้างสรรค์ในเชิงจิตวิทยาประกอบไปด้วย การพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความสงบอยู่ในวงค์ซึ่งจากการสำรวจทั้ง 3 บริษัทพบว่าพื้นที่สำนักงานแบบเปิดโล่งนั้นส่งผลให้เกิดการพูดคุยและการเรียนรู้สิ่งใหม่ได้จริงแต่กลับพบได้น้อยส่วนของปัจจัยความสงบและอยู่ในวงค์เพราะพื้นที่นี้เมื่อมีการพูดคุยกันย่อมเกิดเสียงรบกวนตามมาทำให้ปัจจัยความสงบนั้นเกิดขึ้นได้ยาก เมื่อเทียบกับพื้นที่ทำงานแบบอื่น ๆ และเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาที่มีวิธีการปรับสมดุลระหว่างพื้นที่ทำงานที่สามารถพูดคุยได้ และพื้นที่ทำงานที่ก่อให้เกิดความสงบ บริษัท Google จึงได้ใช้การเพิ่มพื้นที่ห้องทำงาน

แบบชั่วคราวเข้ามาในพื้นที่ทำงาน หรืออีกวิธีหนึ่งที่บริษัท Google และบริษัท B ใช้นั้นก็คือการแบ่งพื้นที่ทำงานเปิดโล่งเป็นพื้นที่ทำงานแบบกลุ่มเพื่อลดเสียงรบกวนจากพื้นที่ทำงานส่วนอื่น ๆ ส่งผลให้ปัจจัยความสงบและอยู่ในภวังค์นั้นทำงานได้ดียิ่งขึ้น

2. พื้นที่ทำงานแบบทีม ที่พบอยู่ในบริษัท B นั้นเป็นวิธีการปรับตัวจากปัญหาเสียงรบกวนที่ทำให้นักเขียนขาดสมาธิในการทำงาน ซึ่งวิธีที่ใช้เป็นการนำพื้นที่เก็บของชั่วคราวที่มีขนาดใหญ่มาตั้งขวางระหว่างพื้นที่ทำงานซึ่งช่วยให้ลดเสียงรบกวนได้ซึ่งตามทฤษฎีพื้นที่นี้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ด้วยปัจจัยการพูดคุย การเรียนรู้ และความสงบซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลความต้องการทำให้เห็นได้ว่าพื้นที่นี้ยังไม่สามารถตอบสนองปัจจัยความสงบได้อย่างเพียงพอ และเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่สำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่าง บริษัท Google นั้นก็ได้ใช้วิธีเดียวกันในการแบ่งพื้นที่ทำงานแบบเปิดเป็นพื้นที่ทำงานแบบกลุ่ม ซึ่งทาง บริษัท Google ทุกที่ยังมีการเพิ่มเพิ่มพื้นที่ห้องทำงานแบบชั่วคราวที่ให้อัจฉริยะของสงบ มีอิสรภาพในการทำงาน และมีบรรยากาศตามที่ผู้ทำงานต้องการได้อีกด้วย

3. พื้นที่ทำงานแบบห้องทำงานส่วนตัวพื้นที่ทำงานแบบนี้พบได้ทุกบริษัทสำนักพิมพ์ที่ศึกษาของประเทศไทยและบริษัท Forward media group ของต่างประเทศ ซึ่งคาดว่าพื้นที่ทำงานนี้เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมองค์กร ที่ผู้ที่มีตำแหน่งระดับบริหารนั้นจะมีห้องทำงานส่วนตัวเพื่อแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางสังคม พื้นที่ทำงานรูปแบบนี้สามารถปรับเปลี่ยนเป็นที่ประชุมขนาดเล็กได้แต่การใช้งานนั้นต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของพื้นที่ทำให้พื้นที่นี้อาจสูญเปล่าได้หากไม่มีการใช้งาน นอกจากนั้นพื้นที่ทำงานส่วนตัวยังยากต่อการปรับเปลี่ยนและใช้งบประมาณมากในการก่อสร้างซึ่งพื้นที่นี้ตามทฤษฎีแล้วอิสรภาพ ความสงบ และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ซึ่งพื้นที่นี้ก็ตอบสนองปัจจัยดังกล่าวได้ดี เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ทำงานของบริษัทสำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่าง พื้นที่ทำงานส่วนตัวนั้นจะกีดขวางการสนทนาระหว่างผู้ที่ทำงานที่หลากหลาย กล่าวคือผู้ที่ทำงานในตำแหน่งสูงจะไม่มีโอกาสได้มีปฏิสัมพันธ์ สอนงานที่เป็น ปัจจัยทางจิตวิทยาเรื่องของการพูดคุย เรียนรู้ สิ่งใหม่ สิ่งที่จะสามารถทำให้เกิดพื้นที่เหมือนกับสำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่างได้นั้นคือวัฒนธรรมองค์กร

#### 4.5.2 พื้นที่ประชุมของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์

พื้นที่ประชุมของทั้ง 3 บริษัทนั้นมีการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้นอยู่กับความต้องการใช้พื้นที่แต่ด้วยการวางผังเดิมแล้วทำให้กิจกรรมที่เสริมขึ้นมาอาจมีข้อจำกัดเรื่องการใช้งานเพราะไม่ได้ออกแบบไว้แต่แรก ซึ่งพื้นที่ประชุมทั้ง 3 บริษัทนั้น จะมีการใช้งานที่คล้าย ๆ กันยกเว้น บริษัท B ที่มีสามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานได้ตามต้องการเนื่องจากเฟอร์นิเจอร์สามารถเคลื่อนย้ายได้ ทำให้สามารถปรับเป็นพื้นที่ใช้งานที่หลากหลาย ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ประเภทการเป็นผู้นำทางความคิดอีกนัยหนึ่งด้วย

1. พื้นที่ห้องประชุมขนาดเล็กพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่พบได้ในบริษัท C พื้นที่นี้เหมาะสำหรับการพูดคุยทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการพื้นที่นี้ตามทฤษฎีจะส่งผลให้เกิดปัจจัยการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ การมีอิสรภาพในการทำงาน และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวังซึ่งพื้นที่ของบริษัท C จากที่ได้เก็บข้อมูลมานั้น ไม่พบปัจจัยการมีอิสรภาพในการทำงาน และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง เพราะพื้นที่นี้มีการใช้งานที่มีเพียงรูปแบบที่จำกัดและไม่สามารถนั่งทำงานได้ พื้นที่นี้ในบริษัทสำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่างได้มีการปรับเปลี่ยนการใช้งานไปมาระหว่างพื้นที่ประชุม และที่ทำงาน ประกอบกับพื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ที่แบ่งมาจาก พื้นที่ห้องทำงานส่วนตัว ทำให้พื้นที่ส่วนกลางของสำนักงานมีมากขึ้น

2. พื้นที่ห้องประชุมขนาดใหญ่ และพื้นที่ระดมความคิด พบได้ในพื้นที่สำนักงานทั้ง 3 บริษัท พื้นที่ประชุมของบริษัท A, C มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่ประชุมของบริษัท B ความแตกต่างของพื้นที่ประชุม คือรูปแบบ ของเฟอร์นิเจอร์ ที่ใช้ในห้องประชุม ห้องประชุมบริษัท A, C นั้นมีการใช้เฟอร์นิเจอร์สำนักงานแบบติดถาวร ทำให้พื้นที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ส่วนพื้นที่ประชุมของบริษัท B นั้น มีการใช้เฟอร์นิเจอร์สำนักงานแบบลอยตัว ในทางทฤษฎีเมื่อนำมาวิเคราะห์พื้นที่ประชุมขนาดใหญ่ และพื้นที่ระดมความคิดจะช่วยส่งเสริมให้เกิดปัจจัยการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ อิสรภาพในการทำงาน และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่าพื้นที่ประชุมบริษัท A, C นั้นไม่พบปัจจัยอิสรภาพในการทำงาน และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ส่วนพื้นที่ประชุมบริษัท B นั้น ไม่พบเพียงปัจจัยอิสรภาพในการทำงาน สาเหตุที่ไม่พบปัจจัยอิสรภาพในการทำงานนั้น เพราะพื้นที่ประชุมของทั้ง 3 บริษัท มีรูปแบบการใช้งาน ที่อนุญาตให้ ใช้งานเพียงการประชุมเท่านั้น ส่วนพื้นที่ประชุมบริษัท B ที่สามารถพบบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวังมีสาเหตุมาจากเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่สามารถปรับเปลี่ยนได้เมื่อเทียบกับพื้นที่สำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่างจะพบว่าแทบไม่มีความแตกต่างกันของการใช้งานพื้นที่ วัฒนธรรมองค์กรก็ไม่ได้ส่งผลต่อรูปแบบของ พื้นที่ประชุมในส่วนนี้



3. พื้นที่ประชุมขนาดเล็กที่พบได้ในบริษัท A พื้นที่นี้ ตามทฤษฎีจะส่งเสริมให้เกิดปัจจัยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ จากการเก็บข้อมูลพื้นที่พบว่าพื้นที่ประชุมขนาดเล็กของบริษัท A มีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ตามปัจจัย การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ และการเรียนรู้สิ่งใหม่อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดปัจจัยความผ่อนคลายได้อีกด้วย เนื่องจากพื้นที่นี้มีการใช้งานเป็นพื้นที่พักผ่อน ลักษณะของพื้นที่มีการใช้งานคล้ายกับบริษัทสำนักงานสร้างสรรค์ ตัวอย่าง ตัวอย่างเช่นบริษัท Google

#### 4.5.3 พื้นที่สนับสนุนของบริษัทสิ่งพิมพ์

พื้นที่สนับสนุน ของทั้ง 3 บริษัท ประกอบไปด้วยพื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่พักผ่อน ส่วนคนที่สนับสนุนอื่น ในบริเวณพื้นที่ทำงานที่ได้ทำการสำรวจ พบว่ามีพื้นที่สูบบุหรี่ในบริษัท A

1. พื้นที่เตรียมอาหารของทั้ง 3 บริษัท จะเน้นไปที่ การเตรียมเครื่องดื่มและขนมเล็กน้อย ซึ่งภายในพื้นที่ มีการใช้ อุปกรณ์ร่วมกัน กับผู้ที่ทำงาน ตัวอย่างเช่น แก้วกาแฟ ช้อน เป็นต้น พื้นที่เตรียมอาหาร ตามทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษามานั้น จะช่วยส่งเสริมให้เกิดปัจจัย การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลาย จากการสำรวจและเก็บข้อมูลพบว่า พื้นที่เตรียมอาหารของทั้ง 3 บริษัทนั้น ส่งเสริมปัจจัยความผ่อนคลาย ได้ดีแต่ปัจจัยทางด้านการพูดคุยและเรียนรู้สิ่งใหม่ยังมีอยู่น้อย เนื่องจากพื้นที่นี้มีการใช้งานในระยะเวลาอันสั้นประกอบกับพื้นที่นี้อยู่ใกล้กับพื้นที่ทำงาน ทำให้การพูดคุย และการเรียนรู้สิ่งใหม่ เกิดขึ้นในพื้นที่ทำงานมากกว่า

2. พื้นที่พักผ่อน พื้นที่ส่วนนี้ ทั้ง 2 บริษัท เกิดขึ้นจากการดัดแปลงพื้นที่ทำงานบางส่วน มาเป็นพื้นที่พักผ่อน เนื่องจากในพื้นที่ ไม่ได้ทำการออกแบบพื้นที่ส่วนนี้ไว้ ตามทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษา พื้นที่พักผ่อน จะช่วยส่งเสริมให้เกิด ปัจจัยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลาย ซึ่งจากการสำรวจและเก็บข้อมูลพบว่าพื้นที่ดังกล่าวนี้ส่งเสริมปัจจัยความผ่อนคลาย แต่ไม่ได้ส่งเสริมปัจจัยเรื่องของการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ในการเรียนรู้สิ่งใหม่ เนื่องจากพื้นที่นี้ ตั้งอยู่ร่วมกับพื้นที่ทำงานทำให้การสนทนาส่วนใหญ่เกิดขึ้นในพื้นที่ทำงานมากกว่าพื้นที่พักผ่อน เมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับพื้นที่สำนักงานสร้างสรรค์ตัวอย่าง จะพบพื้นที่พักผ่อนอยู่ร่วมกับพื้นที่เตรียมอาหาร ทำให้ประสิทธิภาพการใช้พื้นที่และการทำกิจกรรมในพื้นที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เกิดปัจจัยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลายได้ดียิ่งขึ้น

3. พื้นที่สุบบุหรี ของบริษัท A ตามทฤษฎีนั้น จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยน ข้อมูลความรู้ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ แต่จากการเก็บข้อมูลพบว่าพื้นที่นั้นนอกจากจะส่งเสริมให้เกิด ปัจจัยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่แล้ว ส่งเสริมให้เกิดปัจจัยความผ่อนคลายอีกด้วย

#### 4.5.4 พื้นที่ทำงานอื่น

1. พื้นที่ทำงานที่อื่น พื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่สนับสนุนปัจจัยการเรียนรู้สิ่งใหม่ อีสราภาพในการทำงาน การพบเห็นสิ่งใหม่ การเล่นสนุก และมีบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ที่กล่าวมาทั้งหมด นั้น อาจจะไม่ได้อยู่ในพื้นที่เดียวกันแต่เป็นพื้นที่ที่ผู้ทำงานเลือกที่จะออกไปทำงาน มากกว่าอยู่ในพื้นที่ สำนักงาน เพราะปัจจัยดังกล่าว ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ในการทำงานของพวกเขา

2. พื้นที่ทำงานในบ้าน พื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่สนับสนุนอีสราภาพในการทำงาน ความสงบอยู่ใน ภาวัก ความผ่อนคลาย และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง เช่นเดียวกับพื้นที่ที่ทำงานที่อื่น ที่อาจ ไม่ได้มีปัจจัยครบทั้งหมดที่กล่าวมา แต่ก็เป็นที่ ที่ผู้ทำงานเลือกที่จะทำงานอีกพื้นที่หนึ่ง

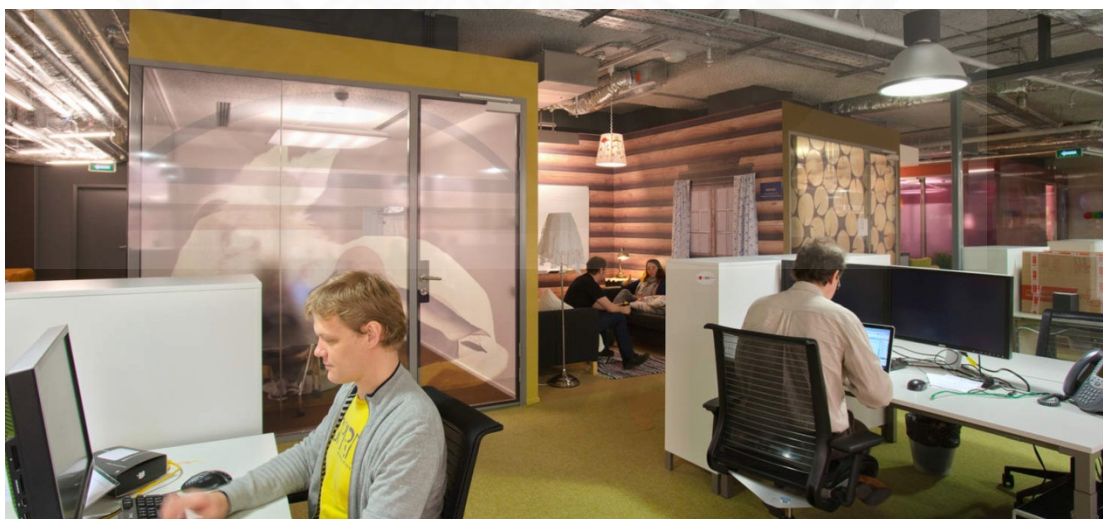
## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ทางกายภาพของสถานที่ทำงาน กับการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์

##### 5.1.1 พื้นที่ทำงานของบริษัทสิ่งพิมพ์

พื้นที่ทำงานของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์นั้นควรมีพื้นที่ทำงานส่วนกลางแบบชั่วคราวที่สามารถใช้สมาธิได้ดีในการทำงาน เนื่องจากการสำรวจพบว่าขั้นตอนในการคิดเนื้อหาและสรุปเนื้อหานั้นจำเป็นต้องใช้สมาธิและไม่มีเสียงรบกวน ตรงกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความสงบและการมีบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ที่จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนอกจากจะได้พื้นที่ทำงานส่วนกลางเพิ่มขึ้นมาแล้วพื้นที่ยังสามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุมอย่างไม่เป็นทางการ และยังสามารถทำกิจกรรมที่ต้องใช้เสียงได้โดยไม่รบกวนผู้ที่ทำงานโดยรอบ พื้นที่สำนักงานสร้างสรรค์ ตัวอย่างที่ได้นำมาศึกษา อย่างบริษัท Google นั้นได้มีการนำพื้นที่ห้องทำงานชั่วคราวและห้องประชุมขนาดเล็ก แทรกไปในพื้นที่ทำงานทำให้พื้นที่ทำงาน ทำให้พื้นที่สามารถประกอบกิจกรรมที่ต้องการสมาธิและกิจกรรมที่ใช้เสียงได้โดยที่ไม่ถูกรบกวนและไม่รบกวนผู้ที่ทำงานโดยรอบ



ภาพที่ 5.1 พื้นที่ทำงานของบริษัท Google จาก Camenzind evolution, 2010

### 5.1.2 พื้นที่ทำงานของบริษัทสิ่งพิมพ์

พื้นที่ประชุมของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์นั้นควรมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้เพื่อรองรับการใช้งานได้หลากหลายรูปแบบและเหมาะสมต่อการทำกิจกรรมนั้นๆ เพราะจากการสำรวจพบว่าพื้นที่ส่วนนี้เมื่อไม่มีการประชุมก็จะเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการใช้งานยกเว้นพื้นที่ประชุมที่มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนที่มีการใช้งานพื้นที่เกือบตลอดเวลา พื้นที่ที่มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานจะช่วยส่งเสริมปัจจัยทางจิตวิทยาการมีบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คิดหวัง ตัวอย่างของพื้นที่ประชุมที่มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ของบริษัท Veen media ที่มีพื้นที่ห้องประชุมที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบตามความต้องการ ดังจะเห็นได้จากเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบลอยตัว และการปรับเปลี่ยนตำแหน่งทิศทางของดวงโคมได้



ภาพที่ 5.2 พื้นที่ประชุมของบริษัท Veen media จาก Officesnaps, 2013



### 5.1.3 พื้นที่สนับสนุนของบริษัทสิ่งพิมพ์

พื้นที่สนับสนุนของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์นั้นควรมีการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางหลายๆส่วนให้มาอยู่รวมกันเพื่อลดการเกิดเสียงรบกวนในพื้นที่ทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานของพื้นที่ ตัวอย่างเช่น การนำพื้นที่เตรียมอาหารมาอยู่ร่วมกับพื้นที่พักผ่อนจะทำให้พื้นที่นี้ มีการใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพซึ่งช่วยส่งเสริมปัจจัยที่เกี่ยวกับการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และความผ่อนคลายได้ดียิ่งขึ้นซึ่งจะช่วยส่งเสริมปัจจัยทางจิตวิทยาการพูดคุย การเรียนรู้สิ่งใหม่ และความผ่อนคลายได้ที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ทำงาน ตัวอย่างของพื้นที่สนับสนุนที่ได้กล่าวมานั้น สามารถพบได้ในสำนักงานบริษัท Google ที่มีการรวมพื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่พักผ่อนเข้ามาในพื้นที่ทำงาน ทำให้พนักงานสามารถพูดคุยกันได้โดยที่ไม่รบกวนผู้ที่ทำงานโดยรอบ



ภาพที่ 5.3 พื้นที่สนับสนุนของบริษัท Google จาก Camenzind evolution, 2008

## 5.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรม และความต้องการด้านพื้นที่ ของกลุ่มผู้ใช้งานกับทฤษฎีเชิงความคิดสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานเชิงสร้างสรรค์จำนวน 15 คน ประกอบไปด้วย ผู้บริหาร 1 คน นักเขียน 9 คน ผู้จัดทำกราฟิก/รูปเล่ม 5 คน ตามกลุ่มขั้นตอนการทำงาน

### 5.2.1 ขั้นตอนการหาแนวคิดหลัก

ขั้นตอนนี้บริษัทสำนักพิมพ์ของประเทศไทย มีลักษณะการทำงานที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นกับการทำงานลักษณะของงาน การทำงานในขั้นตอนนี้ความต้องการพื้นที่ห้องประชุมที่ปราศจากเสียงรบกวนและสามารถใช้เสียงได้ อีกทั้งยังต้องการอุปกรณ์ในการบันทึกความคิดและแสดงความคิด ตัวอย่างเช่น กระดานไวท์บอร์ด ผู้ที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ในขั้นตอนการทำงานนี้ คือผู้ที่เข้าร่วมประชุมแต่จะเน้นไปที่กลุ่มนักเขียนเป็นหลัก เพราะนักเขียนจะต้องเป็นผู้ที่หาข้อมูลหรือเรื่องราวมา นำเสนอ ที่จะเขียนลงไปบนหนังสือหรือนิตยสาร

### 5.2.2 ขั้นตอนการสร้างเนื้อหา

ขั้นตอนการสร้างเนื้อหาทั้งบริษัทสำนักพิมพ์ในไทยมีการทำงานที่คล้ายกันการทำงานในขั้นตอนนี้ นักเขียน และทีมงาน จะออกไปเก็บข้อมูล ตามสถานที่ต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ที่ทำงานในขั้นตอนนี้ มักต้องการพื้นที่ที่กระตุ้นปัจจัยการพบเห็นสิ่งใหม่ ซึ่งพื้นที่ทำงานที่ได้ทำการศึกษามานั้น มีเพียงรูปแบบพื้นที่สำนักงานที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามต้องการที่จะส่งเสริมปัจจัยด้านนี้ ทำให้ผู้ที่ทำงานในขั้นตอนนี้ เลือกที่จะทำงานในพื้นที่ทำงานอื่นๆ ที่ส่งผลต่อปัจจัยการพบเห็นสิ่งใหม่ในพื้นที่ทำงานอื่นๆ ปัจจัยการพบเห็นสิ่งใหม่ไม่ได้มาจากความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้ของพื้นที่แต่เป็นการมองเห็นการสัญจรของสิ่งต่างๆ ผู้ที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ในขั้นตอนการทำงานนี้ คือกลุ่มนักเขียนเป็นหลัก เพราะนักเขียนจะต้องเป็นผู้ที่หาข้อมูลหรือเรื่องราวมา นำเสนอตามโจทย์ที่ได้รับ

### 5.2.3 ขั้นตอนการสรุปเนื้อหา

ขั้นตอนนี้สำหรับบริษัทสำนักพิมพ์ในประเทศไทยมีรูปแบบการทำงานที่มีลักษณะเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ผู้ที่ทำงานในขั้นตอนนี้ต้องการความสงบในการทำงาน จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ที่ทำงานในขั้นตอนนี้ มีการเลือกพื้นที่ทำงานและช่วงเวลาในการทำงาน ตัวอย่างเช่นการทำงานที่บ้านในเวลา 03:00 น. โดยให้เหตุผลว่า การทำงานในช่วงเวลานี้ ทำให้เกิดความสงบ และสามารถใช้สมาธิได้ดี ส่งผลให้สามารถคิดงานได้ดีกว่าช่วงเวลาอื่นผู้ที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ในขั้นตอนนี้เป็นกลุ่มนักเขียน ที่ต้องนำเนื้อหาจากการสร้างเนื้อหามาสรุปลงเป็นเนื้อหาที่ส่งสำนักพิมพ์

### 5.2.4 ขั้นตอนการจัดทำหน้าหนังสือ และการจัดทำรูปเล่ม

ขั้นตอนการทำงานนี้บริษัทสำนักพิมพ์ในประเทศไทยมีรูปแบบการทำงานคล้ายคลึงกันการทำงานในขั้นตอนนี้ ผู้ที่ทำงานไม่สามารถเปลี่ยนพื้นที่ทำงานได้ เนื่องจากอุปกรณ์การทำงานนั้น มีขนาดใหญ่เกินกว่าจะพกพาไปพื้นที่ทำงานอื่นๆได้ ดังนั้นพื้นที่สนับสนุนที่ก่อให้เกิดความผ่อนคลายจากการทำงานจะมีส่วนช่วยในการคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้พื้นที่สนับสนุนแล้ว พื้นที่ทำงานที่มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และการเรียนรู้สิ่งใหม่ยังส่งผลให้เกิดความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ทำงานในขั้นตอนนี้อีกด้วย ผู้ที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ในขั้นตอนนี้ได้แก่ฝ่ายกราฟิกและผู้จัดการรูปเล่มสาเหตุที่ผู้ทำงานทั้ง 2 ฝ่ายนี้ต้องการความคิดสร้างสรรค์และขั้นตอนนี้ เป็นเพราะภาระงาน การออกแบบ ที่ต้องทำงานในพื้นที่เดิมตลอดเวลา



### 5.3 สรุปปัจจัยทางกายภาพในพื้นที่สำนักงานที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ตามทฤษฎีที่ได้ศึกษามานั้น ประกอบด้วย ปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ กล่าวมานั้น สามารถเชื่อมโยงกันเองและยังเชื่อมโยงกับพื้นที่ทำงานได้ ตามการวิเคราะห์ข้อที่ 2.5 ที่ ประกอบไปด้วย

#### 5.3.1 การมีพื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมมากกว่า 1 คน

ช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์จาก ปัจจัยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ การเรียนรู้สิ่งใหม่ พื้นที่ดังกล่าวปรากฏอยู่ใน พื้นที่เกือบทุกรูปแบบ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่ทำงานของสำนักงานสี่สิ่งพิมพ์พบได้ทั้ง 3 บริษัท ลักษณะของพื้นที่ เป็น พื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมร่วมกัน หรือเป็นพื้นที่ที่มีการอาศัยอยู่ร่วมกัน ตัวอย่างเช่น พื้นที่สำนักงาน แบบเปิด พื้นที่ทำงานแบบกลุ่ม ขั้นตอนการทำงานที่ควรใช้ปัจจัยนี้ได้แก่ขั้นตอนการหาแนวคิดหลัก การจัดทำกราฟิกและรูปเล่ม รวมทั้งการให้คำปรึกษา ข้อควรระวังสำหรับการปรับใช้ปัจจัยนี้อาจ ก่อให้เกิดเสียงรบกวนขึ้นได้ในพื้นที่ทำงาน และการนำปัจจัยนี้ไปใช้จำเป็นต้องศึกษา วัฒนธรรม องค์กร และรูปแบบการทำงาน

#### 5.3.2 การไม่มีอุปสรรคกีดขวางการสนทนา

ปัจจัยนี้จะสะท้อนไปยังปัจจัยการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ลักษณะของพื้นที่ เป็นพื้นที่เปิดโล่งหรือปิดสำหรับการสนทนาโดยที่ไม่มีอุปสรรคกีดขวาง ตัวอย่างของพื้นที่ที่พบได้ เช่น พื้นที่ทำงานแบบเปิด พื้นที่ทำงานแบบกลุ่ม เป็นต้น พื้นที่นี้พบได้ขั้นตอนการทำงาน การหา แนวคิดหลัก การจัดทำหนังสือและรูปเล่ม รวมทั้งการให้คำปรึกษา ปัจจัยทางกายภาพนี้มีข้อควรระวัง ถ้าหากมีการนำปัจจัยนี้ไปใช้ทั่วทั้งพื้นที่สำนักงานจะทำให้ไม่สามารถควบคุมบรรยากาศ เสียงรบกวน ได้ และยังลดปัจจัยอิสรภาพในการทำงานลงอีกด้วย

#### 5.3.3 การมีอุปกรณ์ที่สนับสนุนการเรียนรู้

ปัจจัยนี้ จะสะท้อนไปยัง การเรียนรู้สิ่งใหม่ สามารถพบได้ ในพื้นที่ส่วนสนับสนุน เช่นห้องสมุด ที่มีสื่อการเรียนรู้ เป็นปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางกายภาพนี้เหมาะกับขั้นตอนการ ทำงาน การหาข้อมูล ที่นำไปใช้ ในทุกขั้นตอน การนำไปใช้ พื้นที่นี้สามารถแทรกตัวอย่าง ได้ในทุกๆ พื้นที่สำนักงาน ดังนั้น การนำไปใช้ จึงขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบว่าจะสามารถปรับใช้ได้มากน้อยเพียงใด

ข้อควรระวังในการใช้ ปัจจัย เนื่องจากปัจจัยทางกายภาพนี้ ไม่ได้ก่อให้เกิดผลผลิตดังนั้นการปรับใช้ ปัจจัยทั้งทางกายภาพนี้มากเกินไป อาจไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

### 5.3.4 การมีพื้นที่ที่มีการปิดกั้น

ปัจจัยทางกายภาพของพื้นที่ที่มีการปิดกั้น จะส่งผลให้เกิดปัจจัยทางจิตวิทยาการมี อิศรภาพในการทำงาน และบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ปัจจัยทั้งภาพนี้จะส่งผลให้พื้นที่มี ลักษณะ เป็นพื้นที่ปิด สามารถควบคุมบรรยากาศได้ และป้องกันเสียงรบกวนได้ สามารถพบได้ใน พื้นที่สำนักงาน ห้องทำงานส่วนตัว ห้องทำงานชั่วคราว เป็นต้น พื้นที่นี้เหมาะกับขั้นตอนการทำงาน ที่ต้องการสมาธิสูงเช่น ขั้นตอนการสรุปเนื้อหา การนำปัจจัยนี้ไปปรับใช้กับพื้นที่ สามารถทำได้โดย การสร้างผนังโดยรอบ พร้อมกับระบบงาน วิศวกรรม ที่ใช้ควบคุมแสงสว่างและอากาศ ข้อควรระวังในการ ปรับใช้ปัจจัยในพื้นที่คือ พื้นที่ติดกัน มีค่าใช้จ่ายสูงในการก่อสร้าง และยังต้องการปรับเปลี่ยนใน อนาคต อีกทั้งยังลดพื้นที่ส่วนกลางลงอีกด้วย

### 5.3.5 การมีอุปกรณ์การแนะนำและประเมินการทำงาน

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมาจะนำไปสู่ปัจจัยทางจิตวิทยา การมีอิสรภาพในการทำงาน โดยพื้นที่จะมีลักษณะที่ประกอบไปด้วยอุปกรณ์ ที่เป็นการตรวจวัดการทำงานไม่ได้เป็นการตำหนิตี เตียนผู้ทำงานเพียงแต่เป็นการบันทึกและแสดงผล สามารถพบได้ในพื้นที่ทำงานต่างๆที่สามารถนำ อุปกรณ์ติดไปได้ เหมาะกับขั้นตอนการทำงาน ที่มีรูปแบบชัดเจน ปัจจัยดังกล่าว ไม่พบในพื้นที่ สำนักงานที่เป็นพื้นที่สำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์

### 5.3.6 การมีพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามที่ต้องการ

ปัจจัยที่กล่าวมาส่งเสริมให้เกิด ปัจจัยทางจิตวิทยาการได้พบเห็นสิ่งใหม่ แต่ในความเป็นจริง พื้นที่สำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์ ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ อย่างเช่นห้องประชุมของบริษัท B ไม่ได้ ช่วยส่งเสริมให้เกิดปัจจัย การพบเห็นสิ่งใหม่ อาจเป็นเพราะ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ ของห้องประชุม มีความหลากหลายไม่มากพอ

### 5.3.7 การมีพื้นที่หรืออุปกรณ์รองรับกิจกรรมการเล่น

ปัจจัยที่กล่าวมาส่งผลต่อปัจจัยทางจิตวิทยาการเล่นสนุก ลักษณะของพื้นที่ประกอบ ไปด้วยพื้นที่มีอุปกรณ์การเล่น ซึ่งไม่จำกัดรูปแบบกิจกรรม แต่กิจกรรมที่ทำงานก็มีความสนุกร่วม ด้วย ลักษณะของพื้นที่ที่สามารถพบได้นั้น จะพบอยู่ในห้องเล่นเกม ซึ่งไม่พบในพื้นที่สำนักงานสื่อ สิ่งพิมพ์ที่ได้ทำการสำรวจ พื้นที่นี้เป็นเพื่อนที่สนับสนุนกิจกรรมความผ่อนคลาย สามารถปรับใช้ได้กับ

ทุกขั้นตอนการทำงาน ข้อควรระวังเนื่องจากพื้นที่นี้ไม่ก่อให้เกิดผลผลิต ดังนั้นควรคำนึงถึงการลงทุนกับผลที่จะได้รับว่าคุณค่าหรือไม่

### 5.3.8 การมีพื้นที่ที่สามารถใช้สมาธิได้

ปัจจัยทางกายภาพนี้ส่งผลต่อปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ก่อให้เกิดความสงบอยู่ในวงค์พื้นที่ที่ได้รับผลจากปัจจัยนี้จะมีลักษณะเป็นพื้นที่ปิดป้องกันการรบกวนได้ สามารถพบพื้นที่นี้ได้จากพื้นที่สำนักงานห้องทำงานส่วนตัว ห้องทำงานชั่วคราว ห้องทำงานแบบกลุ่ม เป็นต้น ปัจจัยทางกายภาพนี้ บอกกับขั้นตอนการทำงานที่ต้องการสมาธิมาก เช่นการสรุปเนื้อหา การนำปัจจัยทางกายภาพไปปรับใช้ อาจมีการแบ่ง หรือการปิดล้อม พื้นที่ส่วนนั้นนั้น ป้องกันการรบกวน ข้อควรระวังในการปรับใช้ปัจจัยทางกายภาพนี้ เนื่องจากการปิดล้อมในการปิดกั้นพื้นที่ ส่งผลให้ บดบังแสงธรรมชาติ ที่จะเข้ามาในพื้นที่ทำงานได้

### 5.3.9 การมีพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมการผ่อนคลาย

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่เชื่อมโยงกับปัจจัยพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมการผ่อนคลาย ได้ใจปัจจัยความผ่อนคลาย สบายใจ ลักษณะของพื้นที่เป็นพื้นที่ที่ประกอบกิจกรรมนอกเหนือจากการทำงานสามารถพบได้ในพื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่พักผ่อน เป็นต้น พื้นที่นี้เหมาะกับทุกขั้นตอนการทำงานที่ต้องการความผ่อนคลายจากการทำงานการปรับใช้พื้นที่ จากการสำรวจพื้นที่ของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 แห่ง พบว่าพื้นที่ใดก็ตามสามารถปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ประกอบกิจกรรมการผ่อนคลายได้ เพียงอุปกรณ์ที่เหมาะสม ข้อควรระวัง เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้ อาจก่อให้เกิดความสกปรกขึ้น ในพื้นที่ทำงานได้ ดังนั้นการปรับใช้พื้นที่นี้ควรมีกฎข้อบังคับเพื่อให้พื้นที่เป็นระเบียบเรียบร้อย

### 5.3.10 การมีพื้นที่ที่ควบคุมบรรยากาศได้

ปัจจัยทางจิตวิทยา ที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยทางกายภาพที่สามารถควบคุมสภาพบรรยากาศได้ จะส่งผลให้เกิดปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ซึ่งเป็นอีก 1 ปัจจัยที่จะนำไปสู่ การกระตุ้นความคิดเชิงสร้างสรรค์ ลักษณะของพื้นที่ มีลักษณะเป็นพื้นที่ปิดกั้น สามารถควบคุมระบบต่างๆได้ พบได้ในพื้นที่ ห้องทำงานกลุ่ม ห้องทำงานส่วนตัว ห้องทำงานชั่วคราว พื้นที่นี้เหมาะกับทุกขั้นตอนการทำงาน แต่การนำไปปรับใช้นั้นเป็นเรื่องยากเนื่องจากพื้นที่ที่สามารถควบคุมบรรยากาศได้นั้น มีค่าใช้จ่ายและค่าซ่อมบำรุงที่สูงกว่าพื้นที่ทั่วไป และพื้นที่นี้อาจจะต้องพึ่งพาอุปกรณ์ราคาแพงเพื่อให้สามารถควบคุมสภาพอากาศให้เหมาะสมแก่ผู้ทำงานแต่ละบุคคล

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นไปยังพื้นที่สำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้เห็น ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ได้ไม่หลากหลายเท่า การศึกษาพื้นที่สำนักงานหลายหลายรูปแบบ นอกจากนั้น รูปแบบที่สำนักงานเอง มีความหลากหลายมาก ทำให้การศึกษาในครั้งนี้ อาจลงรายละเอียดได้ไม่เพียงพอ สำหรับ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อในอนาคต อาจจะต้องเลือกพื้นที่ศึกษา และวิเคราะห์ปัจจัยโดยรอบอย่างละเอียด พร้อมกับเปรียบเทียบพื้นที่รูปแบบเดียวกันในหลายบริษัท หลายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์



## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ (2552). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์*  
กรุงเทพฯ: พี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด

Groves, K. (2010). *CREATIVE SPACE FOR CREATIVITY: I WISH I WORK THERE*. Trenton:  
Printer Trento srl.

Martin, P. (2010). *What are creative spaces?: Making space for creativity*. London:  
Creativity Centre.

Meel, J., Martens, Y., & Ree, H. (2010). *Planning Office Spaces*. London: Laurence King  
Publishing Ltd.

Osborn, A. F. (1963). *Applied imagination*. New York:: Scribner.

### บทความวารสาร

วรพิมพ์ ธีระวัฒน์ (2549). *ภาพรวมของความคิดสร้างสรรค์*. วารสารศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์, 21(1).

Bernstein, E. (2014). *The Transparency Trap*. Harvard Business Review, 93(9).

Congdon, C., Flynn, D., & Redman, M. (2014). *Balancing “We” and “Me”*. Harvard  
Business Review, 93(9).

Rhodes, M. (1961). *An analysis of Creativity*. Phi Delta Kappan, 42(5).

Sailer, K. (2011). *Creativity as social and spatial process*, Facilities, 29(8).

Waber, B., Magnolia, J., & Lindsay, G. (2014). *Workspaces That Move People*.  
Harvard Business Review, 93(9).

## วิทยานิพนธ์

ปรารงค์สุวรรณ ปานเพียร (2556). แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในเพื่อส่งเสริมการทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรมภายใน

ศิวพร โปทยานนท์ (2554). พฤติกรรมผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ของบุคลากร : กรณีศึกษาองค์การธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สิรินทร แซ่ฉั่ว (2553). ความสุขในการทำงานของบุคลากรเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กลุ่มสื่อและกลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อการใช้งาน . (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Riratanaphong, C., (2011). *Performance measurement of workplace change*. TU Delft, Faculty of Architecture and the Built Environment, Real Estate and Housing Department.

## สื่ออิเล็กทรอนิกส์

Brown T., 2009. Designer think big. (8 เมษายน 2557). สืบค้นจาก [http://www.ted.com/talks/tim\\_brown\\_urges\\_designers\\_to\\_think\\_big](http://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big)

Camenzind Evolution, 2009. (10 เมษายน 2557). สืบค้นจาก <http://www.archdaily.com/41400/google-emea-engineering-hub-camenzind-evolution>

Evolution office, 2010. (9 เมษายน 2557). สืบค้นจาก <http://www.camenzindevolution.com/Office/Google/Google-Office-Moscow>



## สื่ออิเล็กทรอนิกส์

Mizarahi I., 2008. Fashion and creativity. (13 เมษายน 2557). สืบค้นจาก [http://www.ted.com/talks/isaac\\_mizrahi\\_on\\_fashion\\_and\\_creativity](http://www.ted.com/talks/isaac_mizrahi_on_fashion_and_creativity)

Robinson K., 2006. (13 เมษายน 2557). Do schools kill creativity?. สืบค้นจาก [https://www.ted.com/speakers/sir\\_ken\\_robinson](https://www.ted.com/speakers/sir_ken_robinson)

Veen media, 2014. (17 เมษายน 2557). สืบค้นจาก <http://officesnapshots.com/2014/07/25/veen-medias-amsterdam-offices/>



ภาคผนวก



**ภาคผนวก ก**  
**แบบสอบถามผู้ที่ทำงานเชิงความคิดสร้างสรรค์**

หมวดคำถาม	คำถาม	คำตอบ
ลักษณะการทำงาน	ทำงานในตำแหน่งใด	บก., กอบก., นักเขียน, ฝ่ายกราฟิก, เทคนิคการพิมพ์
กฎระเบียบของบริษัท	ต้องลงบันทึกเวลาเข้าออกงานหรือไม่	[ ] ใช่ [ ] ไม่
	ข้อบังคับอื่นๆ	1
		2
วัฒนธรรมองค์กร	การปกครอง	[ ] มีการแบ่งชั้นลำดับมาก [ ] ไม่มีหรือมีการการแบ่งน้อย
	ลักษณะเป็นวัฒนธรรมองค์กร	[ ] รูปแบบเก่า [ ] รูปแบบใหม่
ลักษณะขั้นตอนการทำงาน	ขั้นตอนการทำงานที่ 1	1
	พื้นที่ทำงาน	1
		2
		3
	สาเหตุในการเลือกพื้นที่ทำงาน	1
		2
		3

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายชนพล วงษ์ประเสริฐ
วันเดือนปีเกิด	14 พฤษภาคม 2534
วุฒิการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรม) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
การนำเสนอบทความ	เข้าร่วมประชุมและนำเสนอบทความ 1. Building Environment Research Associates Conference (BERAC6), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต