



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร:  
กรณีศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวธัญญรัตน์ ทองถม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิศวกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร:  
กรณีศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวธัญญรัตน์ ทองถม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิศวกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

FACTORS IMPACTING BUILDING USER SATISFACTION:  
CASE STUDIES OF CO-WORKING SPACES IN BANGKOK

BY

MISS THANYARAT THONGTOM



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE  
INNOVATIVE REAL ESTATE DEVELOPMENT  
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2017  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวธัญญรัตน์ ทองถม

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร:  
กรณีศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2561

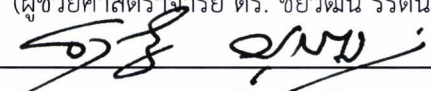
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกข์พัฒน์ คุ่มไพศาล)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ ริรัตนพงษ์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
\_\_\_\_\_  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชานัท วรณกุล)

คณบดี

  
\_\_\_\_\_  
(รองศาสตราจารย์ เกลิมวัฒน์ ตันตสวัสดิ์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร: กรณีศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธัญญรัตน์ ทองถม
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	นวัตกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์
ปีการศึกษา	2560

### บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลต่อวิธีการทำงานในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ (startup) รวมถึงกลุ่มคนทำงานอิสระ (freelancer) ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการทำงาน เกิดรูปแบบใหม่ของพื้นที่ทำงานที่เรียกว่า “โคเวิร์คกิ้งสเปซ” (Co-working space) การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบลักษณะสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน รวมทั้งประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ จำนวน 200 คน และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลจากผลที่ได้ประกอบกับหลักการทฤษฎีในเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า โคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่มีองค์ประกอบทั้งด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ทำงาน และกลุ่มงานบริการสนับสนุนที่เหมาะสม นับว่าเป็นความพร้อมด้านสถานที่ให้บริการ ที่อำนวยความสะดวกและช่วยสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร

**คำสำคัญ:** โคเวิร์คกิ้งสเปซ, สภาพแวดล้อมกายภาพ, งานบริการสนับสนุน

Thesis Title	FACTORS IMPACTING BUILDING USER SATISFACTION: CASE STUDIES OF CO-WORKING SPACES IN BANGKOK
Author	Miss. Thanyarat Thongtom
Degree	Master of Science
Major Field/Faculty/University	Innovative Real Estate Development Faculty of Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Chaiwat Riratanaphong, Ph.D
Academic Years	2017

### ABSTRACT

Technological changes have impacting on working present, especially startup and including freelancer who use the technology as important part of work. Having a new platform of workplace called “ Co-working space. ” This research aims to compare the physical environment and supporting services including satisfy evaluates of the user’ s building. Researchers analyze two sources of data: primary data source using questionnaires for collecting data from a sample group 200 people using to co-working space, and secondary from related works; studied from the other related works. The result of research found that co-working space is to be suitable with both the physical environment and supporting services. The findings show that co-working space are readily available to workplace, facilitate and supporting to work effectively for user satisfaction

**Keywords:** Co-working space, Physical environment, Supporting services

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้มีพรคุณทุกท่านที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ ต้องขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ ริรัตนพงษ์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาหลักทั้งยังช่วยสนับสนุนและคอยช่วยผลักดันให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร.ธานีท วรคุณกุล ที่คอยช่วยชี้แนะแนวทาง การปรับข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ และสามารถดำเนินการจนแล้วเสร็จ เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล ที่คอยช่วยชี้แนะแนวทางสนับสนุนข้อมูล และชี้แนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ทั้ง 10 แห่ง ที่เมตตาอนุเคราะห์ข้อมูล พาเยี่ยมชมสถานที่ และให้การสนับสนุนในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ทำให้สามารถกำหนดขอบเขตของการศึกษาได้เป็นผลสำเร็จ

ขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียน และเพื่อนคนอื่น ๆ ที่ช่วยให้กำลังใจ คอยสนับสนุนช่วยเหลือต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัวที่คอยสนับสนุนทุกอย่าง และคอยให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนการเรียนจบการศึกษา ผู้วิจัยหวังว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้สนใจเกี่ยวกับโคเวิร์คกิ้งสเปซ ทุก ๆ ท่าน

นางสาวธัญญรัตน์ ทองถม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย/กรอบตัวแปรของงานวิจัย	5
1.7 คำจำกัดความ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ โคเวิร์คกิ้งสเปซ	8
2.1.1 ความเป็นมาและความหมาย	8
2.1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของพื้นที่	10
2.1.3 กลุ่มผู้ใช้บริการ	11
2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน	13
2.2.1 แสงสว่าง	14
2.2.2 เสียง	17
2.2.3 อุณหภูมิ	21
2.2.4 กลิ่น	22



2.2.5 การปรับใช้งานของพื้นที่ทำงาน	24
2.2.6 เทคโนโลยี และอุปกรณ์ในการทำงาน	26
2.2.7 การจัดภูมิทัศน์ และการตกแต่งภายใน	28
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร	30
2.3.1 หลักการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร	30
2.3.2 ระบบกายภาพ	31
2.3.3 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร	33
2.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ	36
2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ	36
2.4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือในการวัดความพึงพอใจ	39
2.5 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย	43
2.5.1 หลักและแนวคิดที่เกี่ยวกับทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฮอริเบิร์ก	43
<b>บทที่ 3 วิธีการวิจัย</b>	<b>45</b>
3.1 การกำหนดพื้นที่ศึกษา	45
3.2 กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย	46
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	47
3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	48
3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	50
3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	50
3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	51
3.4.2 การนำเสนอข้อมูล	51
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล</b>	<b>52</b>
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางกายภาพของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ	52
4.1.1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ A	53
4.1.2 โคเวิร์คกิ้งสเปซ B	56

4.1.3 โคเวิร์คกิ้งสเปซ C	59
4.1.4 โคเวิร์คกิ้งสเปซ D	62
4.1.5 โคเวิร์คกิ้งสเปซ E	65
4.1.6 โคเวิร์คกิ้งสเปซ F	68
4.1.7 โคเวิร์คกิ้งสเปซ G	71
4.1.8 โคเวิร์คกิ้งสเปซ H	74
4.1.9 โคเวิร์คกิ้งสเปซ I	77
4.1.10 โคเวิร์คกิ้งสเปซ J	80
4.2 ผลการวิจัย จากการสำรวจ	83
4.2.1 ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ	83
4.2.2 ด้านงานบริการสนับสนุน	90
4.3 ผลการวิจัย จากแบบสอบถามความพึงพอใจ	95
4.3.1 ผลการวิจัยด้านข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	95
4.3.2 ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	101
4.3.3 ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม	113
4.4 การวิเคราะห์ผลสรุปโดยรวม	114
4.4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	114
4.4.2 ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ	114
4.4.3 งานบริการสนับสนุน	115
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	116
5.1 สรุปผลการวิจัยการศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพ ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ	116
5.1.1 สรุปผลการวิจัยด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ	116
5.1.2 ข้อเสนอแนะด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ	117
5.2 สรุปผลการวิจัยการศึกษางานบริการสนับสนุน ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ	117
5.2.1 สรุปผลการวิจัยด้านงานบริการสนับสนุน	117
5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านงานบริการสนับสนุน	117
5.3 สรุปผลการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ	118
5.4 ระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	120
5.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	124

5.6 ข้อจำกัดในงานวิจัย	126
รายการอ้างอิง	127
ภาคผนวก	133
ภาคผนวก ก แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	134
ภาคผนวก ข แบบสำรวจข้อมูล ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ	138
ภาคผนวก ค แบบสอบถามความพึงพอใจ	140
ประวัติผู้เขียน	144



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 มาตรฐานค่าเฉลี่ยความเข้มของแสงสว่าง ณ บริเวณพื้นที่ทั่วไป	16
2.2 มาตรฐานระดับเสียงที่ได้รับในการทำงานแต่ละวัน	18
2.3 ตัวอย่างแหล่งกำเนิดเสียง	19
3.1 เกณฑ์การในการให้คะแนน 5 ระดับ ของระดับความพึงพอใจ	47
3.2 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ	48
4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A (INN Office)	53
4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ B (THE CENT)	56
4.3 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ C (SILVER LAKE)	59
4.4 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ D (Joint Cafe & Workspace)	62
4.5 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ E (SYN HUB Co-Innovative Space)	65
4.6 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ F (Growth Café)	68
4.7 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ G (Space@Siam)	71
4.8 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ H (Klique X Samyan)	74
4.9 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ I (DRAFT BOARD)	77
4.10 แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ J (Wolf)	80
4.11 แสดงประเภทของอาคาร และขนาดพื้นที่ ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ	83
4.12 แสดงองค์ประกอบของพื้นที่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ	84
4.13 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจสภาพแวดล้อมของ แสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ	85
4.14 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านการปรับใช้งานของพื้นที่	86
4.15 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน	87
4.16 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านการจัดภูมิทัศน์ และการตกแต่งภายใน	88
4.17 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านงานบริการอาคาร	90
4.18 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบด้านงานบริการสำนักงานและบริการอื่น	91
4.19 แสดงข้อมูลอัตราค่าบริการ พื้นที่ทำงานร่วมกัน	92
4.20 แสดงข้อมูลอัตราค่าบริการ ห้องประชุม จัดสัมมนา และห้องทำงานส่วนตัว	93

4.21 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	96
4.22 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ	97
4.23 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	98
4.24 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเลือกใช้พื้นที่ทำงาน	99
4.25 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเดินทางมาใช้บริการ	100
4.26 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ต้อนรับ	101
4.27 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ทำงาน	103
4.28 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่เตรียมอาหาร	106
4.29 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่สนับสนุน	108
4.30 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในห้องน้ำ	111
4.31 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ ที่มีต่อภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร	112
4.32 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจ โดยรวมต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ งานบริการสนับสนุน และการให้บริการงานบริการสนับสนุนต่างๆ	113

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพกราฟแสดงจำนวน โควเวิร์คกึ่งสเปซ ทั่วโลก	2
1.2 ภาพแผนการขยาย โควเวิร์คกึ่งสเปซ ในเอเชียแปซิฟิก	2
1.3 กราฟแสดงจำนวนผู้ให้บริการโคเวิร์คกึ่งสเปซ ในประเทศไทย	3
1.4 กรอบแสดงแนวคิดด้านตัวแปรในงานวิจัย	5
2.1 The Hat Factory โควเวิร์คกึ่งสเปซแห่งแรกของโลก	8
2.2 “HUBBA Thailand” โควเวิร์คกึ่งสเปซแห่งแรกของประเทศไทย	9
2.3 Kelvin Correlated Colour Temperature	15
2.4 Daylight, Cool white & Warm white	15
2.5 Vuvuzela Noise Level	19
2.6 เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Furniture office)	28
2.7 การจัดวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ตามหน้าที่ของการใช้สอย (ASCOT)	29
2.8 แนวคิดการบริหารทรัพยากรอาคาร	30
2.9 แสดงองค์ประกอบของทรัพยากรอาคาร และ งานปฏิบัติการ/บริการ	33
2.10 แสดงขอบเขตการศึกษาเรื่อง กลุ่มงานบริการสนับสนุน (Support services)	34
2.11 กรอบแสดงแนวคิดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	38
2.12 ค่าของหน่วยวัดคุณค่าเจตคติตามสเกลระดับของความต่อเนื่อง	40
2.13 ความสัมพันธ์ของปัจจัยจุดใจและปัจจัยอนามัย ตามทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฮอริเบิร์ก ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน	44
3.1 ระบบขนส่งมวลชนแบบราง หรือ รถไฟฟ้า BTS	45
3.2 โควเวิร์คกึ่งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง	46
4.1 ทางเข้าด้านหน้า INN Office และบรรยากาศห้องทำงานแบบออฟฟิศ	53
4.2 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โควเวิร์คกึ่งสเปซ A (ชั้นลอย)	54
4.3 พื้นที่ทำงานร่วมกันและจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป ของ โควเวิร์คกึ่งสเปซ A (ชั้นลอย)	55
4.4 ทางเข้าด้านหน้า THE CENT และบรรยากาศพื้นที่ทำงานร่วมกัน	56
4.5 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โควเวิร์คกึ่งสเปซ B	57
4.6 บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ THE CENT	58
4.7 ทางเข้าด้านหน้า (SILVER LAKE) และบรรยากาศพื้นที่ทำงานร่วมกัน	59

4.8	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ C	60
4.9	บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ SILVER LAKE	61
4.10	ทางเข้าด้านหน้า Joint Cafe & Workspace และบรรยากาศห้องประชุม	62
4.11	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ D	63
4.12	บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Joint Cafe & Workspace	64
4.13	ทางเข้าด้านหน้า ของ SYN HUB Co-Innovative Space	65
4.14	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ E	66
4.15	บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ SYN HUB	67
4.16	ทางเข้าด้านหน้า ของ Growth Café & Co-Working Space	68
4.17	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ F	69
4.18	บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Growth Café (ชั้น3-4)	70
4.19	ทางเข้าด้านหน้า ของ Space @ Siam และพื้นที่ทำงานร่วมกัน (ชั้น2)	71
4.20	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ G	72
4.21	บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Space @ Siam (บริเวณชั้น4)	73
4.22	พื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Klique X Samyan	74
4.23	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ H	75
4.24	บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Klique X Samyan	76
4.25	ทางเข้าด้านหน้า DRAFT BOARD และทำงานแบบออฟฟิศ	77
4.26	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ I	78
4.27	บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ DRAFT BOARD	79
4.28	ทางเข้าด้านหน้า Wolf และเคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม	80
4.29	ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ J	81
4.30	บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Wolf (ชั้น 2)	80
4.31	แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	96
4.32	แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ	97
4.33	แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	98
4.34	แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเลือกใช้พื้นที่ทำงาน	99
4.35	แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเดินทางมาใช้บริการ	100
5.1	ความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัย ตามทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฮอริเบิร์ก ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ	125

## บทที่ 1

### บทนำ

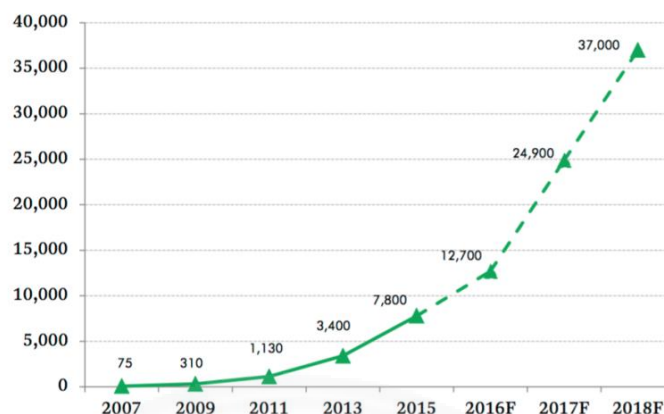
#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

กระแสความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันก่อให้เกิดธุรกิจใหม่มากมาย ทั้งยังส่งผลต่อรูปแบบวิธีการทำงานแบบใหม่ที่ต่างไปจากรูปแบบเดิม เทคโนโลยีและสังคมออนไลน์ต่างเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันส่งผลกระทบต่อสื่อสารและการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น แนวโน้มของการทำงานแบบเคลื่อนที่ ข้อมูลของ ไอดีซี (IDC, 2015) เผยว่า มีผู้คนถึง 1.3 พันล้านคน ที่ใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตในการทำงานจากระยะไกล เป็นยุคที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น จากงานวิจัยของ ฟอรัสเตอร์ (Forrester, 2015) พบว่ารายได้จากธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั่วโลก มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้และปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน เพื่อสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ในการทำงานที่สามารถทำงานจากที่ใดก็ได้ผ่านการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีช่วยในการทำงาน เกิดแนวโน้มในอนาคตที่ทำให้การติดต่อสื่อสารและการทำงานนั้นสามารถทำได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ (Startup) รวมถึงกลุ่มคนทำงานอิสระ (Freelancer) ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการทำงาน ดังนั้นการศึกษาด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงานรูปแบบใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สามารถส่งเสริมต่อประสบการณ์ในการทำงานของผู้ใช้งานอาคาร รองรับต่อกิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการทำงาน และปรับเปลี่ยนให้มีความยืดหยุ่นรองรับต่อการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

นั่นคือธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่และกระตุ้นความรู้สึกร่วมกันของกลุ่มคนทำงาน ที่เรียกว่า “โคเวิร์คกิ้งสเปซ” (Co-Working Space) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นที่สำหรับทำงานของกลุ่มผู้ประกอบการ หรือ กลุ่มคนทำงานอิสระที่ต้องการค้นหาความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจในการทำงาน อีกทั้งช่วยสนับสนุนแนวคิดในการทำงานจากการผสมผสานประสบการณ์ที่ได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น ผ่านองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสม อาจกล่าวได้ว่าการเกิดขึ้นของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ได้กลายเป็นศูนย์รวมที่สำคัญ ทำให้กลุ่มคนทำงานที่มีความต้องการหรือความมุ่งมั่นในแบบเดียวกันได้มาพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ในขณะที่เดียวกันยังเป็นการดึงดูดกลุ่มคนที่มีแนวคิดที่คล้ายกันมารวมตัวกันกลายเป็นสังคมเล็ก ๆ (Community)



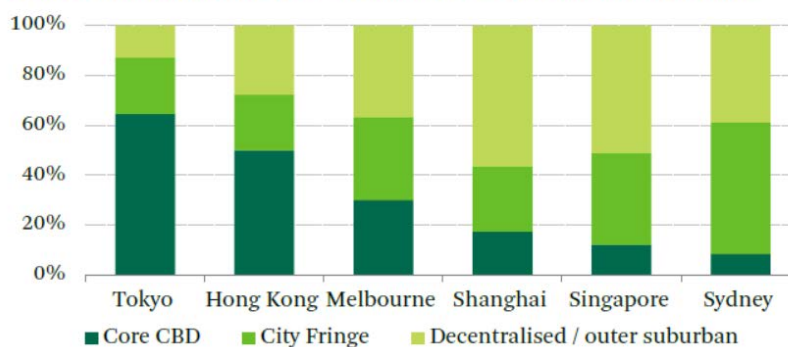
Chart 1: Number of Co-working Spaces Worldwide



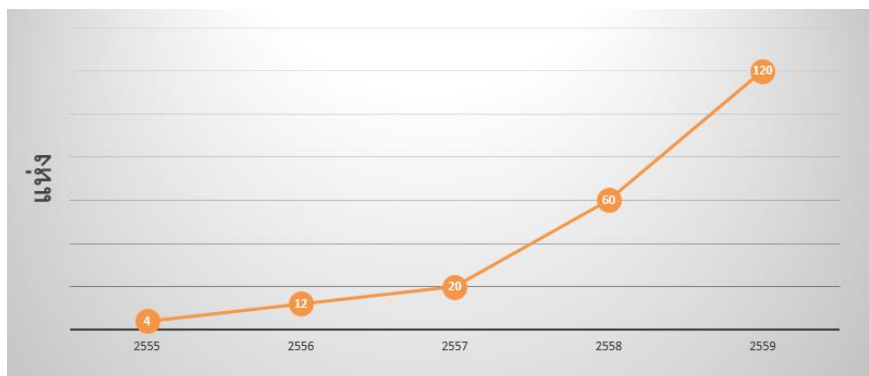
ภาพที่ 1.1 ภาพกราฟแสดงจำนวนโคเวิร์คกิ้งสเปซ ทั่วโลก (CBRE, 2016)

คำว่า “โคเวิร์คกิ้งสเปซ” (Co-Working Space) เริ่มใช้ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1999 โดย Bernie Dekoven ในช่วงแรกได้รับความนิยมแคในวงจำกัดหรือเฉพาะกลุ่มที่ทำงานด้านไอที ก่อนที่จะเริ่มแพร่หลายในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในเวลาต่อมานอกจากจะเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการทำงานและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น โต๊ะ เก้าอี้ อินเทอร์เน็ต เครื่องถ่ายเอกสาร ห้องครัว และห้องประชุมแล้วยังเป็นกลุ่มสังคมของคนทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์ทางด้านแนวคิดร่วมกัน นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และบางแห่งอาจมีห้องสมุด ห้องนั่งเล่น ห้องดนตรี หรือห้องกีฬาเล็ก ๆ ไว้เพื่อรองรับผู้ใช้งานที่ต้องการการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ปัจจุบันมี โคเวิร์คกิ้งสเปซ กว่า 24,900 แห่งจากทั่วโลก คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 37,000 แห่ง ในปี 2018 และมีอัตราเพิ่มขึ้นอีกถึง 68% ในอีก 3 ปีข้างหน้า (ภาพที่ 1.1) ซึ่งให้เห็นถึงการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รูปแบบการให้บริการของโคเวิร์คกิ้งสเปซจึงเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ทั้งในสหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย (ภาพที่ 1.2) รวมทั้งในประเทศไทย (ภาพที่ 1.3)

Chart 3: Expansion Plans of Co-working Space Operators in Asia Pacific



ภาพที่ 1.2 ภาพแผนการขยายโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเอเชียแปซิฟิก (CBRE Research, 2016)



ภาพที่ 1.3 กราฟแสดงจำนวนผู้ให้บริการโคเวียร์คั้งสเปซในประเทศไทย (บริษัท ฮับบ้า จำกัด และ ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย, 2016)

การเกิดขึ้นของโคเวียร์คั้งสเปซเป็นอีกหนึ่งสัญญาณที่ดีทางด้านธุรกิจในตลาดอสังหาริมทรัพย์ช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาที่กำลังแพร่ขยายไปยังหลายเขตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะทำเลใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ที่สามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีผู้ใช้บริการมากกว่า 900,000 คนต่อวัน (ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ, 2560) ซึ่งหลายแห่งเปิดให้บริการในเขตศูนย์กลางธุรกิจ เนื่องจากเป็นเขตพื้นที่ที่มีกิจกรรมทางสังคม การค้า และเศรษฐกิจ ของผู้ประกอบการ นักธุรกิจ รวมทั้งเจ้าของกิจการต่าง ๆ รวมตัวอยู่จำนวนมาก ดังนั้นจึงปฏิเสธไม่ได้ว่าพัฒนาการของเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน โดยเฉพาะกับคนทำงานอาชีพต่าง ๆ เช่น นักออกแบบ สถาปนิก วิศวกร พนักงานไอที ผู้ตรวจสอบบัญชี เป็นต้น บุคคลในอาชีพเหล่านี้เริ่มหันหลังให้กับการเป็นมนุษย์เงินเดือน และก้าวเข้าสู่เส้นทางอาชีพอิสระกันมากขึ้น หลายคนเลือกที่จะทำงานที่บ้านเพื่อความสะดวก ในขณะที่คนจำนวนไม่น้อยก็ออกไปนั่งทำงานหรือหาสถานที่ประชุมตามร้านกาแฟที่มีบริการอินเทอร์เน็ต เพื่อปรับเปลี่ยนบรรยากาศในการทำงาน

โคเวียร์คั้งสเปซเป็นธุรกิจใหม่ สังเกตได้จากมีธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงานเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากงานวิจัยของบริษัท Jones Lang Lasalle (Nikkei, 2017) เปิดเผยว่า ในปี 2020 กลุ่มของคนทำงานในโคเวียร์คั้งสเปซจะมีมากกว่า 3.8 ล้านคนทั่วโลก และมีความเป็นไปได้สูงที่วัฒนธรรมของรูปแบบการทำงานจะเปลี่ยนไปและแพร่หลายไปทั่วโลก แม้แต่ในประเทศไทยก็ให้เห็นมากมาย และมีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ประกอบอาชีพอิสระจำนวนมากมองหาสถานที่ที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อการทำงานได้มากกว่าที่บ้าน ออฟฟิศ หรือแม้กระทั่งร้านกาแฟ โคเวียร์คั้งสเปซจึงมีบทบาทสำคัญในการให้บริการ โดยแต่ละแห่งจะมีรูปแบบของการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งวัตถุประสงค์ของการให้บริการและรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างเหมาะสมที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจไม่ว่าจะเป็น

ต้อนรับ การออกแบบตกแต่ง การจัดรูปแบบพื้นที่ใช้งานที่หลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มุมพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการให้บริการสนับสนุนด้านอื่น ๆ เพื่อรองรับและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการในอาชีพที่หลากหลาย ทั้งยังสร้างบรรยากาศสร้างแรงบันดาลใจ สร้างประสบการณ์ต่อรูปแบบของการทำงาน สนับสนุนให้การทำงานเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งนี้การที่ผู้ใช้บริการนั้นได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากประสบการณ์ที่ได้รับ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในการมาใช้บริการ ทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป การสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจตามที่คาดหวังไว้ จะช่วยให้ธุรกิจนั้นเติบโตต่อไปได้ท่ามกลางกระแสการแข่งขันที่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงมากขึ้นในอนาคต

ในวิจัยนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึง ปัจจัยสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ในการทำงาน และตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยศึกษาระดับของความพึงพอใจในการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ ว่ามีวัตถุประสงค์การบริการที่ตอบรับกับความต้องการของผู้ใช้บริการหรือไม่ สิ่งเหล่านี้จะส่งผลโดยตรงต่อผู้ใช้บริการและสอดคล้องกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีปัจจัยองค์ประกอบด้านต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน กิจกรรมสนับสนุนหรือรูปแบบการให้บริการ รวมไปถึงการบริการสนับสนุนอื่น ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน งานบริการสนับสนุน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง และประเมินผลจากความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร วิเคราะห์ผลที่ได้ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีในเชิงพรรณนา สรุปเป็นแนวทางในการออกแบบและการจัดการงานบริการสนับสนุน ที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกายภาพและกลุ่มงานบริการสนับสนุนใดบ้าง ที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการพื้นที่การทำงานร่วมกัน

## 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.3.1 ศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพของโคเวิร์คกิ้งสเปซ จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง
- 1.3.2 ศึกษาบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง
- 1.3.3 ประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคารโคเวิร์คกิ้งสเปซ
- 1.3.4 ระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ผู้ออกแบบ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ
- 1.4.2 ผู้บริหารทรัพยากรอาคาร สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการกลุ่มงานบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ
- 1.4.3 ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้เพื่อใช้ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาโครงการ

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

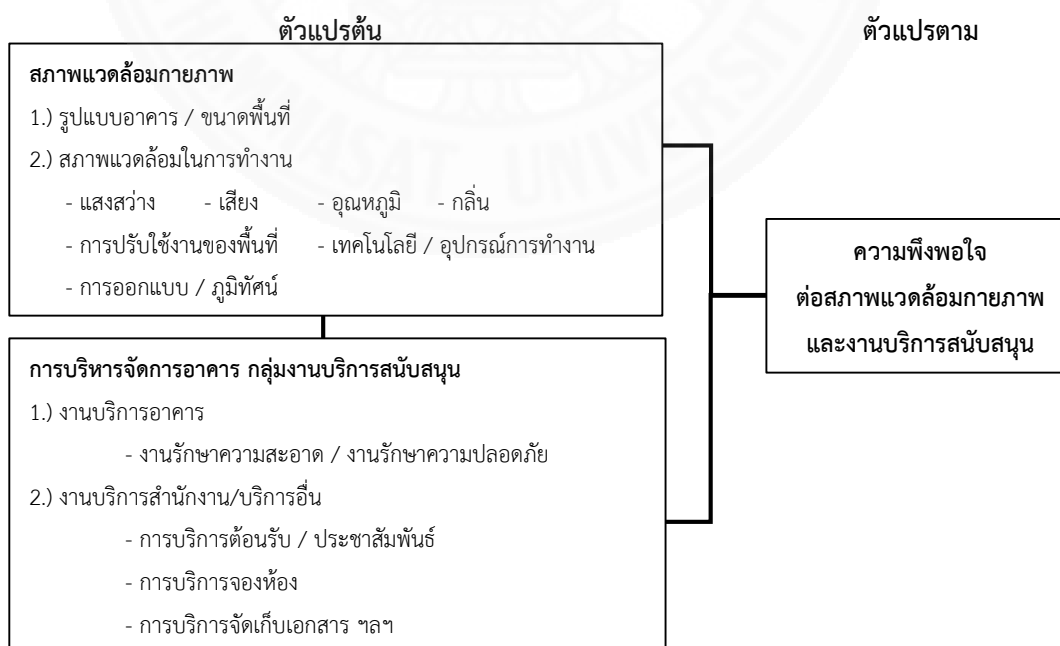
### 1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยพิจารณาเลือกกำหนดพื้นที่ศึกษาโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ทั้งหมด 10 แห่ง

### 1.5.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยระบุขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัย แบบกำหนดจำนวนโควต้า (Quota Sampling) รวมทั้งหมด 200 คน โดยแบ่งออกเป็น 20 คน ต่อ โคเวิร์คกิ้งสเปซ 1 แห่ง

## 1.6 ระเบียบวิธีวิจัย/กรอบตัวแปรของงานวิจัย



ภาพที่ 1.4 กรอบแสดงแนวคิดด้านตัวแปรในงานวิจัย

## 1.7 คำจำกัดความ

### 1.7.1 ผู้ใช้บริการ (Users)

หมายถึง ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจโคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-working space) ซึ่งอาศัยหรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความต้องการใช้พื้นที่การทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ในด้านการทำงาน

### 1.7.2 โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-working Space)

หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการพื้นที่เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการทำงานนอกสถานที่ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถแบ่งปันทรัพยากรต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน และยังเปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้ามาประชุม ทำงาน และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกันได้

### 1.7.3 สภาพแวดล้อมในการทำงาน

หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งในขณะที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการใด ๆ ก็ตาม ผู้ปฏิบัติงานย่อมถูกแวดล้อมด้วยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้แก่ บรรยากาศ แสงสว่าง สี เสียง อุณหภูมิ เป็นต้น (เจมส์ และ โจนส์, 1974)

### 1.7.4 ประสบการณ์ (Experience)

หมายถึง ภาพโดยรวมที่ผู้ให้บริการประเมินจากการรับรู้สิ่งที่เคยเกิดขึ้นในอดีตที่เกี่ยวกับการรับบริการ ทั้งจากองค์ประกอบทางกายภาพ องค์ประกอบทางสังคม และองค์ประกอบทางอารมณ์ความรู้สึก ที่ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้

### 1.7.5 ความพึงพอใจ (Satisfaction)

หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการประเมินผลของลูกค้าหลังการใช้สินค้าหรือได้รับบริการจากองค์กร โดยนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ก่อนใช้สินค้าหรือบริการ

ซึ่งในที่นี้หมายถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากประสบการณ์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ และความพึงพอใจที่ผู้บริการมีโอกาสได้สัมผัสถึงประสบการณ์ในการทำงานที่โคเวิร์คกิ้งสเปซสร้างขึ้น และสามารถส่งผลต่อความรู้สึกที่ผู้บริการมีต่อโคเวิร์คกิ้งสเปซในการทำงานรวมทั้งการกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป

### 1.7.6 กลุ่มงานบริการสนับสนุน (Support services)

หมายถึง งานบริการขั้นพื้นฐานที่อาคารจัดดำเนินการ เพื่อให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวก และปลอดภัย ได้แก่ งานรักษาความสะอาด งานรักษาความปลอดภัย งานกำจัดแมลง งานดูแลรักษาสวนและพื้นที่โดยรอบ และงานบริการสำนักงาน เป็นต้น

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารวบรวมทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ของการศึกษา ความพึงพอใจเพื่อวัดประสบการณ์ของผู้ใช้งานอาคารโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร จาก การทบทวนวรรณกรรมมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-working Space)

2.1.1 ความเป็นมาและความหมาย

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของพื้นที่

2.1.3 กลุ่มผู้ใช้บริการ

#### 2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน

2.2.1 แสงสว่าง

2.2.2 เสียง

2.2.3 อุณหภูมิ

2.2.4 กลิ่น

2.2.5 การปรับใช้งานของพื้นที่ทำงาน

2.2.6 เทคโนโลยี และอุปกรณ์ในการทำงาน

2.2.7 สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร / ภูมิทัศน์

#### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ (FM)

2.3.1 หลักการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ

2.3.2 ระบบกายภาพ (Facility)

2.3.3 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (Facility services)

#### 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction)

2.4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

#### 2.5 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory)

2.5.1 หลักและแนวคิดที่เกี่ยวกับทฤษฎีสองปัจจัย ของเฮอ์เบิร์ก



## 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับ โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-working Space)

หัวใจสำคัญของพื้นที่การทำงานร่วมกัน เกิดจากการที่กลุ่มคนที่หลากหลายต่างสาขา อาชีพมารวมตัวกัน และทำงานภายในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วคนที่จะมาทำงานร่วมกันนี้มักเป็นกลุ่มคนทำงานอิสระ และแน่นอนว่าการทำงานในลักษณะนี้จะแตกต่างจากการทำงานในบริษัท หรือองค์กรทั่ว ๆ ไป นั่นคือ “ทุกคนต่างคนต่างทำงานของตัวเอง เพียงแต่แบ่งปันพื้นที่ในการทำงานร่วมกันเท่านั้น” สถานที่ให้เช่าพื้นที่การทำงานร่วมกัน หรือ โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-working Space) จึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับรูปแบบการทำงานในลักษณะนี้ อีกทั้งยังหมายถึงการรวมตัวกันในพื้นที่เพื่อทำงานชั่วคราวและยังอาจหมายถึงชุมชนย่อย ๆ ที่เป็นสังคมแห่งการแบ่งปันของคนทำงานจากหลายสาขาอาชีพได้อีกด้วย

### 2.1.1 ความเป็นมาและความหมาย โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-working Space)

“Co-working Space” เป็นแนวคิดที่มีต้นแบบมาจาก C-Base ณ กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี เมื่อปี ค.ศ. 1995 ซึ่งเป็นสถานที่ที่เปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้ามาประชุม ทำงาน และใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกันได้ และต่อมาในปี ค.ศ.1999 Bernie DeKoven เริ่มใช้คำว่า Co-working ในความหมายของสถานที่ส่วนกลางที่ผู้คนสามารถทำงานร่วมกันได้



ภาพที่ 2.1 “The Hat Factory” โคเวิร์คกิ้งสเปซแห่งแรกของโลก ซานฟรานซิสโก, สหรัฐอเมริกา

โคเวิร์คกิ้งสเปซแห่งแรกของโลกเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2005 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Brad Newberg และก่อตั้งร้านที่ชื่อว่า “The Hat Factory” ขึ้นมาเพื่อเป็นศูนย์รวมสำหรับลูกค้านักเขียนบทความกลุ่มเล็ก ๆ 2-3 คน ที่เป็นลูกค้าประจำในตอนนั้น โดยจำกัดความหมายไว้ว่า “การทำงานในพื้นที่ร่วมกัน” ก่อนที่จะเริ่มนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการบอกเล่ากันในกลุ่มอาชีพสายงานอิสระที่ได้แวะเวียนเข้ามาทดลองใช้งานพื้นที่การทำงานรูปแบบใหม่กัน จนเป็นที่ยอมรับและแพร่หลายสู่สังคมหมู่มากขึ้นเรื่อย ๆ

สำหรับประเทศไทยธุรกิจโคเวิร์คกิ้งสเปซแห่งแรกเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพมหานคร ถนนสุขุมวิท โดยคุณอมฤต เจริญพันธุ์ และใช้ชื่อว่า “HUBBA Thailand” ที่มีจุดกำเนิดของธุรกิจมาจากปัญหาที่ไม่สามารถหาสถานที่ทำงานได้ในช่วงเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ปี พ.ศ. 2554 ที่มีความต้องการสถานที่ในการทำงาน จากประสบการณ์การไปนั่งทำงานตามห้องเช่าหรือร้านกาแฟ ที่พบปัญหาเรื่องความไม่สะดวกในการทำงานมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความไม่พร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หรือการใช้บริการร้านกาแฟขณะที่ลูกค้าแน่นร้านไม่สะดวกในการพูดคุยงาน ค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ความไม่สะดวกในการถ่ายเอกสารหรือปริ้นท์เอกสาร จึงเกิดช่องว่างทางธุรกิจตรงนี้ ทำให้เกิดแนวโน้มธุรกิจโคเวิร์คกิ้งสเปซ เพื่อรองรับการทำงานยุค 3.0 ที่ทำให้ผู้คนทำงานได้โดยไร้ข้อจำกัด ทั้งด้านสถานที่ เวลา อุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ตลอดจนเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน สามารถรองรับกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ (Freelance) และกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี (Startup) ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในขณะนั้น



ภาพที่ 2.2 “HUBBA Thailand” โคเวิร์คกิ้งสเปซแห่งแรกของประเทศไทย



### 2.1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของพื้นที่

โคเวิร์คกิ้งสเปซ หรือ สถานที่การทำงานร่วมกัน เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองด้าน ภายภาพของพื้นที่การทำงาน ที่เน้นพื้นที่การทำงานที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ และแลกเปลี่ยนไอเดียระหว่างกัน จึงก่อให้เกิดรูปแบบพื้นที่ในการทำงานที่หลากหลาย เพื่อสนองต่อความต้องการของกลุ่มคนทำงาน องค์ประกอบด้านพื้นที่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ สามารถ แบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### 2.1.2.1 พื้นที่ส่วนสาธารณะ (Public Zone)

ส่วนสาธารณะ คือส่วนด้านหน้าเป็นส่วนที่คนจากภายนอกสามารถเข้าถึง ได้ ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

##### (1) ส่วนต้อนรับ (Information)

เป็นส่วนแรกของพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ เปรียบเสมือนภาพลักษณ์ หน้าตาของสถานที่ให้บริการ และเป็นส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลติดต่อสอบถามต่าง ๆ แก่ผู้มาติดต่อ

##### (2) ส่วนพักคอย (Waiting Area)

อาจแยกออกเป็นสัดส่วนที่อยู่ได้ทั้งภายในหรือภายนอกอาคาร และอาจ เป็นพื้นที่เดียวกันกับส่วนต้อนรับ เพื่อให้เหมาะกับจุดประสงค์ ใช้งานพื้นที่ได้สะดวก หรืออาจถูกจัด วางตำแหน่งตามสไตล์ของการตกแต่งก็เป็นได้

#### 2.1.2.2 พื้นที่ส่วนกึ่งสาธารณะ (Semi-Public Zone)

เป็นส่วนที่เชื่อมต่อกับส่วนสาธารณะ สามารถจำแนกองค์ประกอบพื้นที่ ได้เป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

##### (1) พื้นที่การทำงาน (Working Area)

พื้นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด สามารถใช้งานได้พร้อมกันที่ละหลาย ๆ คน เป็นรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิในการทำงานมาก จึงใช้เป็นพื้นที่การทำงานร่วมกันที่สามารถทำงาน พูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างกันได้ และยังเป็นรูปแบบพื้นฐานของพื้นที่ การทำงานสร้างสรรค์อีกด้วย และควรมีการวางแผนเพื่อให้รองรับต่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริม การทำงานให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

##### (2) ห้องประชุม (Meeting Room)

ควรเป็นห้องที่สามารถเปิดหรือปิดได้โดยสะดวก กรณีที่ต้องการความ เป็นส่วนตัว อาจกันด้วยผนังกระจกซึ่งทำให้รู้สึกไม่อึดอัด และควรเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการ ประชุมไว้ให้พร้อม เช่น ทีวี ไวท์บอร์ด เป็นต้น

### (3) พื้นที่ส่วนสนับสนุน (Support Area)

ได้แก่ ส่วนเอนกประสงค์ (Multi-function) อาจเป็นส่วนที่ใช้รับรองลูกค้า เพื่อใช้เป็นส่วนพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศการทำงาน ส่วนเตรียมอาหาร (Pantry) อาจใช้ร่วมกับส่วนเอนกประสงค์ เนื่องจากผู้ใช้บริการอาจใช้เป็นที่พักรับประทานอาหารกลางวัน ซึ่งจะได้ไม่ส่งกลิ่นไปรบกวนส่วนทำงาน พื้นที่พักผ่อน (Relation Area) เป็นพื้นที่สำหรับใช้พักผ่อนจากการทำงานที่สามารถใช้พื้นที่จัดกิจกรรมได้ ห้องสมุด (Library Room) ใช้สำหรับค้นคว้าอ่านหนังสือและยังสามารถเป็นที่พูดคุยเพื่อระดมความคิดได้ ห้องเล่นเกม (Game Room) เพื่อผ่อนคลายจากการทำงานเป็นที่สำหรับการพบปะสังสรรค์กันเป็นกลุ่มสังคม เป็นต้น

#### 2.1.2.3 พื้นที่ส่วนตัว (Private Zone)

พื้นที่ส่วนนี้แบ่งไว้สำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ซึ่งจะถูกจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

##### (1) ห้องทำงาน (Working Room)

ควรออกแบบให้มีบรรยากาศที่น่าทำงาน มีสมาธิในการทำงาน และควรวางแผนเพื่อให้รองรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าพื้นที่ส่วนกึ่งสาธารณะ

##### (2) พื้นที่เก็บของ (Storage)

เอกสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับออฟฟิศทุกประเภท ยิ่งนานวันเอกสารยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ ผู้ใช้บริการในพื้นที่การทำงานร่วมกันบางที่อาจไม่อยากจะขนย้ายอุปกรณ์ ดังนั้นควรเตรียมสถานที่เพื่อจัดเก็บไว้รองรับเพื่อให้สะดวกต่อผู้ใช้บริการ เป็นต้น

### 2.1.3 กลุ่มผู้ใช้บริการ (Users)

กลุ่มผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิงสเปซ (Forfur, 2015) คือ ผู้ที่ต้องการความยืดหยุ่นในการทำงาน ไม่ว่าจะเรื่องการเดินทาง สถานที่ในการทำงาน อุปกรณ์ในการทำงาน จำนวนชั่วโมงในการทำงาน รวมถึงรูปแบบของการให้บริการที่สร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้ใช้งาน โดยส่วนมากกลุ่มผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิงสเปซจะเป็นกลุ่มคนที่รวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจใหม่ ได้แก่

#### 2.1.3.1 Startup หรือ ผู้ประกอบการมือใหม่

คือ ผู้ที่เริ่มต้นอยากทำธุรกิจหรือต้องการริเริ่มกิจการของตนเอง ที่มีความต้องการพบเจอผู้คนและแชร์ไอเดียในการทำงาน รวมไปถึงสร้างคอนเนคชันที่ดีให้กับตนเอง

### 2.1.3.2 Entrepreneur หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ

ทั้งบริษัทไทยและต่างชาติมักจะหาสถานที่เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้มากขึ้น โคเวิร์คกิ้งสเปซจึงเป็นสถานที่ที่นิยม เพราะเมื่อเช่าพื้นที่ทำงานแล้วยังสามารถใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน รวมไปถึงพื้นที่พักผ่อน ทำให้หลายบริษัทเลือกจะใช้โคเวิร์คกิ้งสเปซเป็นออฟฟิศในการทำงาน

### 2.1.3.3 Freelancer หรือ กลุ่มคนทำงานอิสระ

เป็นสถานที่ยอดนิยมสำหรับคนกลุ่มนี้ โดยปกติแล้วสถานที่ทำงานของกลุ่มคนทำงานอิสระหรือฟรีแลนซ์มักจะจำกัดอยู่แค่ที่บ้าน คอนโด หรือตามร้านกาแฟ ซึ่งการไปทำงานแต่ละครั้งไม่ว่าจะอยากทานหรือไม่ ก็ต้องสั่งมาเพราะต้องการใช้สถานที่นั้น โคเวิร์คกิ้งสเปซจึงตอบโจทย์สำหรับคนที่ต้องการพื้นที่ในการทำงานจริง ๆ ทั้งได้บรรยากาศใหม่พร้อมเครื่องมือเครื่องใช้อำนวยความสะดวก นอกเหนือจากนี้ยังได้เพื่อนที่ทำงานในสายเดียวกันแลกเปลี่ยนไอเดียกันได้ได้อย่างเปิดกว้างอีกด้วย

### 2.1.3.4 Creative, Designer หรือ นักออกแบบ

โคเวิร์คกิ้งสเปซหลาย ๆ แห่งเปิดขึ้นมาเพื่อรองรับกลุ่มสายงานครีเอทีฟ โดยเฉพาะ ล้วนแล้วได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ จากสายงานเดียวกัน เพราะคนที่มาทำงานมีทั้งกราฟฟิก ดีไซน์เนอร์ ครีเอทีฟ ทั้งยังมีการจัดกิจกรรมเปิดมุมมองใหม่ ๆ อีกมากมาย ในการเสริมสร้างด้านความคิดและแรงบันดาลใจ

### 2.1.3.5 กลุ่มคนทำงานทั่วไป

ที่อยากเปลี่ยนสถานที่และบรรยากาศการทำงาน ก็สามารถใช้ได้เช่นกัน เพราะสามารถใช้ทุกพื้นที่ได้โดยมีแพคเกจเช่าแบบเป็นรายวัน ถือว่าคุ้มค่ามากสำหรับการใช้พื้นที่การทำงานในหนึ่งวัน ทั้งยังได้สร้างสรรค์งานดี ๆ และรู้จักคนใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน

สภาพแวดล้อมภายในอาคาร (Indoor environment) ถือเป็นเรื่องสำคัญที่มีหลาย ๆ ปัจจัยที่ต้องมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ทำงานภายในที่เน้นการจัดการสภาพแวดล้อมของสถานที่ปฏิบัติงาน และยังรวมถึงการแก้ปัญหาที่อาจเกิดจากสภาพแวดล้อมภายในอาคารที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานอาคาร เช่น ทำให้เกิดการท้งานที่ล่าช้า หรือมีปัญหาในการทำงาน ผู้ใช้งานอาคารขาดความสดชื่น เกิดความรู้สึกไม่อยากทำงาน ปัญหาเหล่านี้้อาจเกิดขึ้นเพราะสภาพแวดล้อมภายในไม่เหมาะสมต่อกิจกรรมการทำงาน หรืออาจไม่สอดคล้องต่อความต้องการของผู้ใช้งานอาคาร จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสำรวจประเมิน บริหารจัดการสภาพแวดล้อมภายในอาคาร ให้เหมาะสมกับรูปแบบการทำงาน และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

การจัดการที่ดีของสภาพแวดล้อมภายในสถานประกอบการของ กฎกระทรวง (2549) ได้กำหนดเรื่องของมาตรฐานในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในสถานประกอบการ เกี่ยวกับเรื่องของ แสงสว่าง เสียง และความร้อน โดยมีการกำหนดค่ามาตรฐานในการควบคุม ตลอดจนสภาพ และลักษณะการทำงานของลูกจ้าง

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในอาคาร จากหลักเกณฑ์การประเมินของ CASBEE หรือ Comprehensive Assessment System for Building Environmental Efficiency เป็นแบบประเมินของประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับการพัฒนาจากหน่วยงาน Japan Sustainable Building Consortium (JSBC) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) ในเรื่องของการประเมินมาตรฐานอาคาร “ภาคของคุณภาพ” (Building Environmental Quality and Performance) มีหลักเกณฑ์ดังนี้

- คุณภาพสภาพแวดล้อมภายในอาคาร (Indoor environment) ได้แก่ การให้แสงสว่างที่เหมาะสม การควบคุมเสียงดัง ภาวะอากาศน่าสบายของอากาศ และการจัดการคุณภาพอากาศ
- คุณภาพของการบริการ (Quality of service) ได้แก่ ความสามารถในการบริการ ความยืดหยุ่น และการปรับการใช้ ซึ่งเป็นส่วนของการให้บริการที่ดีในการสร้างความพึงพอใจกับผู้ใช้อาคาร
- สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร (Outdoor environment on site) เป็นส่วนของคุณภาพสภาวะแวดล้อมภายในพื้นที่โครงการ เพื่อมาตรฐานคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ใช้อาคาร

ผู้วิจัยสามารถสรุป ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ และบริหารจัดการ โดยแบ่งหัวข้อปัจจัยออกเป็นดังนี้

### 2.2.1 แสงสว่าง

เป็นปัจจัยสำคัญหลักในการมองเห็นของมนุษย์ การจัดสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการมองเห็นอย่างชัดเจนถูกต้อง และเกิดความสบายแก่สายตา เป็นการพิจารณาถึงหลักการควบคุมระดับแสงสว่างภายในอาคารให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้งาน และการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ดี

#### 2.2.1.1 ปัญหาที่เกิดจากแสงสว่าง

ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ทำงาน สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

##### (1) แสงสว่างที่น้อยเกินไป

จะมีผลเสียต่อตา ทำให้กล้ามเนื้อตาทำงานมากเกินไป โดยบังคับให้ม่านตาเปิดกว้าง เพราะการมองเห็นนั้นไม่ชัดเจน ต้องใช้เวลาในการมองเห็นรายละเอียดนั้นๆ ทำให้เกิดการเมื่อยล้าของตาที่ต้องเพ่งมากกว่าปกติ ทำให้ปวดตา มีน้ีรณะ ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง การหยิบจับผิดพลาด หรือไปสัมผัสสว่นที่เป็นอันตราย

##### (2) แสงสว่างที่มากเกินไป

แสงจ้าตาที่เกิดจากการแหล่งกำเนิดแสงโดยตรง (Direct glare) หรือแสงจ้าที่เกิดจากการสะท้อนแสง (Reflected glare) จากวัสดุที่อยู่ในสิ่งแวดล้อม เช่น ผนังห้อง กระจก กั้นห้อง โต๊ะทำงาน เบนตน ทำให้ผู้ทำงานเกิดความไม่สบายตา การมองเห็นแยลง ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง กอให้เกิดผลทางจิตใจ เป็อหน่ายในการทำงานและมีสมาธิในการทำงานลดลง

#### 2.2.1.2 ประเภทแสงของโคมไฟ

สามารถจำแนกจากสีของแสง โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบดังนี้

##### (1) แสงโทนวอร์มไวท์ (Warm white)

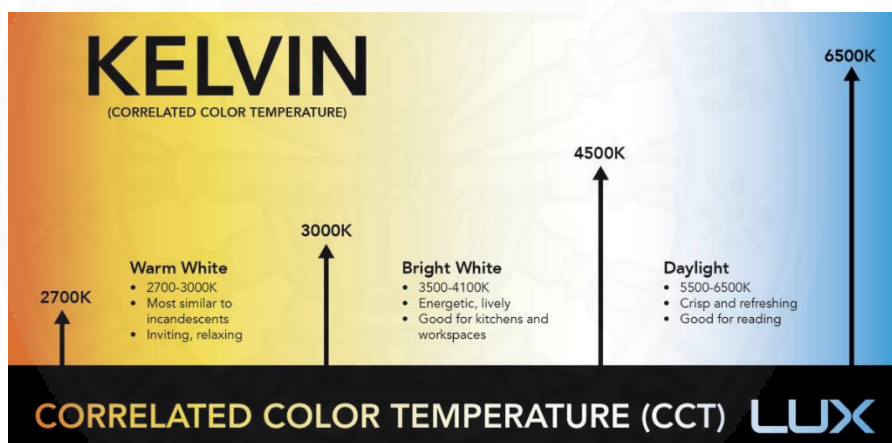
มีอีกชื่อว่า แสงส้ม เป็นแสงไฟที่มีสีออกนวลส้มให้โทนอบอุ่น สบายตา มีความสว่างไม่มาก เหมาะสำหรับนำมาติดตั้งภายในโกดังเก็บสินค้า หรือใช้ส่องเฉพาะจุด เนื่องจากเป็นแสงที่ให้ปริมาณความสว่างอยู่ที่ 3000K จึงไม่นิยมนำไปติดในห้องปฏิบัติการ เพราะให้แสงสว่างน้อย จึงไม่เหมาะกับการทำงาน

## (2) แสงโทนคูลไวท์ (Cool white)

เป็นแสงที่เกิดการผสมระหว่างแสงขาวกับแสงส้ม จึงทำให้แสงที่ได้มีค่าปริมาณความสว่างอยู่ที่ 4500K อยู่ในช่วงกึ่งกลางระหว่าง Warm white และ Daylight เหมาะสำหรับนำไปติดตั้งได้ในทุกพื้นที่ เนื่องจากแสงประเภทนี้ไม่สว่างหรือมืดจนเกินไป จึงทำให้เป็นที่นิยม

## (3) แสงโทนเดย์ไลท์ (Daylight)

มีอีกชื่อว่า แสงขาว เป็นแสงไฟที่มีสีขาวมีความใกล้เคียงกับแสงจากธรรมชาติ ให้ค่าปริมาณความสว่างอยู่ที่ 6000K ให้แสงขาวในโทนฟ้าสว่างสดใส ทำให้มองเห็นสิ่งต่าง ๆ ได้ชัดเจน เหมาะสำหรับการนำมาติดตั้งในห้องปฏิบัติการ ห้องทำงาน นอกจากนี้แสงประเภทนี้ยังถนอมสายตา หากนำมาติดตั้งในบริเวณที่ทำงานจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความตื่นตัว มีความกระฉับกระเฉง และยังเป็นที่ยิมนำแสงไฟประเภทนี้มาติดตั้งในร้านหนังสือ ร้านอาหาร และบริเวณอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้แสงสว่างในปริมาณมาก



ภาพที่ 2.3 Kelvin Correlated Colour Temperature (Uhurunet, 2017)



ภาพที่ 2.4 Daylight, Cool White & Warm White. (Flash, 2017)

## ตารางที่ 2.1

มาตรฐานค่าเฉลี่ยความเข้มของแสงสว่าง ณ บริเวณพื้นที่ทั่วไป (กฎกระทรวง, 2549)

อาคาร / พื้นที่	ค่าเฉลี่ยความเข้มของแสงสว่าง (ลักซ์)
ทางเข้า	
- ทางเข้าห้องโถง / ห้องพักคอย	200
- เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์	400
พื้นที่สัญจร	
- ทางเดินในพื้นที่สัญจรคนเบาบาง	25
- ทางเดินในพื้นที่สัญจรคนหนาแน่น	50
- บันได / ลิฟท์	50
พื้นที่ทำงาน	
- ห้องฝึกอบรม / ห้องบรรยาย / ห้องประชุม	300-400
- ห้องทำงาน / ห้องคอมพิวเตอร์	400
- ห้องถ่ายเอกสาร	300
งานสำนักงาน	
- งานบันทึกข้อมูล	600
- บริเวณที่ต้องแสดงจอข้อมูล / จอภาพ	600
- งานพิมพ์เอกสาร การเขียน การอ่าน	400
ห้องครัว / ห้องทานอาหาร	
- พื้นที่ทั่วไป	200
- พื้นที่ปรุงอาหาร และที่ทำความสะอาด	300
ห้องพักผ่อน	150-200
ห้องน้ำ	100
ห้องเก็บของ	100

### 2.2.1.3 ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้แสงสว่าง

การจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสมในสถานที่ทำงาน หรือสถานประกอบการ ให้มีสภาพเหมาะสม ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญดังนี้

- การเลือกระบบแสงสว่างและแหล่งกำเนิดแสงสว่าง
- ลักษณะห้องหรือพื้นที่ใช้งาน
- คุณภาพและปริมาณของแสงสว่าง
- การดูแลบำรุงรักษาระบบแสงสว่าง



สำหรับสถานประกอบการที่ต้องปรับปรุงระบบแสงสว่างในบริเวณการทำงาน หรือมีแสงสว่างในสถานที่ทำงานไม่เพียงพอสามารถเลือกพิจารณาแก้ไขตามความเหมาะสมได้แก่

- ติดดวงไฟเพิ่มเติม
- ติดตั้งดวงไฟเพิ่มเฉพาะจุดที่มีการทำงาน
- เปลี่ยนตำแหน่งการทำงานไม่ให้อยู่ในตำแหน่งที่มีเงา
- ใช้แสงสว่างจากธรรมชาติช่วยในการเพิ่มแสงสว่าง
- สีของผนัง ฝ้าเพดานที่มีสีอ่อนจะสะท้อนแสงได้ดีกว่าสีมืดทึบ
- การทำความสะอาดดวงไฟ อาจส่งผลให้แสงสว่างเพิ่มขึ้น
- ลดระดับความสูงของดวงไฟให้อยู่ในระยะที่สามารถให้ปริมาณแสงสว่างเพียงพอ
- ใช้โคมไฟที่ทาด้วยสีเงินหรือสีขาว ซึ่งมีประสิทธิภาพในการสะท้อนแสงได้ดี ช่วยเพิ่มแสงสว่างในบริเวณการทำงาน

## 2.2.2 เสียง

เป็นหนึ่งในปัจจัยในสภาพแวดล้อมของการทำงาน เสียงจะเกิดขึ้นได้เมื่อวัตถุหรือแหล่งกำเนิดเสียงมีการสั่นสะเทือน ส่งผลต่อการเคลื่อนที่ของโมเลกุลของอากาศที่อยู่โดยรอบ ทำให้โมเลกุลที่ได้รับการถ่ายโอนพลังงานเคลื่อนที่ไปชนกับโมเลกุลของอากาศที่อยู่ถัดไปจนเคลื่อนที่ไปถึงหูมนุษย์ และเกิดการได้ยินของเสียงเกิดขึ้น ในการควบคุมเสียงดัง (Noise and Acoustic) ถือเป็นพิจารณาการควบคุมระดับเสียงภายในอาคารให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน และการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ดี เช่น การควบคุมระดับเสียงสำหรับพื้นที่ต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน การควบคุมและการป้องกันเสียงระหว่างพื้นที่ภายในอาคาร และการเก็บเสียงภายในพื้นที่ที่เหมาะสม

### 2.2.2.1 ปัญหาที่เกิดจากเสียง

ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ทำงาน สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

#### (1) เสียงดัง

หมายถึง เสียงที่มีความดัง จนอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อระบบการได้ยิน ทั้งนี้กฎหมายระบุให้ต้องควบคุมระดับเสียงที่ลูกจ้างได้รับเฉลี่ยตลอดเวลาการทำงานในแต่ละวัน (Time Weighted Average - TWA) ไม่ให้เกินมาตรฐานที่กำหนด ดังตารางนี้



## ตารางที่ 2.2

มาตรฐานระดับเสียงที่ได้รับในการทำงานแต่ละวัน (กฎกระทรวง, 2549)

เวลาการทำงานที่ได้รับเสียง (ชั่วโมง/วัน)	ระดับเสียงเฉลี่ยตลอดเวลาการทำงาน (TWA) ไม่เกิน (เดซิเบลเอ <sup>1</sup> )
12	87
8	90
7	91
6	92
5	93
4	95
3	97
2	100
1	105

## (2) เสียงรบกวน

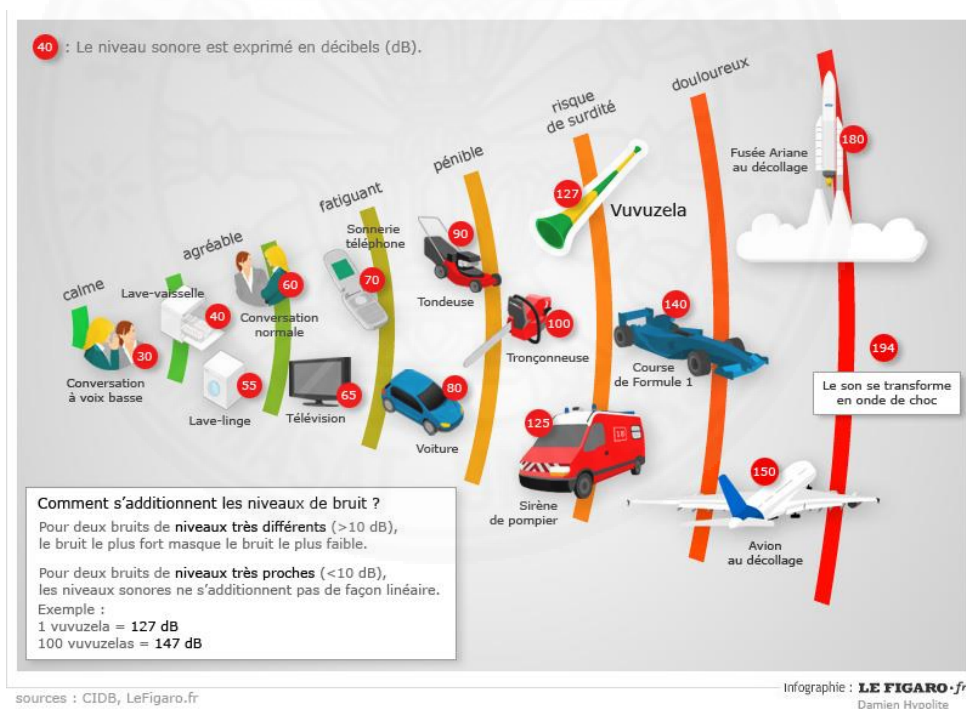
หมายถึง ระดับเสียงที่ผู้ฟังไม่ต้องการจะได้ยินเพราะสามารถกระทบต่ออารมณ์ ความรู้สึกได้แม้จะไม่เกินเกณฑ์ที่เป็นอันตราย แต่ก็ยังเป็นเสียงรบกวนที่มีผลต่อผู้ฟังได้ ภายในสถานที่ที่ต้องการความเงียบสงบและสมาธิ เช่น ภายในห้องสมุด เสียงพูดคุยในระดับปกติที่มีความดังประมาณ 60 เดซิเบลเอ ที่ไม่ถือว่าเป็นเสียงรบกวน เป็นต้น

เดซิเบลเอ<sup>1</sup> dB(A) คือ สเกลของเครื่องวัดเสียงที่สร้างเลียนแบบลักษณะการทำงานของหูมนุษย์ โดยจะกรองเอาความถี่ต่ำ และความถี่สูงของเสียงที่เกินกว่ามนุษย์จะได้ยินออกไป การวัดความดังเสียงมีหน่วยเป็นเดซิเบล (dB) แต่การได้ยินเสียงของมนุษย์ไม่ได้เป็นเส้นตรงตามเสียงที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นเมื่อเดซิเบลเพิ่มเป็น 2 เท่า มนุษย์จะไม่รู้สึกว่าเสียงดังเป็น 2 เท่า แต่เสียงที่ดังขึ้น 10 เท่า จึงจะทำให้มนุษย์รู้สึกว่าเสียงดังขึ้นเป็น 2 เท่า ซึ่งจะแสดงในสเกลของ Logarithmic มีหน่วยวัดเป็นเดซิเบลเอ (dBA) (อาจารย์ลือชัย ทองนิล)

## ตารางที่ 2.3

ตัวอย่างแหล่งกำเนิดเสียง (Brendon Ambrose, 2010)

ระดับเสียง เดซิเบลเอ dB(A)	แหล่งกำเนิดเสียง
30	เสียงกระซิบ
40-50	เสียงพิมพ์ดีด / เครื่องล้างจาน / เครื่องซักผ้า
60	เสียงสนทนาทั่วไป
65-70	เสียงโทรทัศน์ / เสียงจากเครื่องบดกาแฟ / เครื่องปรับอากาศ / โทรศัพท์
80 -90	เสียงจากการจราจร / เครื่องตัดหญ้า
125	เสียงสัญญาณฉุกเฉิน
150	เสียงเครื่องบิน



ภาพที่ 2.5 Vuvuzela Noise Level. (Brendon Ambrose, 2010)

### 2.2.2.2 ประเภทของเสียง

แบ่งตามลักษณะการเกิดเสียงได้ 3 ลักษณะ

(1) **เสียงดังแบบต่อเนื่อง (Continuous noise)** เป็นเสียงดังที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ

- เสียงดังต่อเนื่องแบบคงที่ (Steady-state noise) เป็นลักษณะเสียงดังต่อเนื่องที่มีระดับเสียงเปลี่ยนแปลงไม่เกิน 3 เดซิเบล อย่างเช่น เสียงจากแอร์ เสียงพัดลม เป็นต้น
- เสียงดังต่อเนื่องที่ไม่คงที่ (Non-steady state noise) เป็นลักษณะเสียงดังต่อเนื่องที่มีระดับเสียงเปลี่ยนแปลงเกินกว่า 10 เดซิเบล อย่างเช่น เสียงจากเลื่อยวงเดือน เครื่องเจียร เป็นต้น

(2) **เสียงดังเป็นช่วงๆ (Intermittent noise)** เป็นเสียงที่ดังไม่ต่อเนื่อง มีความเงียบหรือเบากว่าเป็นระยะ ๆ สลับไปมา เช่น เสียงเครื่องถ่ายเอกสาร เสียงจากเครื่องบดกาแฟ เสียงเครื่องปั๊ม/อัดลม เสียงจรวด เป็นต้น

(3) **เสียงดังกระทบ หรือ กระแทก (Impact or Impulse noise)** เป็นเสียงที่เกิดขึ้นและสิ้นสุดอย่างรวดเร็ว ในเวลาน้อยกว่า 1 วินาที มีการเปลี่ยนแปลงของเสียงมากกว่า 40 เดซิเบล เช่น เสียงการตอกเสาเข็ม การปั๊มชิ้นงาน การทุบเคาะอย่างแรง เป็นต้น

หากว่ามนุษย์ได้รับเสียงที่ดังมากเกินไป หรือเป็นเสียงที่เกิดการรบกวนขณะทำงานหรือกิจกรรมใด ๆ ที่มนุษย์ไม่ต้องการได้ยิน อาจก่อให้เกิดความรำคาญหรือมีผลเสียต่อสุขภาพ ก่อให้เกิดเสียงที่เป็นอันตราย องค์การอนามัยโลกกำหนดว่า เสียงที่เป็นอันตราย หมายถึงเสียงที่ดังเกิน 85 เดซิเบลเอ ที่ทุกความถี่ และระดับเสียงที่บุคคลทนรับฟังได้คือ 120 เดซิเบลเอ สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพทางกายและจิตใจได้

- ผลเสียทางด้านจิตใจ ทำให้ตกใจ รำคาญ รบกวนการพักผ่อนและการทำงาน มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน และความปลอดภัยในการทำงาน
- ผลเสียทางด้านร่างกาย ทำให้สูญเสียการได้ยิน ทำให้ปวดแก้วหูในกรณีได้รับเสียงดังมาก

### 2.2.2.3 การแก้ปัญหา

เสียงดังที่เกิดขึ้นนั้น มีวิธีการอยู่ 3 แนวทาง ประกอบด้วย

- (1) การแก้ปัญหาที่แหล่งกำเนิดเสียงโดยตรง (Sources treatment) ไม่  
ว่าจะเป็น การปรับปรุงเครื่องจักรหรือการตัดแปลงอุปกรณ์ก็ตาม
- (2) การแก้ปัญหาที่ทางผ่านของเสียง (Paths treatment) เช่น การทำ  
กำแพงกันเสียง การกรุ่นนวนซับเสียงที่ผนังห้อง การปลูกต้นไม้ริมรั้วเพื่อกรองเสียงจากถนน
- (3) การใช้อุปกรณ์ป้องกันเสียงส่วนบุคคล (Receivers treatment) เช่น  
ให้ผู้สัมผัสเสียงสวมใส่ Earplugs หรือ Earmuff

### 2.2.3 อุณหภูมิ

อุณหภูมิถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้  
ทำงานในด้านภาวะอากาศน่าสบาย (Thermal comfort) เป็นการพิจารณาถึงการควบคุมระดับ  
อุณหภูมิความชื้นภายในอาคารให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการใช้งาน และการสร้าง  
สภาวะอากาศที่น่าสบาย เช่น การควบคุมอุณหภูมิ (Temperature control) เป็นการพิจารณาการ  
ควบคุมระดับอุณหภูมิภายในอาคารให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยมีตัวกำหนดอุณหภูมิของอากาศที่  
คนส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจ โดยที่ไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไปที่ทำให้คนส่วนใหญ่รู้สึกสบาย สภาวะ  
สบายในแต่ละฤดูและแต่ละภูมิภาคก็แตกต่างกันไปในรายละเอียด โดยสภาวะสบายของประเทศไทย  
จะอยู่ที่อุณหภูมิประมาณ 24-27 องศาเซลเซียส และนอกจากนี้แล้วยังมีตัวแปรอื่นๆที่มีผลต่อสภาวะ  
สบายของมนุษย์ เช่น ความชื้นเคยอากาศของแต่ละบุคคล ระดับกิจกรรมที่ทำอยู่ รวมไปถึงเสื้อผ้าที่  
สวมใส่ เป็นต้น

#### 2.2.3.1 การวัดอุณหภูมิของอากาศ

สามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

(1) ใช้ประสาทสัมผัสของร่างกาย โดยทั่วไปอุณหภูมิร่างกายของเรา  
ประมาณ 37 องศาเซลเซียส ถ้าวัดอุณหภูมิของอากาศและสิ่งแวดล้อมสูงกว่าตัวเรา ความร้อนก็จะถูก  
ถ่ายโอนสู่ร่างกายเราทำให้รู้สึกร้อน แต่ถ้าอุณหภูมิลดต่ำกว่าอุณหภูมิของร่างกาย ร่างกายก็  
จะถ่ายโอนความร้อนให้กับอากาศและสิ่งแวดล้อมให้ร่างกายเรารู้สึกเย็น แต่การวัดระดับความร้อน  
หรือความเย็น หรือการวัดอุณหภูมิโดยใช้ประสาทสัมผัสนั้นไม่แน่นอน เพราะความรู้สึกของแต่ละคน  
อาจไม่เหมือนกัน

(2) การใช้เครื่องมือในการวัดอุณหภูมิ เครื่องมือที่ใช้วัดอุณหภูมิเรียกว่า  
เทอร์โมมิเตอร์ (Thermometer) ซึ่งทำมาจากหลอดแก้วสุญญากาศภายในบรรจุของเหลวที่ขยายตัวได้  
ซึ่งได้แก่ปรอท แอลกอฮอล์ กลีเซอริน เป็นต้น

## 2.2.4 กลิ่น

กลิ่น คือ อนุภาคทางเคมีที่กระจายตัวอยู่ในอากาศ เป็นสารชนิดหนึ่งในสภาวะก๊าซที่ไม่สามารถจับตองได้และเห็นรูปของกลิ่นได้ แต่สามารถรับรู้ได้ด้วยจมูกจากการที่มนุษย์หายใจเอาอากาศเข้าไปสัมผัสกับเซลล์ประสาทรับกลิ่น และส่งต่อสัญญาณไปยังสมองให้แปลข้อมูลว่าเป็นกลิ่นอะไร (กฎกระทรวงอุตสาหกรรม, 2548)

### 2.2.4.1 ประเภทของกลิ่น

แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลิ่นกับอารมณ์ ทั้งนี้เพราะประสาทของกลิ่นสามารถถ่ายทอดไปที่สมองได้เร็วกว่าประสาทชนิดอื่น ๆ กระแสประสาทของกลิ่นเคลื่อนที่ถ่ายทอดโดยตรงจากจมูกไปยังสมองบริเวณระบบลิมบิก (Limbic system) ซึ่งเป็นส่วนควบคุมเกี่ยวกับประสบการณ์ทางอารมณ์ (มงคล ตันติสุวิทย์กุล, 2530)

ในการรับรู้กลิ่นนั้น ส่งผลต่อพฤติกรรมหลายๆอย่าง เช่น อาการน้ำลายไหลเมื่อได้กลิ่นของอาหารที่ชอบ การอดจุมูกเพื่อหนีกลิ่นเหม็นที่รุนแรง จึงทำให้มนุษย์สามารถจดจำกลิ่นต่าง ๆ ได้มากมาย และแยกแยะได้ว่าแต่ละกลิ่นเป็นที่มาจากอะไร และส่งผลต่อความสามารถในการเชื่อมโยงความทรงจำของมนุษย์ เพราะประสาทการรับกลิ่นอยู่ใกล้ชิดกับส่วนของสมองที่ทำหน้าที่เก็บรักษาความทรงจำ กลิ่นหอมสามารถเปลี่ยนอารมณ์ของเราได้จากการกระตุ้นความทรงจำของเรา ตัวอย่างเช่น เมื่อเราได้กลิ่นทะเล เราจะรู้สึกสดชื่นและมีความสุข เป็นต้น

โดยผู้วิจัยจะจำแนกประเภทของกลิ่นออกได้ดังนี้

#### (1) กลิ่นเหม็น

หมายถึง กลิ่นที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม หรือพื้นที่ต่าง ๆ ที่ไม่มีการจัดการที่ดี ส่งผลต่อการรับรู้ด้านพฤติกรรมของมนุษย์ ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเมื่อได้รับกลิ่นนั้น สาเหตุของกลิ่นเหม็นเกิดได้จากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ได้แก่

- กลิ่นจากสารเคมีในอากาศ อย่างเช่น กลิ่นควันในอากาศ กลิ่นควันบุหรี่ กลิ่นจากยาฆ่าแมลง กลิ่นจากสารทำความสะอาด เป็นต้น
- กลิ่นเหม็นอับ อย่างเช่น กลิ่นห้องน้ำ กลิ่นถังขยะ กลิ่นจากตู้เก็บรองเท้า กลิ่นจากความชื้นในอากาศ เป็นต้น

#### (2) กลิ่นหอม

หมายถึง กลิ่นที่เกิดจากแหล่งสภาพแวดล้อมที่มีการจัดการที่ดี ส่งผลต่อความพึงพอใจของมนุษย์ในการรับรู้กลิ่นนั้น ซึ่งการได้รับกลิ่นหอมจะส่งผลช่วยให้กล้ามเนื้อมีการผ่อนคลาย มีความสุข และความสบายใจคลายความตึงเครียด กลิ่นหอมอาจนำมาช่วยเพื่อการรักษา

บ้ำบัต คลายความกังวลใจ ความเหนื่อยล้า อาการนอนไม่หลับ อาการปวดหัวแบบไมเกรน หรือโรค ซึมเศร้าได้ ที่มาของกลิ่นหอมเกิดได้จากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ได้แก่

- กลิ่นจากอากาศที่บริสุทธิ์ อย่างเช่น การที่อากาศถ่ายเทสะดวกไม่เหม็นอับจากความชื้น เป็นต้น
- กลิ่นจากธรรมชาติ อย่างเช่น กลิ่นจากผลไม้ กลิ่นจากดอกไม้ กลิ่นจากสมุนไพร เป็นต้น
- กลิ่นจากสารเคมี อย่างเช่น สเปรย์ปรับอากาศ กลิ่นน้ำหอม เป็นต้น

#### 2.2.4.2 การจัดการคุณภาพอากาศภายในอาคาร

ในการจัดการคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Indoor air quality) ให้มีคุณภาพดีอยู่ในภาวะที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย และไม่ก่อให้เกิดผลเสียทางร่างกาย และจิตใจของผู้ใช้งานอาคารถือเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะส่วนใหญ่การใช้เวลาอยู่ในอาคารที่ปิดสนิท หรือมีการหมุนเวียนอากาศที่เบาบาง ทำให้ผู้ใช้งานอาคารมีอาการผิดปกติหรือเจ็บป่วย ด้วยโรคที่มีสาเหตุมาจาก ภาวะมลพิษทางอากาศภายในอาคาร (Indoor air pollution) เป็นภาวะที่อากาศภายในอาคารที่มีสิ่งเจือปนอยู่ จากการรับเอามลพิษในปริมาณ และระยะเวลาที่นานพอสมควร อาจทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์จากสิ่งแวดล้อมบริเวณนั้น ๆ (กัญญา ม่วงแก้ว, 2559)

วิธีการลดความเข้มข้นของกลิ่น ในอากาศ โดยทั่วไปมีอยู่ 3 วิธี

(1) **การจัดการแหล่งกำเนิด** ได้แก่ การกำจัด การแทนที่ และการปิดแหล่งกำเนิดนั้น ซึ่งวิธีการเหล่านี้เป็นวิธีการควบคุมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

(2) **การควบคุมทางวิศวกรรม** ได้แก่ การระบายอากาศ ช่วยกระจายอากาศจากภายนอกเข้ามาให้เพียงพอต่อการระบายอากาศที่เหมาะสม ช่วยเจือจางและกำจัดกลิ่นสารปนเปื้อนอื่นๆ การพอกอากาศ เป็นการช่วยหมุนเวียนอากาศภายในอาคาร จากสิ่งสกปรกในอากาศที่มาจากการสะสม หรือการทำความสะอาดไม่ทั่วถึง

(3) **การควบคุมด้านการบริหาร** ได้แก่ การขจัด ควบคุม และการลด โดยการควบคุมตำแหน่งการวางของเครื่องถ่ายเอกสารและเครื่องพิมพ์ ที่เป็นแหล่งเกิดสารเคมีและกลิ่น การรักษาความสะอาดแหล่งการเกิดฝุ่นอย่างสม่ำเสมอ การจัดวางตำแหน่งพื้นที่รับประทานอาหารให้เป็นสัดส่วน การวางพื้นที่ในการจัดเก็บขยะ การควบคุมรักษาอากาศให้ปลอดจากกลิ่นและฝุ่นอย่างเหมาะสม เป็นต้น

### 2.2.5 การปรับใช้งานของพื้นที่ทำงาน

ลักษณะสำคัญของโคเวิร์คกิ้งสเปซ คือการเป็นคอมมิวนิตีที่มีการเข้าถึงระหว่างกันจากการแชร์ประสบการณ์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิด หรือแม้กระทั่งการแบ่งปันพื้นที่ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น การอยู่เป็นคอมมิวนิตีของโคเวิร์คกิ้งสเปซ คือความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคนหรือสังคมนั้น ๆ จากการทำความรู้จักพูดคุยและการแบ่งปันกันขณะทำงานร่วมกันกับผู้อื่น

การออกแบบพื้นที่ให้มีความยืดหยุ่นในการปรับใช้งาน เพื่อรองรับกับความต้องการในการทำงานและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ใช้งานกับพื้นที่การทำงานยุคใหม่ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญของโคเวิร์คกิ้งสเปซ มีทั้งหมด 5 รูปแบบภาวะ (Wurkon and Baramizi Lab, 2016) ได้แก่

**(1) Stimulate** คือ ภาวะที่ต้องการค้นหาไอเดียใหม่ ๆ หรือภาวะที่ต้องการกระตุ้นความคิดเพื่อหาวิธีแก้ปัญหา หาทางที่ดีที่สุดในการตอบโจทยงาน เป็นภาวะที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ มักจะเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การสนทนาพูดคุยสัพเพเหระกับเพื่อนร่วมงาน การขยับเขยื้อนเคลื่อนไหวเปลี่ยนอิริยาบถ การพบปะพูดคุยกันของคนในองค์กรยามเช้าก่อนเข้าทำงาน การประชุมวางแผนงานแบบระยะสั้นสบาย ๆ ที่ไม่เป็นทางการ เพื่ออัปเดตข่าวสารหรือสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน หรือแม้กระทั่งการถูกล้อมเกล้าด้วยบรรยากาศรอบข้าง ก็ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสภาวะกระตุ้น อีกทั้งยังเสริมสร้างความสามัคคีและก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีมอันจะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

**(2) Focus** คือ ภาวะการทำงานที่มีการครุ่นคิด ไตร่ตรอง จดจ่อมุ่งความสนใจกับงานหรือการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะ เป็นภาวะซึ่งปราศจากการรบกวนหรือการขัดสมาธิในการทำงาน ได้แก่ ห้องทำงานส่วนตัว หรือการมีที่กันสายตาระหว่างโต๊ะทำงาน ฯลฯ เพราะในแต่ละวันของการทำงานหรือแม้แต่ในชีวิตประจำวัน เราหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามามากมาย สิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยให้การแก้ไขปัญหาเหล่านั้นลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ล้วนเริ่มต้นจากการมีสมาธิ การที่เราได้คิดได้จดจ่อกับการแก้ปัญหา ดังนั้นหากเรามีพื้นที่เพื่อตอบสนองการทำงานที่ก่อให้เกิดสภาวะจดจ่อแล้ว ไม่ว่าจะปัญหาจะมาในรูปแบบใด เราก็พร้อมที่จะรับมือกับมันและวางแผนแก้ไขมันได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

**(3) Collaboration** คือ ภาวะการทำงานที่ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นหรือการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างสรรค์งานให้สำเร็จบรรลุเป้าหมายงานร่วมกัน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีทั้งรูปแบบการจัดมุมเพื่อเปิดโอกาสให้ขีดเขียน สภาวะร่วมมือนี้มีประโยชน์ 3 ประการ คือ

- ส่งเสริมความเป็น Teamwork ในการ Collaboration คือการทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ตาม สิ่งที่ได้รับนอกเหนือจากการทำงานที่มีประสิทธิภาพ



แล้ว การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานกันก็มีโอกาสเกิดขึ้นด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ทีมงานเกิดความสามัคคี เปิดใจรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันมากยิ่งขึ้น ทำให้บรรยากาศของการทำงานร่วมกันราบรื่นยิ่งขึ้น

- เกิดการสื่อสารร่วมกัน หรือ Communication การนำเสนอข้อมูลหรือแบ่งปันเรื่องราวให้บุคคลหลากหลาย นับเป็นการฝึกการเรียบเรียงและสื่อสารข้อมูลได้อย่างดี เพราะการจัดการกับข้อมูลที่ดีไม่ได้เป็นเพียงแค่ลงมือเรียบเรียงคำพูดหรือตัวอักษร ถ้าหากขาดการสื่อสารหรือพูดคุย แบ่งปันความคิดร่วมกัน ผลลัพธ์งานที่ออกมาอาจไม่สมบูรณ์แบบอย่างที่ต้องการก็เป็นได้
- Innovation นวัตกรรมที่เกิดจากการต่อยอดความคิดร่วมกัน บางครั้งนวัตกรรมไม่สามารถเกิดขึ้นได้เพียงลำพัง เพราะการได้มาซึ่งผลงานที่มีประสิทธิภาพนั้น บ่อยครั้งเกิดขึ้นจากการทำงานเป็นทีม การได้แบ่งปันความรู้และไอเดียร่วมกันกับผู้อื่น ก่อให้เกิดการต่อยอดทางความคิด พัฒนาเป็นแนวทางแก้ปัญหาหรือจุดเริ่มต้นในสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่คาดไม่ถึงขึ้นมาได้ จะเห็นว่าองค์กรระดับโลกที่สร้างสรรค์นวัตกรรมนั้น โดยมากมักให้ความสำคัญของการร่วมกันทำงานเป็นทีมทั้งสิ้น

จากประโยชน์ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมา ทำให้เห็นว่าการ Collaboration นั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและให้ผลลัพธ์ที่ดีต่อตัวงาน หากแต่สามารถพัฒนาศักยภาพให้กับคนทำงานและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานอื่น ๆ ได้เช่นเดียวกัน

**(4) Play** คือ ภาวะที่เอื้อให้เกิดการผ่อนคลายจากการทำงาน เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่โล่งสำหรับทำกิจกรรมร่วมกัน จนไปถึงพื้นที่ออกกำลังกาย หรืออุปกรณ์เกม ฯลฯ ตัวอย่างการออกแบบสำนักงานระดับโลก อาทิเช่น บริษัท Lego ผู้ออกแบบและผลิตของเล่นตัวต่อที่มีชื่อเสียงระดับโลกจากเดนมาร์ก ได้ออกแบบสำนักงานใหญ่ในเมืองบิลลูนด์ ประเทศเดนมาร์ก ที่ตกแต่งบรรยากาศด้วยตุ๊กตาตัวต่อ Lego ทั้งบริเวณพื้นที่ทำงานและบริเวณโดยรอบ รวมไปถึงการใช้ต้นไม้มาช่วยสร้างความผ่อนคลาย และที่น่าสนใจคือการออกแบบให้มีท่อนขนาดใหญ่ที่เป็นที่เล่นสไลด์ที่เราเล่นกันสมัยเด็ก ๆ ติดตั้งบริเวณพื้นที่ทำงาน ให้พนักงานสามารถสไลด์จากชั้น 2 ลงมาชั้น 1 เพื่อสร้างความรู้สึกละเอียดใหม่และลดความจำเจน่าเบื่อในวันทำงานได้

นอกจากที่กล่าวมา ยังมีอีกหลายองค์กรที่สร้างพื้นที่สำหรับสภาวะเล่นสนุกได้อย่างน่าสนใจ ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เริ่มตั้งแต่พื้นที่โล่ง ๆ ให้สามารถจัดกิจกรรม



ร่วมกัน ไปจนถึงออกแบบให้มีอุปกรณ์หรือเครื่องเล่นให้พนักงานเข้ามาเล่นและใช้งาน เสมือนดั่งให้หลุดออกจากพื้นที่ทำงานโดยสิ้นเชิง เพราะสภาวะเล่นสนุกนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานให้ผ่อนคลาย และในขณะเดียวกันก็สามารถช่วยสร้างสภาพจิตใจผู้ร่วมทำงานให้มีความสุขมากยิ่งขึ้น เพราะได้พักผ่อนคลายจากความตึงเครียด ลดความจริงจังจากการทำงาน และช่วยสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานอื่น ๆ จากการทำกิจกรรมร่วมกันได้อีกด้วย

**(5) Learn** คือ ภาวะที่เกิดการเรียนรู้ การตกผลึกทางความคิดหลังจากการปฏิบัติงาน หรือภาวะที่เกิดการถ่ายทอดความรู้จากผู้มีประสบการณ์ สามารถสร้างได้ด้วยรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การสะท้อนทางความคิด (Reflect) การค้นคว้า (Search) การสอบถาม (Ask) การให้คำปรึกษา (Mentoring) การสอน (Teaching) และการฝึกอบรม (Training) พื้นที่สำหรับกิจกรรมในสภาวะนี้ ควรมีลักษณะเป็นพื้นที่เฉพาะหรือแยกออกจากพื้นที่ภายนอก เพราะเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้สมาธิและความตั้งใจ ซึ่งสภาวะนี้สามารถเกิดขึ้นได้กับคนคนเดียวไปถึงกลุ่มขนาดใหญ่ สามารถสร้างขึ้นได้ในรูปแบบของห้องสมุด ที่รวบรวมหนังสือที่ให้ความรู้ในการทำงานหรือเอกสารงานต่าง ๆ มีโต๊ะเก้าอี้ขนาดพอเหมาะเพื่อการนั่งทำงานในระยะสั้น หรือแม้แต่ห้องอบรมสัมมนาที่เหมาะสมกับการเรียนการสอนสำหรับพนักงานจำนวนมาก

สิ่งที่เป็นหัวใจหลักของภาวะการเรียนรู้ คือการเรียนรู้และทบทวน เพราะการทำงานที่ดีนั้น ไม่ได้ต้องการเพียงแค่ผลลัพธ์ของงาน แต่เราต้องการเรียนรู้การทำงาน เพื่อนำประสบการณ์ และบทเรียนในการทำงานที่ดีมาช่วยลดการเกิดข้อผิดพลาดในอนาคต

## 2.2.6 เทคโนโลยี และอุปกรณ์ในการทำงาน

เทคโนโลยีและอุปกรณ์ในการทำงาน นับเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการทำงาน การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงานนั้น สามารถสอดคล้องกับพฤติกรรมในการทำงานและสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น ทั้งยังทำให้ผู้ใช้บริการสามารถทำงานบรรลุได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งเทคโนโลยีและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์นั้นมีบทบาทสำคัญต่อการทำงาน วิถีชีวิต และสังคมปัจจุบันอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสรุปหัวข้อในการศึกษา ดังนี้

### 2.2.6.1 เทคโนโลยี

เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การรับ/ส่งข้อมูลจากระยะไกล เป็นการส่งของข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์หรือเครื่องมือที่อยู่ห่างไกลกัน ซึ่งจะช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลหรือสารสนเทศไปยังผู้ใช้ในแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน และทันการณ์ ประกอบด้วย

### (1) อินเทอร์เน็ต (Internet)

คือ เครือข่ายนานาชาติ ที่เกิดจากเครือข่ายขนาดเล็กจำนวนมากมา รวมกันเป็นเครือข่ายเดียวทั้งโลก หรือ “เครือข่ายสื่อสาร” ซึ่งจะเชื่อมโยงผ่านคอมพิวเตอร์โดยการ เชื่อมต่อกันระหว่างเครือข่าย IP (Internet protocol) Address ในระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ แต่ละเครื่องจะมี IP Address ประจำเครื่องที่ไม่ซ้ำกันและจะถูกเชื่อมต่อกันด้วย Router ในการขอ เชื่อมต่อระบบเครือข่ายผ่านผู้ให้บริการจะเสียค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่อตามความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ ต้องการ เช่น ความเร็ว 2 Mbps (Mbps หรือ Mbit/s ย่อมาจาก Megabit per second คือ หน่วยที่ ใช้วัดอัตราความเร็วในการส่งหรือรับข้อมูลต่อ 1 วินาที)

### (2) การจัดเก็บข้อมูล (Cloud storage)

ข้อมูลการจัดเก็บในหน่วยความจำ หรือ ระบบคลาวด์ คือ เทคโนโลยี Cloud computing ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตออนไลน์มากยิ่งขึ้น ก้อนเมฆที่พูดถึงก็คือแหล่งจัดเก็บ ข้อมูลขนาดใหญ่ ในการจัดเก็บไฟล์ไว้กับระบบคลาวด์ เราสามารถจัดการไฟล์ต่าง ๆ ได้เหมือนการ จัดการไฟล์ในคอมพิวเตอร์

#### 2.2.6.2 อุปกรณ์ในการทำงาน

การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ได้ เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว เห็นได้จากสิ่งของอุปกรณ์ต่างๆที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้กระบวนการ ทำงานมีประสิทธิภาพขึ้น ถือได้ว่าเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในการทำงานของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ นอกเหนือจากคอมพิวเตอร์ (Computer) ที่เป็นอุปกรณ์หลักในการทำงานแล้ว ยังมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงานอื่นอีกมากมาย ได้แก่

#### (1) จอโปรเจคเตอร์ / กระดานไวท์บอร์ด

จอโปรเจคเตอร์ (Projector screen) เป็นอุปกรณ์สำหรับฉายภาพ ใช้ เพื่อการนำเสนอภาพ เช่น ใช้ในการประชุมเพื่อนำเสนอผลงาน ใช้ในการบรรยายในห้องเรียน หรือใช้ สำหรับฉายภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง เป็นต้น

กระดานไวท์บอร์ด (White board) เป็นกระดานเขียนเหมาะสำหรับการ ระดมความคิดในการประชุมงาน ในปัจจุบันอาจมีคุณสมบัติพิเศษ ที่สามารถใช้เป็นจอโปรเจคเตอร์ ได้ด้วย โดยที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายติดตั้งจอโปรเจคเตอร์เพิ่มอีก

#### (2) เครื่องถ่ายเอกสาร / เครื่องปริ้นเตอร์

เครื่องถ่ายเอกสาร (Copying machine/Photocopie) เป็นอุปกรณ์ สำนักงานอย่างหนึ่งที่ใช้ในการสำเนาเอกสาร โดยการให้ความร้อนหรือไฟฟ้าสถิต ในการอ่านต้นฉบับ และพิมพ์เอกสารอีกฉบับออกมา

เครื่องปริ้นเตอร์ (Printer) เป็นอุปกรณ์ต่อพ่วงกับคอมพิวเตอร์ ใช้เพื่อพิมพ์เอกสารหรือกราฟิกรูปภาพ ที่อยู่ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ออกมาทางกายภาพ เช่น กระดาษ แผ่นใส ฯลฯ

เครื่องมัลติฟังก์ชัน (Multifunction) เป็นเครื่องใช้สำนักงานที่ได้รับการพัฒนามาจากการจากการรวมเอาความสามารถของเครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องสแกน และเครื่องโทรสารมาไว้ในเครื่องเดียวกัน

### (3) เครื่องใช้สำนักงาน หรือ วัสดุสำนักงาน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

วัสดุโดยสภาพ คือ สิ่งของหรืออุปกรณ์สำนักงานซึ่งเมื่อใช้แล้วย่อมหมดไป ได้แก่ กระดาษ ดินสอ ปากกา ปากกาเคมี กระดาษกาว ลวดเย็บกระดาษ แฟ้มเอกสาร ของใช้ทั่วไป น้ำยาลบคำผิด ยางลบ ซองเอกสาร เป็นต้น

วัสดุคงทนถาวร คือ สิ่งของหรืออุปกรณ์สำนักงานที่มีอายุการใช้งานนาน ลักษณะคงทนถาวร ได้แก่ ที่เย็บกระดาษ คัตเตอร์ กรรไกร เครื่องคิดเลข ที่เจาะกระดาษ เป็นต้น

### (4) เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน

ได้แก่ โต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน ชุดโต๊ะประชุมและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ชุดรับแขก ชุดโซฟา พนักงันห้องชั้นวางของ และตู้เก็บของต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพที่ 2.6 เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Furniture Office)

## 2.2.7 การจัดภูมิทัศน์ และการตกแต่งภายใน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาไปที่การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคารที่มีต่อภูมิทัศน์ภายในพื้นที่การทำงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเรื่องของการจัดภูมิทัศน์ภายนอก (Landscaping) และการตกแต่งภายใน (Interior) ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการทำงาน ทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียด ส่งเสริมไอเดียความคิดและสร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน เกิดความสุขทั้งทางกายและทางจิตใจแก่ผู้ใช้งานอาคาร

### 2.2.7.1 การจัดภูมิทัศน์ (Landscaping)

หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร ให้มีประโยชน์ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ มีความร่มรื่นและสวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อนหรือทำกิจกรรม โดยการออกแบบจะเน้นไปที่การจัดพื้นที่และการจัดสวน ให้มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ และเอื้อประโยชน์ต่อกิจกรรมต่าง ๆ

### 2.2.7.2 การตกแต่งภายใน (Interior)

หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมภายในอาคาร ให้มีประโยชน์ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม โดยอาศัยเหตุผลทางพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีหลักการออกแบบเบื้องต้น ดังนี้ (วัฒน์ จุฑะวิภาต, 2556)

#### (1) ด้านประโยชน์ใช้สอยพื้นที่

การออกแบบจัดการพื้นที่ภายในให้มีความเหมาะสมในการใช้งานและสอดคล้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การเลือกเก้าอี้ตัวที่มีรูปแบบและสีที่สวยงาม แต่เมื่อลองนั่งแล้วปรากฏว่ามีอาการเจ็บหลังและทรงตัวไม่ดี แสดงว่าเก้าอี้ตัวนี้ไม่ประสบความสำเร็จในการเลือกใช้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อจิตใจของผู้ใช้งาน

#### (2) ด้านความงามของรูปแบบ

เป็นองค์ประกอบที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน ในด้านความสวยงาม ความทันสมัย ความมีรสนิยม และกลมกลืนกับบรรยากาศ

#### (3) ด้านการจัดวาง

การวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ตามหน้าที่ของการใช้สอย ให้เกิดความเรียบร้อยสวยงามดูเป็นระเบียบ และสะดวกสบายในการหยิบใช้งาน



ภาพที่ 2.7 การจัดวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ตามหน้าที่ของการใช้สอย (ASCOT)

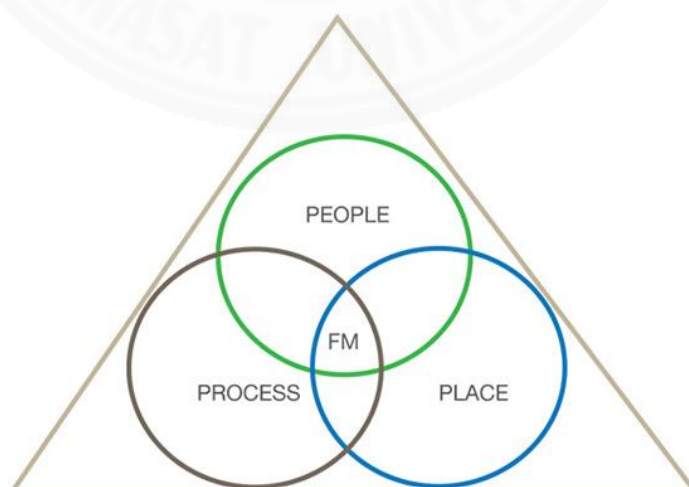
## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร (Facility management)

### 2.3.1 หลักการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร (Facility management)

Facility management (FM) หมายถึง การบริหารจัดการสิ่งที่เป็นกายภาพในเชิงธุรกิจที่มุ่งเน้นให้มีการใช้ และบริหารจัดการอาคารที่ระบบประกอบอาคาร สถานที่ พื้นที่ รวมถึงองค์ประกอบอื่นที่มีสถานะเป็นกายภาพ ให้เกิดประโยชน์และส่งผลตอบแทนแก่องค์กรในฐานะที่เป็นทรัพยากรสำคัญ หรือที่เรียกว่า “ทรัพยากรอาคาร” เช่นเดียวกับทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรเงิน (เสริชย์ โชติพานิช, 2553)

โดยหลักการพื้นฐานในการปฏิบัติงานของการบริหารทรัพยากรอาคาร คือ การบริหารจัดการ และการใช้ทรัพยากรกายภาพ ซึ่งได้แก่ อาคารสถานที่ รวมทั้งพื้นที่อาคารทั้งภายในและภายนอก มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานที่การสร้างการรักษาประสิทธิภาพการทำงาน และความสามารถในการรองรับการใช้งานที่เหมาะสมคุ้มค่า รวมทั้งการเป็นส่วนสำคัญของการเพิ่มขึ้นของผลผลิตการทำงานของพนักงาน และผลสัมฤทธิ์ของผู้ใช้งานอาคารนั้น

แนวคิดการบริหารทรัพยากรอาคารนี้ เป็นแนวคิดเชิงบริหารจัดการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับอาคารสถานที่ รวมทั้งแนวคิดพื้นฐานที่บริหารจัดการให้ทรัพยากรอาคาร (Place) ทำหน้าที่สนองตอบและสนับสนุนกิจกรรมการทำงาน (Process) รวมถึงคนใช้งาน (People) เพื่อตอบสนองในด้านการทำงาน และตอบรับกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นของผู้ใช้อาคาร ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นที่การบริหารจัดการการดูแลรักษา และงานบริการอย่างมีประสิทธิภาพตลอดเวลา



ภาพที่ 2.8 แนวคิดการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร (เสริชย์ โชติพานิช, 2547)

ในการบริหารจัดการทรัพยากรอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ยังต้องอาศัยทฤษฎี และความรู้ด้านการจัดการยุคใหม่มาใช้ในกระบวนการวางแผน การจัดสรรทรัพยากรอาคาร และตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้อาคารสถานที่ของโคเวิร์คกิ้งสเปซตอบสนองต่อความต้องการใช้งาน และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการหรือผู้ใช้อาคาร อันจะส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรเป็นสำคัญ โดยมีระบบกำกับดูแลและตรวจสอบ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรอาคารเกิดประโยชน์สูงสุด

### 2.3.2 ระบบกายภาพ (Facility)

งานบริหารทรัพยากรอาคาร (Facility management) เป็นเรื่องที่ต้องทำเป็นประจำ เนื่องจากแทบจะทุกองค์กรหรือหน่วยงาน ที่มีระบบกายภาพ (Place/Facility) อยู่ในความครอบครอง ต้องมีวิธีการบริหารจัดการให้สามารถทำงานตอบสนอง และรองรับต่อความต้องการการใช้งานของผู้ใช้อาคาร ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่าต่อการใช้งานครบถ้วน Facility เป็นแก่นกลางของการบริหารทรัพยากรอาคาร ความเข้าใจในนิยามความหมายและคุณสมบัติของ Facility จึงเป็นเรื่องพื้นฐานสำคัญเบื้องต้น ซึ่งส่งผลต่อแนวทาง ขอบเขต และการกำหนดวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานที่จะตามมา

นิยามและความหมายของ “Facility” หมายถึง เป็นสิ่งปลูกสร้างเพื่อตอบสนองการใช้งานเฉพาะการณ หรือเพื่อให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเป็นคำที่กำหนดขึ้นเมื่อคริสต์ศตวรรษที่ 16 ที่อาจมีรากศัพท์มาจากคำในภาษาฝรั่งเศส “Facilité” หรือในภาษาละติน “Facilitas” (Facility Perspective, 2007) สิ่งที่น่าสนใจของนิยามนี้ คือ วัตถุประสงค์ในการมีและการทำหน้าที่ของ Facility แต่คำจำกัดความของ Longman (2003) แสดงให้เห็นว่า Facility ไม่จำเป็นต้องหมายความถึงแต่สิ่งที่เป็นสิ่งปลูกสร้างหรือที่เป็นกายภาพเท่านั้น ยังอาจหมายถึงสิ่งที่เป็น การบริการได้อีกด้วย

จากคำจำกัดความข้างต้น เห็นได้ว่า ความหมายของ Facility นั้นอาจแตกต่างกันในเรื่องของรายละเอียดตามแต่บริบท ซึ่งหมายความครอบคลุมตั้งแต่ส่วนที่เป็นสิ่งปลูกสร้าง หรือที่เป็นกายภาพ เช่น อาคาร พื้นที่ทำงาน ระบบประกอบอาคาร ระบบสาธารณูปโภค ไปจนถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของเมือง และส่วนที่เป็นการปฏิบัติงานหรือการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับส่วนกายภาพให้สามารถใช้งานได้



แต่บริบทของ “Facility” ในวิจัยนี้ หมายถึง พื้นที่ในการทำงาน สถานที่ และ บริเวณโดยรอบ อุปกรณ์ในการทำงานต่างๆ รวมทั้งงานบริการสนับสนุนที่เกิดขึ้นภายในธุรกิจพื้นที่การทำงานร่วมกัน หรือ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่เป็นธุรกิจบริการสำหรับการทำงานร่วมกันที่ช่วยอำนวยความสะดวกส่งเสริมให้การทำงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยรวมแล้วเรียกว่า “ระบบกายภาพของพื้นที่การทำงาน” โดยพื้นฐานแล้ว Facility ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ

### 2.3.2.1 ทรัพยากรอาคาร (Physical resource)

หมายถึง ส่วนที่เป็นปัจจัยกายภาพทั้งหมด ทั้งสิ่งก่อสร้างและวัตถุที่ประกอบรวมกันขึ้นเป็นสถานที่ จัดขึ้นไว้เพื่อรองรับกิจกรรม และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานหนึ่ง โดยทั่วไปแล้วประกอบด้วย

- อาคาร / พื้นที่อาคาร
- ระบบประกอบอาคาร ระบบปรับอากาศ และระบบระบายอากาศ
- ระบบไฟฟ้า ระบบลิฟท์ และระบบสื่อสาร
- ระบบสุขาภิบาล
- ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบป้องกันอัคคีภัย และระบบดับเพลิง
- พื้นที่โดยรอบ ภูมิทัศน์ และสวน
- เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ภายในอาคาร
- ฯลฯ

### 2.3.2.2 งานปฏิบัติการ/บริการ (Support services)

หมายถึง กิจกรรมที่ให้บริการเพื่อรองรับการทำงาน และการใช้อาคาร เพื่อให้อาคารสามารถใช้งานได้ ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวก ปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี เมื่อเข้าใช้อาคาร อาจแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- งานดูแลรักษาอาคาร (Operations & Maintenance services)
- งานบริการอาคาร (Building use services)
- งานบริการเฉพาะ (Customized services)



ภาพที่ 2.9 แสดงองค์ประกอบของทรัพยากรอาคาร และ งานปฏิบัติการ/บริการ (เสริชย์ โชติพานิช, 2547)

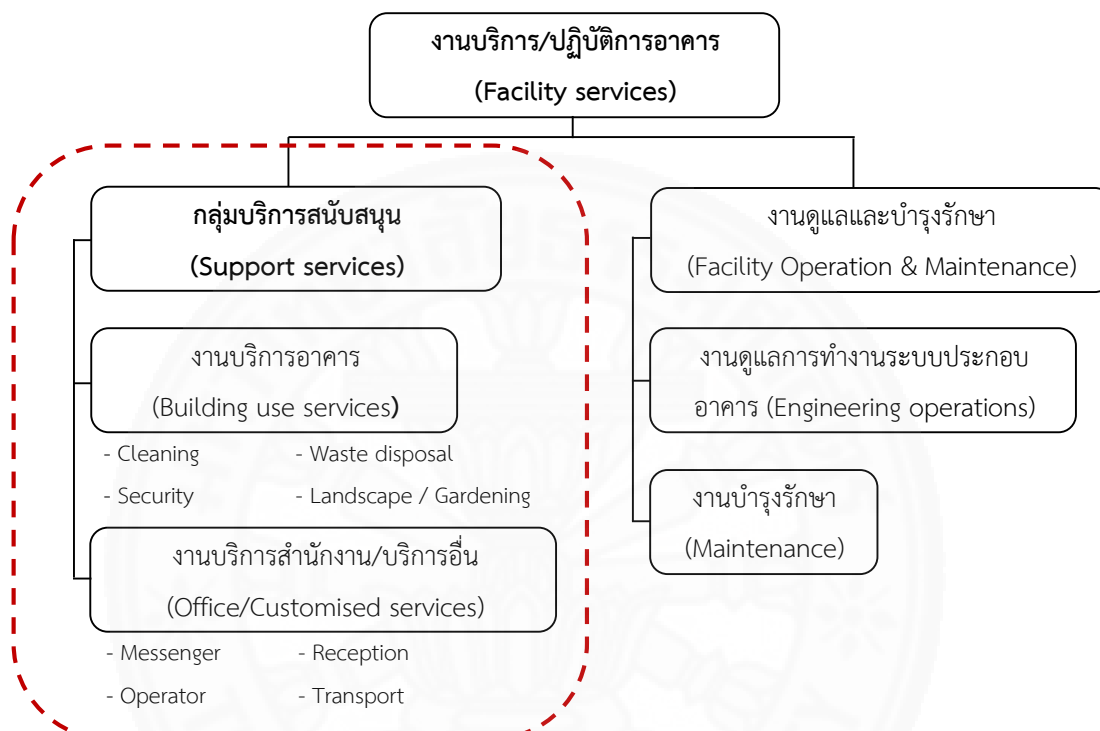
### 2.3.3 งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (Facility services)

ถึงแม้ว่า ตัวอาคารและระบบประกอบอาคาร นั้นเป็นองค์ประกอบของการทำงานในทุกองค์กร แต่การใช้อาคารย่อมเป็นไปได้เลยหรือเป็นไปได้ยากลำบาก หากขาดการปฏิบัติงานบริหารทรัพยากรอาคาร ที่ให้อาคารนั้นอยู่ในสภาพเหมาะสมและพร้อมใช้งาน ระบบอาคารที่พร้อมใช้งานนั้น ต้องไม่ติดขัดทั้งสภาพภายในและภายนอกอาคาร และสนองความต้องการของผู้ใช้งานอาคาร

งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร (Facility services) หมายถึง กิจกรรมการบริการและปฏิบัติงานต่างๆ ภายในอาคาร ที่มารองรับการใช้งานของผู้ใช้อาคาร และทำให้อาคารสามารถใช้งานได้ โดยทำให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวกปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี เมื่อเข้าใช้อาคาร ประเภทของงานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร อาจจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มงานบริการสนับสนุน (Support services) งานดูแลและบำรุงรักษา (Facility Operation & Maintenance)



ในการศึกษาเกี่ยวกับ กลุ่มงานบริการสนับสนุน (Support services) ที่เกิดขึ้นภายในธุรกิจพื้นที่การทำงานร่วมกัน หรือ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ให้อยู่ในสภาพเหมาะสมและพร้อมใช้งาน และสนองความต้องการของผู้ใช้งานตลอดเวลา โดยการศึกษาถึงการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีในแง่ของกายภาพของอาคารและกลุ่มงานบริการสนับสนุน ดังนี้



ภาพที่ 2.10 แสดงขอบเขตการศึกษาเรื่อง กลุ่มงานบริการสนับสนุน (Support services) จากประเภทงานบริการปฏิบัติการอาคาร (เสรีชัย โชติพานิช, 2547)

### 2.3.3.1 กลุ่มบริการสนับสนุน (Support services)

ประกอบด้วยงานบริการ ดังนี้

#### (1) งานบริการอาคาร (Building use services)

เป็นบริการขั้นพื้นฐานที่อาคารจัดดำเนินการ เพื่อให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะอาด และปลอดภัย ประเภทของงานบริการระดับพื้นฐานที่พบได้ทุกอาคาร ได้แก่

- การรักษาความสะอาด (Cleaning) การปฏิบัติงานดูแลทำความสะอาดพื้นที่และอาคารให้ปราศจากสิ่งสกปรก เป็นส่วนหนึ่งของการบำรุงรักษาให้อาคารอยู่ในสภาพที่ดีครอบคลุม การดำเนินการงานรักษาความสะอาด มีทั้งปฏิบัติงานประจำวัน ประจำสัปดาห์ ประจำเดือน หรือตามแผนงานที่องค์กรกำหนดไว้

- การรักษาความปลอดภัย (Security) การจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทำหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของผู้ใช้อาคาร และอาคาร หรือแม้กระทั่งระบบควบคุมการดูแลรักษาความปลอดภัยอื่น ๆ

- การกำจัดแมลงและสัตว์รบกวน และควบคุมโรคสัตว์ (Pest control) การป้องกันและกำจัดสัตว์ที่สร้างความรำคาญ และอาจนำโรคมายังผู้ใช้อาคาร เน้นไปที่การกำจัดปลวก หนู แมลงสาบ ยุงและแมลงอื่น ๆ ภายในพื้นที่อาคาร ในบางสถานที่ยังหมายรวมถึงการควบคุมโรคสัตว์ หรือการป้องกันไม่ให้สัตว์โดยรอบพื้นที่ เป็นโรคที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้อาคาร

- การกำจัดขยะ การหมุนเวียนสิ่งของเหลือใช้ (Waste disposal) การคัดแยกขยะและสิ่งของเหลือใช้ เพื่อนำกลับมาใช้ โดยการจัดหาผู้มาดำเนินการเก็บขยะ

- การดูแลรักษาสวนและพื้นที่โดยรอบ (Landscape maintenance/ Gardening) การปฏิบัติงานด้านดูแลรักษาสวนและพื้นที่โดยรอบนั้น มีภาระงานที่ครอบคลุมไปถึงการจัดสวน การออกแบบสวน การดูแลรักษา การตกแต่งดูแลบำรุงรักษาต้นไม้ และการกำจัดแมลงและวัชพืช

## (2) งานบริการสำนักงานและบริการอื่น (Office/Customised services)

เป็นอีกหมวดหนึ่งของงานบริการสนับสนุน เป็นบริการสนับสนุนการทำงานขององค์กรผู้ใช้อาคาร ได้แก่

- บริการรับส่งเอกสาร (Mail and messenger service)
- บริการแม่บ้านสำนักงาน (Office housekeeping)
- บริการต้อนรับและประชาสัมพันธ์ (Reception)
- บริการรับต่อโทรศัพท์ (Operator)
- บริการขนย้ายสำนักงาน (Churn service/Porterage)
- บริการจองห้อง และบริการจองห้องประชุม
- บริการจัดทำและสำเนาเอกสาร (Reprographics)
- บริการจัดเก็บเอกสาร (Records management)
- บริการขนส่งพนักงาน
- ฯลฯ

## 2.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

### 2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction)

มีนิยามความหมายของนักวิชาการ กล่าวความหมายของความพึงพอใจไว้มากมาย Boone & Kurtz (1998) อธิบายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลลัพธ์จากการใช้สินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า และ Hill & Alexander (2000) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า คือการวัดการทำงานโดยรวมของสินค้าหรือบริการ จากความต้องการของลูกค้า

Schmitt (2003) อธิบายถึง ความพึงพอใจ ว่าเป็นมุมมองที่มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบคุณประโยชน์ ในความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ หากสินค้าหรือบริการให้คุณประโยชน์ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่หากคุณประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการให้คุณประโยชน์ที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการนั้น

อีกหนึ่งนิยามของ Solomon (2013) ที่กล่าวถึง ความพึงพอใจ ว่าเกิดจากความรู้สึกโดยรวมที่ผู้บริโภคมีเกี่ยวกับสินค้า ภายหลังจากซื้อสินค้าหรือหลังจากการรับบริการ

สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003) ที่อธิบายถึงเกี่ยวกับ ความพึงพอใจว่า โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับความสุขหรือความผิดหวัง ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง (Expectation) ในผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการหรือประสบการณ์ (Experience) ที่เคยได้รับมา ถ้าหากการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการนั้นพอดีกับความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และในด้านการศึกษาความพึงพอใจในการรับบริการพื้นที่การทำงานร่วมกัน Pestalozzi (2014) ได้กล่าวถึงการเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้บริการกับความสัมพันธ์ของพื้นที่การทำงานร่วมกัน ในด้านจิตวิทยาเชิงบวกหรือการศึกษาความพึงพอใจ ชี้ชัดให้เห็นว่า กลุ่มคนทำงานอิสระสามารถใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันนั้นเพื่อสนับสนุนความต้องการส่วนบุคคล และความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ทั้งยังเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความสมบูรณ์ของความสัมพันธ์โดยเฉพาะ เป็นอยู่ที่ดีของแต่ละบุคคล และชุมชน จากแนวทางการปฏิบัติที่ถูกนำมาใช้ในพื้นที่การทำงานร่วมกัน เพื่อที่จะปลูกฝังเกิดเป็นกลุ่มสังคมในการทำงานรูปแบบใหม่

ด้วยเหตุนี้ Vicher (2006) จึงได้วิเคราะห์ถึงกายภาพของสถานที่ทำงาน รูปแบบการทำงาน และจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยระบุถึงลักษณะของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบาย ความพอเหมาะพอดี ระหว่างสถานที่ทำงานกับคนทำงาน การตัดสินใจและความต้องการสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ส่งผลต่อความคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลก

ใหม่ ลักษณะของสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นความรู้สึกสบาย หรือการผ่อนคลายความตึงเครียดในการทำงาน อาจถือได้ว่าเป็นความเหมาะสม และสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการพื้นที่การทำงาน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการพื้นที่การทำงานร่วมกัน นั้นหมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงการประเมินค่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งนั้น ที่เป็นไปในเชิงบวกหรือลบก็ได้ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความรู้สึกดี ได้รับความสุข ความสะดวกสบาย จากสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดีตลอดระยะเวลาของการมาใช้บริการ ที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ในทุก ๆ ด้านของการทำงาน อีกทั้งยังได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการทำงานกับเพื่อนร่วมงานใหม่ ๆ เกิดเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมด้วยรูปแบบเครือข่ายอีกด้วย

#### 2.4.1.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer satisfaction)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นั้นหมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือจากการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (พรธรรมราย ทวีพยะประภา, 2548) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเกิดความรู้สึกดีในคุณค่าหรือประโยชน์ ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น เท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ แต่หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการก็จะรู้สึกถึงความไม่พึงพอใจ

จากความหมาย ความพึงพอใจ ของ Hill & Alexander (2000) ก็ได้เสนอว่าความพึงพอใจของลูกค้า เป็นมุมมองของลูกค้าซึ่งอาจมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงหรือไม่ก็ได้ ดังนั้น การวัดความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นการวัดการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการปฏิบัติงานขององค์กรหรือตราสินค้าในฐานะที่เป็นผู้จัดสรรสินค้าให้กับลูกค้า

และในขณะที่ Boone & Kurtz (1998) ก็ได้เสนอ ความพึงพอใจของลูกค้า ไว้เช่นกันว่า เป็นความรู้สึกนึกคิดที่ไม่อยู่นิ่ง เนื่องจากความพึงพอใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ ซึ่งหากตราสินค้าใดได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ว่าจะมุ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ก็จำเป็นต้องมีระบบในการตรวจสอบดูแล และวัดการทำงานภายในอย่างต่อเนื่อง โดยการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าโดยรวมนั้น มีขั้นตอนในการดำเนินงานอยู่ 3 ขั้นตอนได้แก่ การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า การรับผลตอบรับจากลูกค้า และการติดตั้งโปรแกรมการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า คอตเลอร์ (Kotler, 1994) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจ คือระดับของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือบริการ กับความคาดหวังของบุคคลนั้น ๆ ดังนั้น

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างการบริการที่รับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งลูกค้าสามารถรู้สึกถึงระดับความพึงพอใจใน 3 ระดับ ดังนี้

- 1.) ได้รับผลที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะเกิดความรู้สึกไม่พอใจ
- 2.) ได้รับผลเท่ากับความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะเกิดความรู้สึกพอใจ
- 3.) ได้รับผลที่สูงกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะเกิดความรู้สึกพอใจมาก

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยทำให้งานธุรกิจการให้บริการพื้นที่การทำงานร่วมกันนั้นประสบความสำเร็จ ความพึงพอใจ จึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จในงานบริการ คือ จำนวนผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการผู้บริหารที่ดีจึงควรศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจอย่างลึกซึ้ง ยิ่งไปกว่านั้นการให้บริการที่ดีตอบสนองต่อความต้องการในด้านต่าง ๆ แล้วยังทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกดีในการทำงาน และมั่นใจว่าการทำงานในพื้นที่การทำงานร่วมกันนั้นจะเกิดประสิทธิผลจากประสิทธิภาพของการบริการที่ได้รับ ศิวรัตน์ ฌ ปทุม สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์ (2550) ได้สรุประดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนี้

$$\begin{array}{l} \text{ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ} \\ \text{(Customer satisfaction)} \end{array} = \begin{array}{l} \text{บริการที่ลูกค้าได้รับ} \\ \text{ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ} \end{array}$$

ภาพที่ 2.11 กรอบแสดงแนวคิดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ของ ศิวรัตน์ ฌ ปทุม สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์ (2550)

## 2.4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือในการวัดความพึงพอใจ

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นวิธีการที่จะติดตามวัดผล และค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการ จะเกิดผลได้หรือไม่นั้นต้องพิจารณาถึงลักษณะการให้บริการในด้านปัจจัยต่าง ๆ ของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สภาพแวดล้อมทางสังคม หรือแม้แต่สภาพแวดล้อมทางด้านจิตใจ อันประกอบด้วยระดับความรู้สึกพึงพอใจของผู้ใช้บริการของแต่ละบุคคล การวัดความพึงพอใจอาจกระทำได้หลายวิธี ดังนี้ (ภณิดา ชัยปัญญา, 2541)

### 2.4.2.1 การใช้แบบสอบถาม (Questionnaires)

การใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย โดยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ต้องการทราบหรือที่เกี่ยวกับการให้บริการ (เป็นทั้งวิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพ ขึ้นอยู่กับคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม)

### 2.4.2.2 การสัมภาษณ์ (Interview)

การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่วัดถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจผู้ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริงวิธีนี้ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง (วิธีการเชิงคุณภาพ)

### 2.4.2.3 การสังเกตการณ์ (Observation)

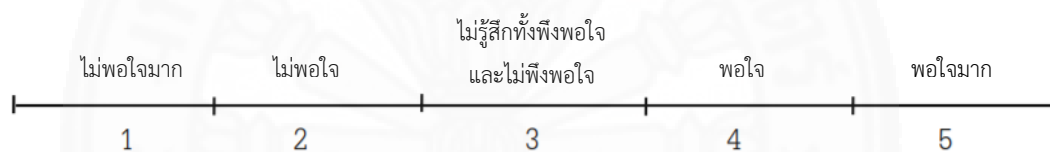
การสังเกตการณ์ (Observation) ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโดยวิธีการสังเกตพฤติกรรมก่อนมารับบริการ ขณะรับบริการ และหลังจากรับบริการแล้ว เช่น สังเกตสีหน้า ท่าทางการพูดการวัดความพึงพอใจวิธีนี้ต้องทำอย่างจริงจัง จึงจะสามารถประเมินถึงความพึงพอใจของผู้มารับบริการได้อย่างถูกต้อง (วิธีการเชิงปริมาณ)

### 2.4.3.4 มาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ท (Likert Scale)

จากทฤษฎีมาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ท คิดค้นขึ้นโดยนักจิตวิทยาสังคมชื่อ เรนซิส ลิเคอร์ท (Rensis Likert, 1967) มาตรวัดชนิดนี้เรียกได้หลายอย่าง ได้แก่ Likert Scale, Likert type, Summated Rating Scale เป็นมาตรวัดเจตคติที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะสะดวก สร้างง่าย รวดเร็ว สร้างให้มีความเป็นเอกพันธ์ง่าย การตรวจให้คะแนนไม่ยุ่งยาก ยอมให้ผู้ตอบได้พิจารณาระดับความมากน้อย ของความรู้สึกของตนเอง และมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง (ปราณี ทองคำ, 2539)

มาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ท มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้วัดเจตคติเป็นการวัดโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อสอบถามความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเรื่องนั้นแล้วให้บุคคลนั้นแสดงความรู้สึกต่อข้อความดังกล่าว การตอบสนองข้อความนั้นอาจเป็นไปได้ทั้ง 5 ระดับ คือ พอใจมาก พอใจ ไม่รู้สึกทั้งพอใจและไม่พอใจ ไม่พอใจ และไม่พอใจมาก กับข้อความนั้น จากนั้นนำมาประมวลผลรูปแบบค่ารวม (Summative model) หรือ ค่าเฉลี่ย (Average) เป็นหลัก

ลิเคอร์ท ได้พบว่า ค่าของหน่วยวัดซึ่งใช้หน่วยความเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นเกณฑ์นั้น เมื่อเทียบกับคะแนนที่จัดอันดับของการตอบสนองแบบ 1, 2, 3, 4, 5 นั้น มีสหสัมพันธ์กันสูง มากถึง 0.99 ซึ่งสามารถที่จะใช้แทนกันได้ (Icek and Fishbien, 1980) ดังนั้นมาตรวัดเจตคติของลิเคอร์ทจึงประกอบด้วยข้อความคิดเห็นหลาย ๆ ข้อ แต่ละข้อมีคุณค่าเจตคติตามสเกลระดับของความต่อเนื่องจาก ไม่พอใจมาก (Extremely unsatisfied) ไม่พอใจ (Unsatisfied) ไม่รู้สึกทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจ (Neutral) พอใจ (Satisfied) และพอใจมาก (Extremely satisfied)



ภาพที่ 2.12 ค่าของหน่วยวัดคุณค่าเจตคติตามสเกลระดับของความต่อเนื่อง (Noll, 1965)

### (1) การเลือกคำถาม

คำถามที่สร้างขึ้นในตอนแรกนี้ จะนำไปใช้เป็นแบบสอบถามเจตคติยังไม่ได้ ต้องนำคำถามเหล่านี้ไปทดลองดูก่อนว่า คำถามแต่ละข้อนั้นจะเชื่อถือได้หรือไม่ และสามารถวัดเจตคติที่ต้องการจะวัดได้หรือไม่เพียงไร โดยการนำข้อความไปทดลองใช้กับผู้ตอบที่มีลักษณะพื้นฐานคล้ายกับกลุ่มที่เราจะศึกษา แล้วนำมาวิเคราะห์รายข้อเพื่อประเมินคุณภาพของแต่ละข้อความ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2530)

### (2) ข้อดีของมาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ท คือ

- 1) สร้างได้ง่าย สะดวกในการนำไปใช้ และวิเคราะห์ผล
- 2) ไม่ต้องหากลุ่มที่จะนำมาตัดสินเพื่อกำหนดค่าประจำข้อ
- 3) ไม่ต้องคำนวณค่าประจำข้อ ซึ่งช่วยลดภาระงานลงมาก
- 4) สามารถวัดเจตคติได้แน่นอนกว่ามาตรวัดเจตคติแบบเธอร์สโตน

เพราะผู้ตอบต้องตอบ ทุกข้อความ ในขณะที่วิธีของเธอร์สโตนเลือกตอบเพียงบางข้อ ผู้ตอบจึงมีโอกาสบิดเบือนความจริงได้ มากกว่าวิธีของลิเคอร์ท



5) มีความเชื่อมั่นสูง ใช้เพียงไม่กี่ข้อก็มีความเชื่อถือได้สูงพอ ๆ กับเทคนิคอื่น ๆ ที่ใช้จำนวนข้อมาก

6) สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดเจตคติที่มีต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งยังสามารถวัดได้ทั้งทิศทางและปริมาณความมากน้อยของเจตคติได้อีกด้วย

7) การตรวจให้คะแนนไม่ยุ่งยาก ยอมให้ผู้ตอบได้พิจารณาระดับความมากน้อยของความรู้สึกของตนเอง (Mehrens and Lehmann, 1984)

จุดมุ่งหมายสำคัญของการพัฒนาการใช้มาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ท คือต้องการให้นักวิจัยได้ใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับผู้ประเมิน และสิ่งที่มีผู้ประเมิน ซึ่งนอกจากจะใช้ในการวัดเจตคติแล้ว ในปัจจุบันงานวิจัยส่วนใหญ่ยังนิยมใช้มาตรวัดเจตคติแบบลิเคอร์ทในลักษณะที่เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นอีกด้วย โดยใช้กับผู้ตอบจำนวนมาก เมื่อเป็นเช่นนี้โอกาสที่จะชี้แจงหรืออธิบายแก่ผู้ตอบจึงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นแนวทางที่เป็นไปได้ในการแก้ปัญหาความคลาดเคลื่อนของเครื่องมือประเภทนี้ คือจะต้องสร้างข้อคำถามให้ชัดเจนที่สุดและเลือกใช้ประเภทกับจำนวนคำตอบให้เหมาะสมกับเนื้อหาคำถาม และคุณลักษณะของผู้ตอบ รวมทั้งควรเพิ่มเติมวิธีการวัดความคงที่ในการตอบของผู้ตอบไว้ในแบบสอบถามด้วยเพื่อการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้เป็นขั้นตอนสำคัญที่ทำให้ผลงานวิจัยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

### (3) ค่าความเชื่อมั่นของมาตรวัด

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนต่าง ๆ จนกระทั่งได้แบบสอบถามประเภทมาตรวัดแล้ว ลักษณะพื้นฐานอย่างหนึ่งของผู้สร้างจะต้องตรวจสอบแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่ต้องการศึกษาก็คือความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งนี้เนื่องจากในการวัดทางพฤติกรรมศาสตร์และการวัดทางจิตพิสัย (Affective domain) ผู้วิจัยไม่สามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดได้โดยตรง และสิ่งที่ถูกวัดก็ไม่คงที่แน่นอน มักเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา เหตุการณ์ และสถานการณ์อยู่เสมอ ดังนั้นการศึกษาความเชื่อมั่นของเครื่องมือจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะผู้วิจัยจะสามารถประมาณระดับความสอดคล้อง หรือความแม่นยำของเครื่องมือที่สร้างขึ้นมา เนื่องจากแบบสอบถามประเภทมาตรวัดหรือมาตรประมาณค่า สามารถแปลงผลการตอบเป็นคะแนนได้ จึงสามารถประมาณค่าความเชื่อมั่นได้ สอนจะใช้วิธีการประมาณค่าความเชื่อมั่นแบบใดก็ขึ้นอยู่กับความมุ่งหมายของผู้วิจัยและลักษณะของเครื่องมือ (Guilford, 1954)



ค่าความแปรปรวนที่เกิดจากการตอบแบบวัดนั้น เกิดจากสาเหตุ 6 ประการใหญ่ ๆ คือ (ธารทิพย์ ประเสริฐสม, 2522)

- 1) ความรู้สึกในเรื่องการเสี่ยง โดยบางคนพยายามตอบคำถามเป็นกลาง เพื่อป้องกันการเสียหาย
- 2) ความเข้าใจไม่ตรงกันในความหมายของภาษา
- 3) แรงจูงใจในการตอบ (Impulsion) โดยการให้เลือกตอบ อาจทำให้บางคนบุคคลเลือกตอบไปโดยมิได้คิดอะไรเลย
- 4) การยอมรับ (Acquiescence) บุคคลที่มีลักษณะเห็นชอบด้วยกับบุคคลอื่นจะเลือก คำตอบประเภทที่สอดคล้องกับเรื่องที่ตอบได้ถูกต้องมากกว่าประเภทที่ไม่เห็นสอดคล้องกับเรื่องที่ถาม
- 5) ปัญหาในเรื่องเวลาที่ให้ตอบหรือเวลาที่กำหนดไว้อาจจะทำให้การตอบไม่ถี่ถ้วน
- 6) ความรู้สึกที่ซ่อนเร้น (Falsification) ซึ่งหมายถึงว่าผู้ตอบอาจจะพยายามแสดงลักษณะที่ดีของตน และพยายามบดบังส่วนเสียของบุคลิกภาพ ซึ่งจะทำให้ไม่ได้ลักษณะที่แท้จริงของผู้ตอบ

ดังนั้น ในการสร้างและการใช้แบบวัดแบบต่าง ๆ นอกจากจะต้องคำนึงถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีตัวแปรอีกบางตัวที่มีอิทธิพลต่อค่าความเชื่อมั่นของมาตรวัด ตัวอย่างเช่น ความแตกต่างของกลุ่มผู้ตอบ (Group homogeneity) และการเดา (รัตนา ศิริพานิช, 2533)

ในการศึกษาผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในงานวิจัยครั้งนี้ สามารถศึกษาผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในรูปแบบของมาตรวัดระดับความพึงพอใจ เพื่อหาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริการภาพรวมในการถามคำถามต่าง ๆ จากแบบสอบถาม

## 2.5 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory)

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ของ เฟรเดริก เฮอร์ชเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานของ ผู้ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่มีต่อการทำงาน โดยสมมติฐานตามทฤษฎีของ เฮอร์เบิร์ก เชื่อว่า การที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้ผลดีและมีประสิทธิภาพ เกิดขึ้นจากความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน เพราะความพึงพอใจในงานจะช่วยเพิ่มความสนใจ และเพิ่มความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น ย่อมทำให้ผลผลิตสูงขึ้น และในทางตรงกันข้ามหากเกิดความไม่พอใจในงานแล้ว ย่อมก่อให้เกิดผลเสียทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่สนใจ และไม่กระตือรือร้นในการทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวคิด ทฤษฎีสองปัจจัยนี้ เพื่อระบุความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของการทำงาน และกลุ่มงานบริการสนับสนุนที่ทำให้ผู้ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซเกิดความพึงพอใจ

### 2.4.1 หลักและแนวคิดที่เกี่ยวกับทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฮอร์เบิร์ก

ทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฮอร์เบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) มีการพัฒนาในปี ค.ศ. 1950-1959 เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน อันประกอบด้วย 2 แนวคิด คือ แนวคิดที่มีขอบเขตจากความพึงพอใจ (Satisfaction) ไปยังความไม่พึงพอใจ (No satisfaction) ที่ได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) และแนวคิดที่มีขอบเขตจากความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ไปยังความไม่พึงพอใจ (No dissatisfaction) ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) ประกอบด้วย

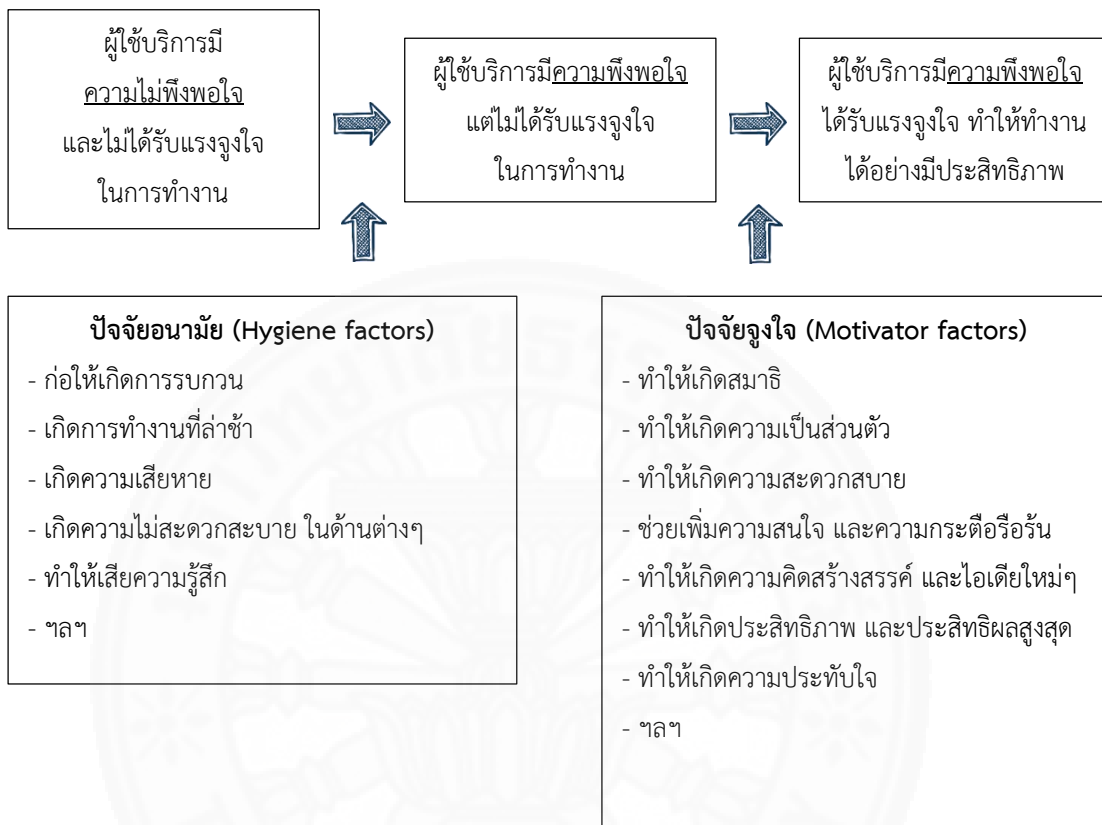
#### 2.4.1.1 ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors)

ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) หรือ ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น (Motivators) ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของการทำงาน เป็นปัจจัยภายในหรือความต้องการภายในของผู้ปฏิบัติงานที่เกิดความพึงพอใจขณะทำงาน ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน และเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานของผู้ปฏิบัติงานโดยตรง ได้แก่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดสมาธิขณะทำงาน เกิดความเป็นส่วนตัว เกิดความสะดวกสบายขณะทำงาน ที่ทำให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อผู้ปฏิบัติงาน

#### 2.4.1.2 ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors)

ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) หรือ ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factor) ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของการทำงาน เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจขณะทำงาน และไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นเพียงสิ่งที่สกัดกั้นไม่ให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความไม่พอใจ แต่ไม่สามารถสร้างหรือทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานแบบปัจจัยจูงใจได้ ได้แก่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการรบกวน เกิดการ

ทำงานที่ล่าช้า เกิดความเสียหายต่องานที่ทำ หรือแม้กระทั่งเกิดความสะดวกสะบาย ในด้านต่าง ๆ ขณะทำงาน เป็นต้น



ภาพที่ 2.13 ความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัย ตามทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฮร์เบิร์ต (Herzberg's Two-Factor Theory) ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน

ภาพข้างต้นนี้ แสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัย ตามทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮร์เบิร์ต ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจขณะใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ เมื่อใดที่ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) มีเพิ่มขึ้นมากกว่าระดับที่ควรจะเป็น จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ แต่ในทางกลับกันเมื่อใดที่ ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) ลดต่ำกว่าระดับที่ควรจะเป็นจะทำให้ผู้ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ เกิดความไม่พอใจขณะการปฏิบัติงาน รู้สึกถึงความเบื่อหน่าย ไม่มีแรงกระตุ้น และเกิดความรู้สึกไม่อยากทำงาน จนอาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้ใช้บริการเลือกที่จะไม่ใช้บริการในครั้งต่อไป

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานอาคาร: กรณีศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยรวบรวมข้อมูล จากการสำรวจ (Field survey) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และงานบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยการศึกษาเปรียบเทียบจากกรณีศึกษาทั้งหมด 10 แห่ง และจากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ประเมินผลความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดจำนวนโควตา (Quota sampling) สรุปวิเคราะห์ร่วมกับหลักการและทฤษฎี โดยการพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) สรุปเป็นแนวทางในการออกแบบและการจัดการงานบริการสนับสนุน

#### 3.1 การกำหนดพื้นที่ศึกษา

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกกำหนดพื้นที่ศึกษาโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะบริเวณใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของธุรกิจการค้า ย่านที่พักอาศัย และแหล่งช้อปปิ้งชั้นนำ จากการศึกษาถึงกลุ่มผู้ใช้บริการหลักของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ส่วนใหญ่แล้วต้องการความยืดหยุ่นจากการร่วมงานกับเพื่อนร่วมงานใหม่ ๆ สถานที่ที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการในการทำงาน การเดินทางที่ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย นั้นเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งของโคเวิร์คกิ้งสเปซ



ภาพที่ 3.1 ระบบขนส่งมวลชนแบบราง หรือ รถไฟฟ้า BTS (Bangkok Mass Transit System)

โดยทำการเก็บข้อมูลจากโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับ สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ดังนี้ สถานีสะพานควาย สถานีอารีย์ สถานีพญาไท สถานีราชเทวี สถานีสยาม สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ สถานีชิดลม และสถานีสุรศักดิ์ ทั้งหมด 10 แห่ง (ภาพที่ 3.2)



ภาพที่ 3.2 โคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง

### 3.2 กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือ ผู้ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ไม่สามารถระบุเจาะจงถึงช่วงวัย เพศ หรือกลุ่มอาชีพได้ เพราะโคเวิร์คกิ้งสเปซแต่ละแห่งมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมทั้งจำนวนของผู้ใช้บริการที่แน่นอนในการศึกษา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงระบุขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยเป็นรูปแบบการกำหนดจำนวนโควตา (Quota sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการ (Users) ภายในพื้นที่โคเวิร์คกิ้งสเปซ จำนวน 20 คน ต่อ โคเวิร์คกิ้งสเปซ 1 แห่ง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary data) โดยการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ และการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประเมินผลการวิจัยและอภิปรายผลร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี

#### 3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลขึ้นมาใหม่จากแหล่งข้อมูลโดยตรง มีจุดประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลทางด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ เพื่อใช้ในการศึกษาและเปรียบเทียบถึงความเหมือนและความแตกต่างในเรื่องของแนวคิดในการออกแบบและบริหารจัดการ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

##### 3.3.1.1 การสำรวจ (Field survey)

การเก็บข้อมูลจากการสำรวจ ผู้วิจัยใช้วิธีการข้อมูลขึ้นมาใหม่จากแหล่งข้อมูลโดยตรงที่ได้จากการสำรวจ และการสอบถามผู้ดูแล โคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยทำการสำรวจข้อมูลดังนี้

##### (1) ข้อมูลที่เกี่ยวกับโคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยทำการสำรวจข้อมูล ดังนี้

- ที่ตั้ง
- ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ
- ขนาดพื้นที่
- ประเภท/รูปแบบอาคาร
- องค์ประกอบของพื้นที่

##### (2) ข้อมูลที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมกายภาพ โดยทำการสำรวจข้อมูล ดังนี้

- ประเภทของแสงสว่าง
- ประเภทความดังของเสียงรบกวน
- อุณหภูมิของอากาศภายใน
- ความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ต Wi-Fi
- อุปกรณ์ในการทำงาน
- การปรับใช้งานของพื้นที่ทำงาน
- ลักษณะของงานออกแบบตกแต่งภายใน

**(3) ข้อมูลที่เกี่ยวกับงานบริการสนับสนุน โดยทำการสำรวจข้อมูล ดังนี้**

- งานดูแลรักษาความปลอดภัย
- งานดูแลรักษาความสะอาด
- งานดูแลภูมิทัศน์
- จำนวนพนักงาน
- งานบริการฝากเก็บของ/อุปกรณ์ในการทำงาน
- งานบริการรับส่งผู้ใช้บริการ

**(4) ข้อมูลอื่น ๆ** ในการสำรวจข้อมูลภาคสนามโคเวิร์คกิ้งสเปซ บางแห่งอาจมีข้อมูลที่แตกต่างไปจากหัวข้อที่กล่าวมา

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือในการวัดและประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากกลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

#### 3.3.2.1 การใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ (Satisfaction questionnaire)

การเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) โดยแบ่งประเด็นคำถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**(1) ข้อมูลส่วนตัว ดังนี้**

- อาชีพ
- ระยะเวลาในการใช้บริการ
- วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ (ทำงานคนเดียว/ทำงานเป็นทีม)
- การเลือกใช้พื้นที่ทำงาน (พื้นที่ทำงานร่วมกัน/ห้องประชุม)
- การเดินทางมาใช้บริการ



(2) ความพึงพอใจ ต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน แต่ ละพื้นที่ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ใช้บริการ ดังนี้

- พื้นที่ต้อนรับ
- พื้นที่การทำงานร่วมกัน/ห้องประชุม/ห้องทำงานส่วนตัว
- พื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหาร/พื้นที่จำหน่ายอาหาร-เครื่องดื่ม
- พื้นที่ส่วนสนับสนุน (พื้นที่พักผ่อน/พื้นที่ให้ความรู้/พื้นที่จัดแสดง นิทรรศการ)
- ห้องน้ำ
- ภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร

(3) ความพึงพอใจโดยรวม ต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการ สนับสนุน ดังนี้

- ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน
- ด้านภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร
- การให้บริการ และงานบริการสนับสนุนต่าง ๆ

(4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนาโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 3.3.2.2 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ ซึ่งมีเกณฑ์ใน การให้คะแนน 5 ระดับ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1

เกณฑ์การในการให้คะแนน 5 ระดับ ของระดับความพึงพอใจ

การให้คะแนน	เกณฑ์การแปลความหมาย
1	ไม่พึงพอใจมาก
2	ไม่พึงพอใจ
3	ไม่รู้สึกรังเกียจและไม่พึงพอใจ และไม่พึงพอใจ
4	พึงพอใจ
5	พึงพอใจมาก



จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินผลหาค่าเฉลี่ย (Average) โดยศึกษาผลจากเกณฑ์การแปลความหมายของความพึงพอใจ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนที่ระดับค่า 4 กับ 5 (พึงพอใจและพึงพอใจมาก) สรุปเป็นร้อยละ (Percentage) ของความพึงพอใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### ตารางที่ 3.2

เกณฑ์การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ

การให้คะแนน	เกณฑ์การแปลความหมาย
1	ไม่พึงพอใจมาก
2	ไม่พึงพอใจ
3	ไม่รู้สึกทั้งพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ
4	พึงพอใจ
5	พึงพอใจมาก

### 3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (Assessment of research tools) ในการเก็บข้อมูลวิจัยจากการแจกแบบสอบถามความพึงพอใจ ที่เป็นแบบมาตรวัดเจตคติแบบลิเคิร์ต (Likert scale) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น การทดสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ใช้ โดยให้คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบที่เรียกว่า การใช้ IOC (Index of Item-Objective Congruence) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เพื่อตรวจสอบการใช้ภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์

### 3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ที่เน้นรายละเอียดในเชิงคุณภาพของกรณีศึกษา จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของโคเวิร์คกิ้งสเปซ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบถึงคุณลักษณะองค์ประกอบโดยรวมของแต่ละกรณีศึกษาว่าเป็นอย่างไร และการใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการหาผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยวิธีนี้จะใช้กับกรณีผู้ตอบจำนวนมากเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม

ตัวอย่าง เพราะโอกาสที่จะชี้แจงหรืออธิบายแก่ผู้ตอบนั้นเป็นไปได้ยาก และเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับข้อเท็จจริงในการหาเหตุผลเพื่ออธิบายมากกว่าที่จะใช้ข้อมูลทางสถิติในการอธิบาย

### 3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงเปรียบเทียบ จากค่าเฉลี่ยร้อยละของความพึงพอใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุนของโคเวิร์คกิ้งสเปซ สรุปผลร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี ศึกษาเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน งานบริการสนับสนุน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน สรุปเป็นปัจจัย แนวทางในการออกแบบโคเวิร์คกิ้งสเปซ และการบริหารจัดการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 3.4.2 การนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) เพื่อนำเสนอลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยการแจกแจงหาค่าเฉลี่ย (Means) แปรผลเป็นร้อยละ (Percentage) นำเสนอทั้งในรูปแบบของตาราง ข้อความ แผนภูมิ หรือกราฟต่าง ๆ เพื่ออธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งความความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการสำรวจสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบจากกรณีศึกษาทั้งหมด 10 แห่ง และประเมินผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล ดังนี้

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางกายภาพของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ

- 4.1.1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ A (INN Office)
- 4.1.2 โคเวิร์คกิ้งสเปซ B (THE CENT)
- 4.1.3 โคเวิร์คกิ้งสเปซ C (SILVER LAKE)
- 4.1.4 โคเวิร์คกิ้งสเปซ D (Joint Cafe & Workspace)
- 4.1.5 โคเวิร์คกิ้งสเปซ E (SYN HUB Co-Innovative Space)
- 4.1.6 โคเวิร์คกิ้งสเปซ F (Growth Café & Co-Working Space)
- 4.1.7 โคเวิร์คกิ้งสเปซ G (Space@Siam)
- 4.1.8 โคเวิร์คกิ้งสเปซ H (Klique X Samyan)
- 4.1.9 โคเวิร์คกิ้งสเปซ I (DRAFT BOARD)
- 4.1.10 โคเวิร์คกิ้งสเปซ J (Wolf)

#### 4.2 ผลการวิจัย จากการสำรวจ

- 4.2.1 ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ
- 4.2.2 ด้านงานบริการสนับสนุน

#### 4.3 ผลการวิจัย จากแบบสอบถามความพึงพอใจ

- 4.3.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3.2 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน
- 4.3.3 ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อโคเวิร์คกิ้งสเปซ

#### 4.4 การวิเคราะห์ผลสรุปโดยรวม

- 4.4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.4.2 ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ
- 4.4.3 ด้านงานบริการสนับสนุน

## 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางกายภาพของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 4.1.1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ A (INN Office)

#### 4.1.1.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.1 ทางเข้าด้านหน้า INN Office และบรรยากาศห้องทำงานแบบออฟฟิศ

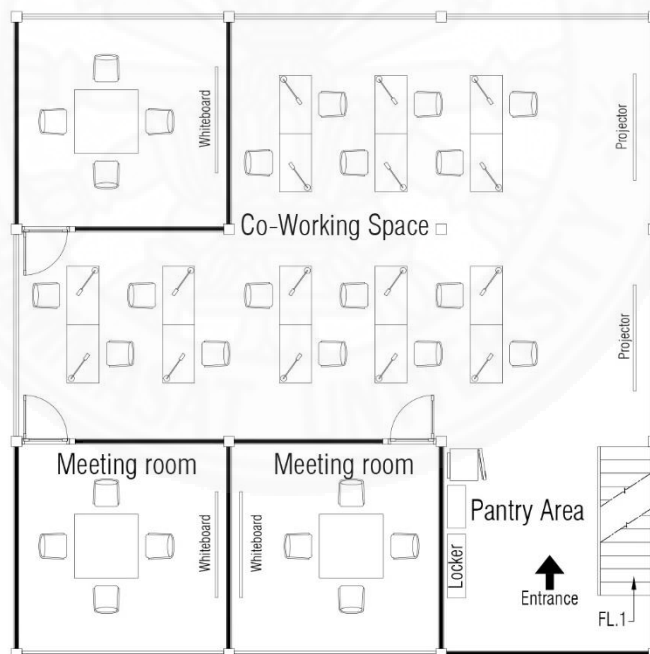
#### ตารางที่ 4.1

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A (INN Office)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	สะพานควาย
3.) ลักษณะอาคาร	อาคารพาณิชย์ 3 คูหา สูง 7 ชั้น
4.) เวลาเปิดให้บริการ	10.00 - 24.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 2 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป (Workshop) - พื้นที่แสดงนิทรรศการงานศิลป์ (Art gallery) - ห้องทำงานแบบออฟฟิศ (Private office)
6.) ค่าบริการ	- 280 บาท/วัน และ 4,500 บาท/เดือน - ห้องประชุม 300 บาท/ชม. (8คน) - ห้องทำงาน 10,900 บาท/เดือน (4-6คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	ผู้ประกอบการ/ บริษัทขนาดเล็ก

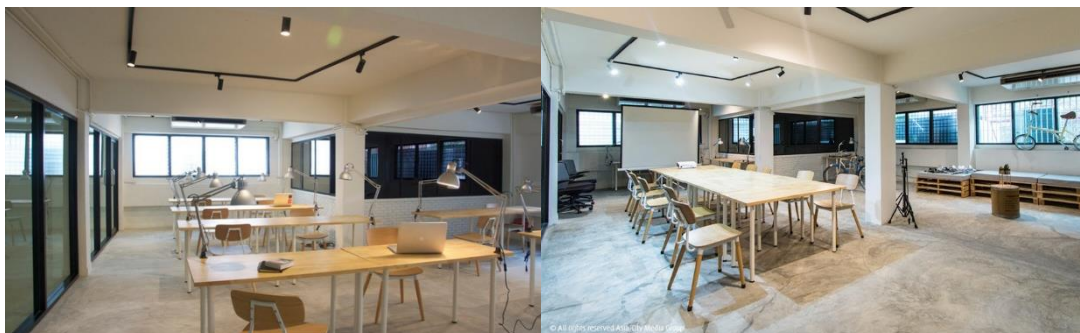
#### 4.1.1.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ A ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมีการวางผังโดยแบ่งพื้นที่ให้บริการออกเป็นแต่ละชั้น ดังนี้ ชั้นที่แรกเป็นส่วนของเค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม ข้อมูลการใช้บริการ และประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการต่าง ๆ ชั้นลอย (ภาพที่ 4.2) เป็นพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน หรือจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป และมีห้องประชุมขนาดเล็ก 3 ห้อง ชั้น 2-3 สำหรับเช่าพื้นที่ทำงานรายเดือนเป็นแบบ Private office ชั้น 2 มีทั้งหมด 7 ห้อง (ห้องเล็ก) และ ชั้น 3 อีก 2 ห้อง (ห้องใหญ่) ส่วนชั้นที่ 4-5 สำหรับจัดงานนิทรรศการ (Event) แสดงงานศิลป์หรืองานดนตรี ชั้น 6 หรือดาดฟ้า เป็นส่วนจัดงานนิทรรศการที่ต้องการบรรยากาศตอนกลางคืน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีงานบริการเสริมอื่น ๆ นอกเหนือจากการให้บริการพื้นที่นั่งทำงาน ได้แก่ บริการรับฝากส่งของ ตู้เก็บของ หรือลิคเกอร์ สำหรับฝากของและอุปกรณ์การทำงาน



A | Co-Working Space  
2nd FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.2 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A (ชั้นลอย)



ภาพที่ 4.3 พื้นที่ทำงานร่วมกันและจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A (ชั้นลอย)

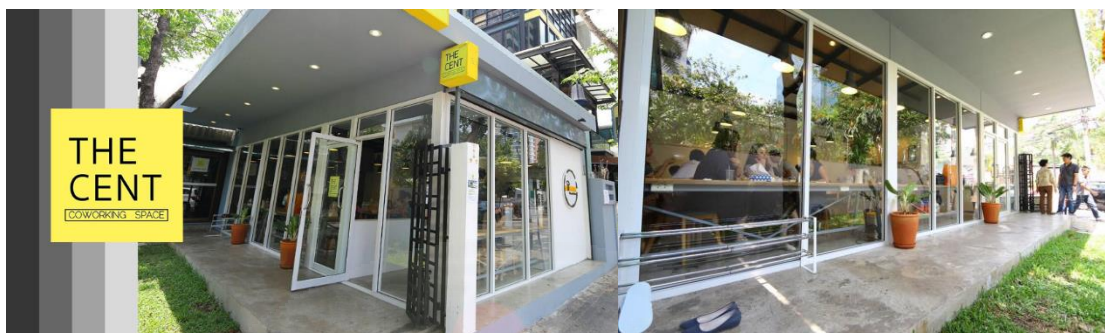
#### 4.1.1.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่แสดงนิทรรศการงานศิลป์ (Art gallery) พื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม และพื้นที่เก็บของ (สำหรับผู้ที่ใช้บริการประจำ/รายเดือน) พื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ด้วยการเปลี่ยนบรรยากาศการนั่งทำงาน จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และไอเดียใหม่ ๆ

พื้นที่ทำงานมีการจัดวางผังแบบเปิด ซึ่งเหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิในการทำงานมาก ด้วยจัดวางโต๊ะหันหน้าเข้าหากันเกิดภาวะการทำงานที่ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น (ภาพที่ 4.3) หรือการทำงานเป็นทีม ทำให้เกิดความกล้าที่จะการแชร์ประสบการณ์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างกัน ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ ที่ต้องการเปิดประสบการณ์ในการมานั่งทำงานร่วมกันกับผู้อื่น ส่วนพื้นที่ทำงานส่วนตัว (Private office) ที่ถูกจัดไว้ที่ชั้นบน เพราะเหมาะสมกับการทำงานที่เป็นทางการ และต้องการสมาธิ มีความเป็นส่วนตัวสูงและปราศจากการรบกวน ด้านการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เรียบง่ายดูไม่อึดอัด และเคลื่อนย้ายได้สะดวกเมื่อมีการปรับเปลี่ยนการใช้งาน

## 4.1.2 โคเวิร์คกิ้งสเปซ B (THE CENT)

### 4.1.2.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.4 ทางเข้าด้านหน้า THE CENT และบรรยากาศพื้นที่ทำงานร่วมกัน

### ตารางที่ 4.2

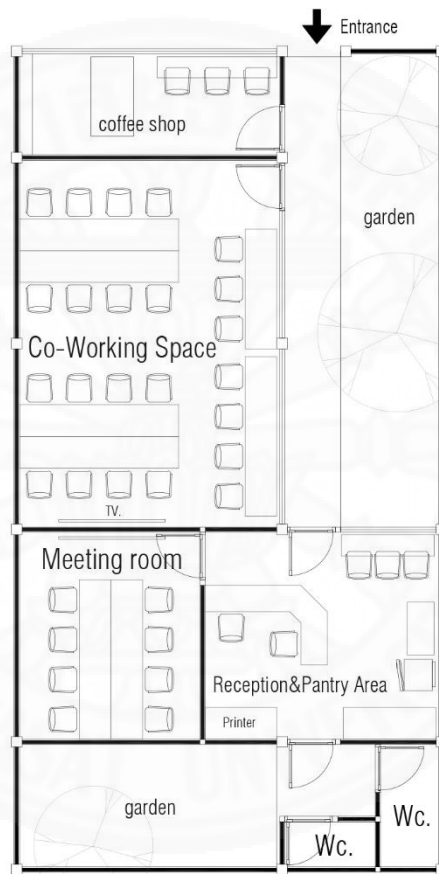
แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ B (THE CENT)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ถนนพหลโยธิน ซอยพหลโยธิน 9 เขตพญาไท
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	สะพานควาย และ อารีย์
3.) ลักษณะอาคาร	อาคาร 2 ชั้น แต่ โคเวิร์คกิ้งสเปซ B อยู่ที่ชั้น 1 รวมส่วนที่เป็นร้านกาแฟ
4.) เวลาเปิดให้บริการ	09.00-20.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 1 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space)</li> <li>- ห้องประชุม (Meeting room)</li> <li>- พื้นที่จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป (Workshop)</li> <li>- ร้านกาแฟ (Coffee)</li> </ul>
6.) ค่าบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 99 บาท/ชม.</li> <li>- 220 บาท/วัน</li> <li>- 1,280 บาท/สัปดาห์</li> <li>- 4,700 บาท/เดือน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องประชุม 600 บาท/ชม. (8-12คน)</li> <li>- ห้องประชุม 4,000 บาท/วัน (8-12คน)</li> </ul>



#### 4.1.2.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

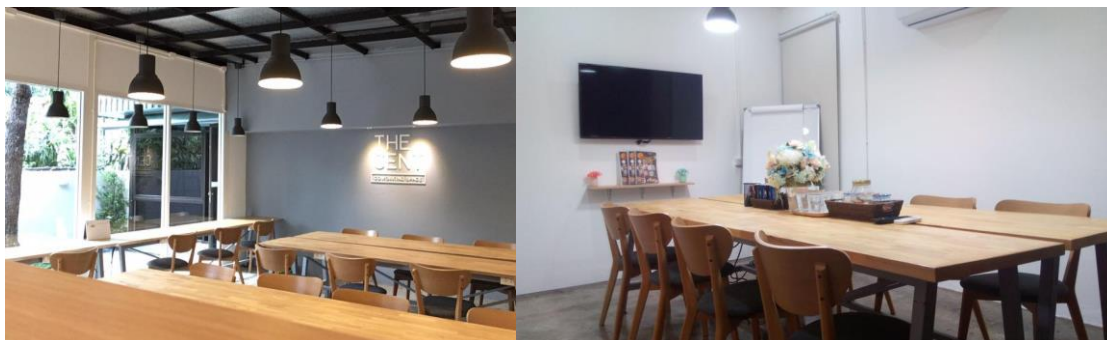
การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ B ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมี ร้านกาแฟอยู่หน้าสุด ถัดมาเป็นพื้นที่สำหรับทำงานร่วมกัน รองรับผู้ใช้งานได้ 20-25 คน หรือกันพื้นที่ เพื่อเป็นห้องประชุมขนาด 8-10 คน ส่วนด้านในสุดมีห้องประชุมเล็กอีก 1 ห้อง มีพื้นที่ให้บริการขนม เครื่องดื่ม และเป็นเคาท์เตอร์ติดต่อสอบถาม ห้องน้ำอยู่ริมรั้วด้านหลังสุด



B | Co-Working Space  
1st FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.5 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ B





ภาพที่ 4.6 บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ THE CENT

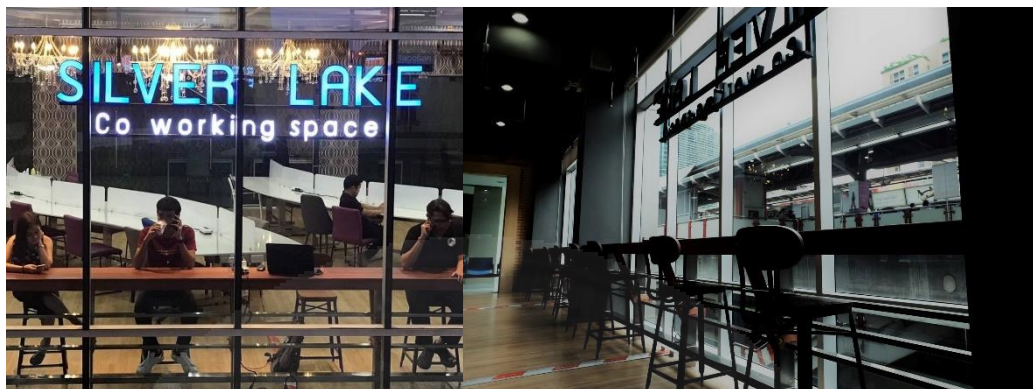
#### 4.1.2.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม และสวนบริเวณด้านหน้า พื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และมีการจัดแยกโซนพื้นที่ออกจากพื้นที่ทำงานชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดการรบกวนผู้ใช้บริการขณะที่นั่งทำงานอยู่

พื้นที่ทำงานมีการจัดวางผังแบบเปิด สามารถนั่งทำงานแบบใช้พื้นที่ร่วมกันกับผู้อื่นได้ ซึ่งเหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิมาก หรือกันพื้นที่เพื่อเป็นห้องประชุมหรือจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป การปรับเปลี่ยนการใช้งานยังคงภาวะที่กระตุ้นความคิดของผู้ใช้บริการให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยสามารถมองเห็นวิวความร่มรื่นของต้นไม้ในสวนได้ทุกมุมของพื้นที่การใช้งาน และการใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีรายละเอียดของแบบที่เรียบง่าย เน้นให้บรรยากาศของห้องเบาสบายและดูไม่อึดอัด ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

### 4.1.3 โคเวิร์คกิ้งสเปซ C (SILVER LAKE)

#### 4.1.3.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.7 ทางเข้าด้านหน้า (SILVER LAKE) และบรรยากาศพื้นที่ทำงานร่วมกัน

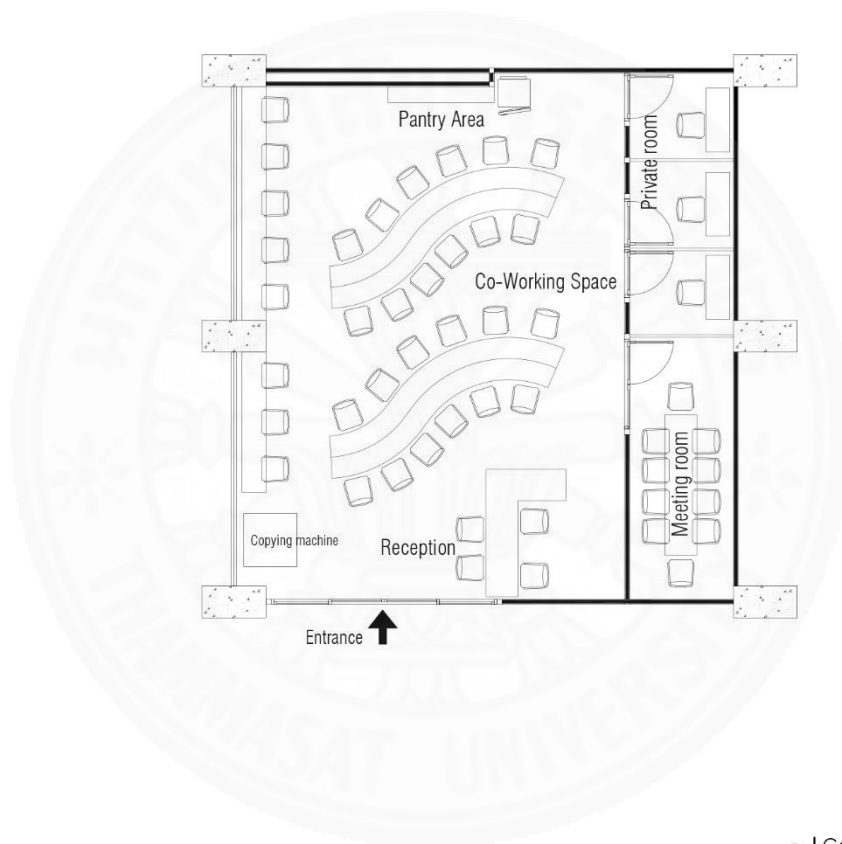
#### ตารางที่ 4.3

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ C (SILVER LAKE)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ถนนพญาไท เขตราชเทวี
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	พญาไท
3.) ลักษณะอาคาร	ตั้งอยู่ในอาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์ 3 ชั้น 4
4.) เวลาเปิดให้บริการ	10.00-21.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 4 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม (Meeting room)
6.) ค่าบริการ	- นักเรียน 100 บาท/ชม. คนทั่วไป 200 บาท/ชม. - นักเรียน 1,500 บาท/เดือน. คนทั่วไป 3,000 บาท/เดือน - ห้องประชุม 100 บาท/ชม. (3-5คน) และ 200 บาท/ชม. (6-10คน)

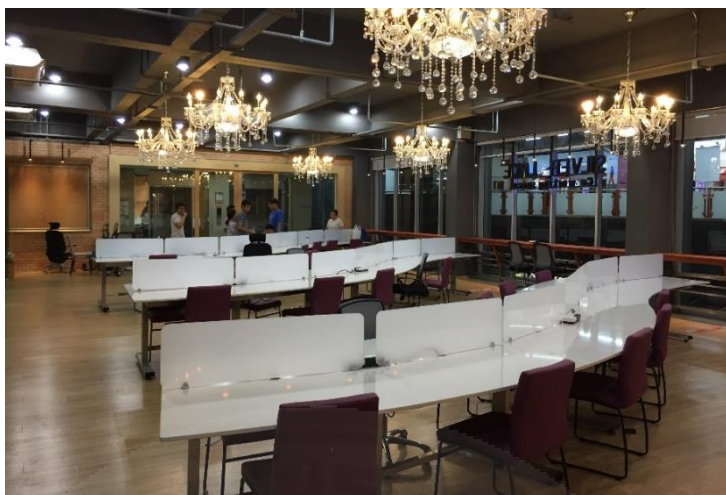
#### 4.1.3.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ C ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมี เค๊าท์เตอร์เพื่อติดต่อใช้บริการ และพื้นที่การทำงานร่วมกัน โชนนี้สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ 30-40 คน และในส่วนของด้านขวาสุดมีห้องประชุมขนาดแตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ห้องประชุมที่ใช้งาน 4-10 คน ใช้ห้องนี้ร่วมกับส่วนกลางของอาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์



c | Co-Working Space  
4th FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.8 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ C



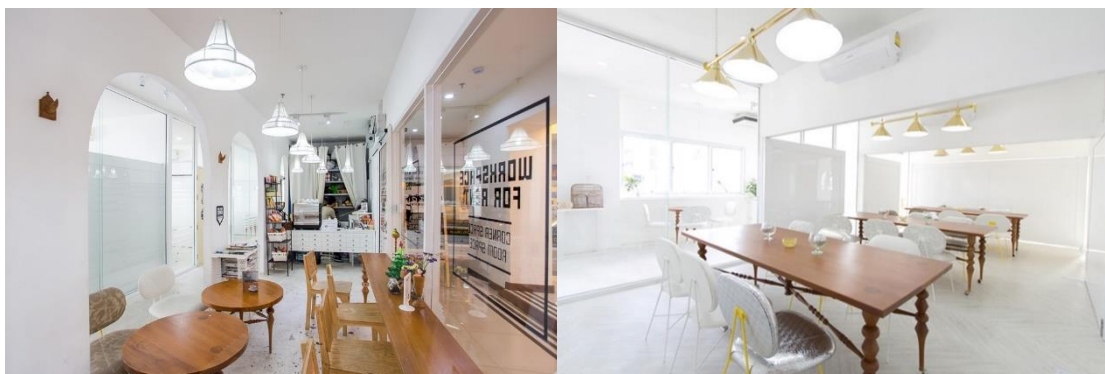
ภาพที่ 4.9 บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ SILVER LAKE

#### 4.1.3.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ทำงาน นั้นถูกจัดอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีการจัดวางผังแบบเปิด โดยการจัดวางโต๊ะทำงานที่มีลักษณะโค้งให้ความรู้สึกถึงความสลับไหล ต่างจากรูปแบบโต๊ะทั่วไป แต่มีการมีที่กั้นสายตาระหว่างโต๊ะทำงาน ช่วยให้ปราศจากการรบกวนหรือการขัดสมาธิระหว่างกัน และที่นั่งทำงานริมหน้าต่าง สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการนั่งทำงานและมองบรรยากาศภายนอกไปด้วย การจัดแบบนี้เหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิมาก ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น

#### 4.1.4 โคเวิร์คกิ้งสเปซ D (Joint Cafe & Workspace)

##### 4.1.4.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.10 ทางเข้าด้านหน้า Joint Cafe & Workspace และบรรยากาศห้องประชุม/ ห้องสัมมนา

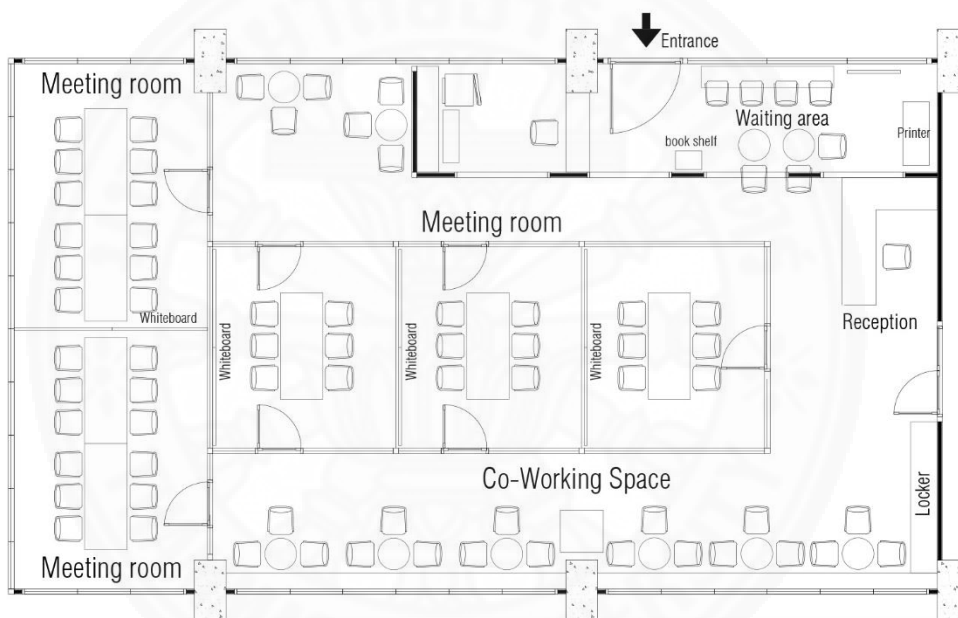
ตารางที่ 4.4

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ D (Joint Cafe & Workspace)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ถนนพญาไท เขตราชเทวี
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	ราชเทวี
3.) ลักษณะอาคาร	ตั้งอยู่ชั้นที่ 12 ของโรงแรมเอเชีย
4.) เวลาเปิดให้บริการ	9.00-22.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 4 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม / ห้องสัมมนา (Meeting room) - พื้นที่จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป (Workshop)
6.) ค่าบริการ	- 100 บาท/ชม. - 300 บาท/วัน - 1,750 บาท/สัปดาห์ - ห้องประชุม 300 บาท/ชม. (8คน) และ 500 บาท/ชม. (16คน) - โต๊ะทำงานประจำ 1,400 บาท/สัปดาห์ - โต๊ะทำงานประจำ 5,400 บาท/เดือน
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	นักเรียน/ กลุ่มสอนพิเศษ

#### 4.1.4.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

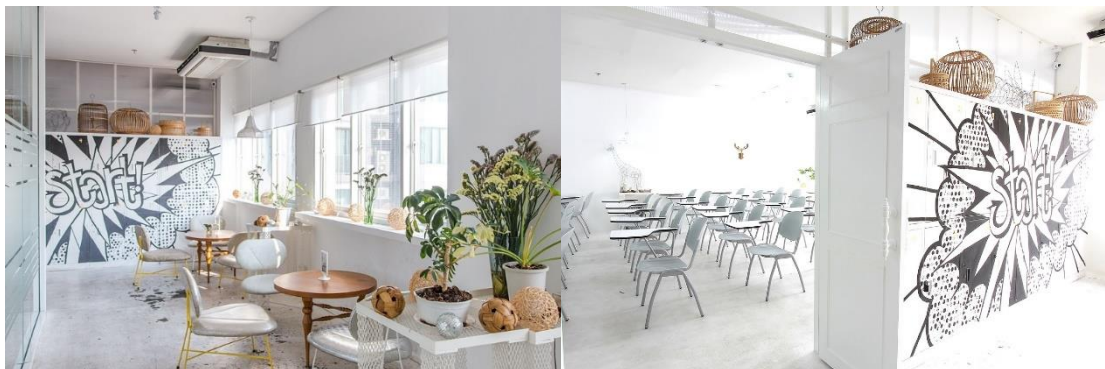
การจัดผังอาคารของ โควเวิร์คกิ้งสเปซ D ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมี เค๊าท์เตอร์ติดต่อบริการ พื้นที่นั่งพักคอย และพื้นที่จำหน่ายขนมเครื่องดื่ม จัดอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้า โซนนี้สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ประมาณ 10 คน ถัดมาเป็นห้อง ประชุมมีขนาดแตกต่างกันออกไป แบ่งเป็น 5 ห้อง หรือจะปรับเปลี่ยนเป็นห้องสัมมนาขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับได้ประมาณ 40 คน และผังริมหน้าต่างถูกจัดเป็นพื้นที่ทำงานร่วมกัน สามารถนั่งทำงานเป็นกลุ่มได้ 1-3 คน



D | Co-Working Space  
12th FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.11 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โควเวิร์คกิ้งสเปซ D





ภาพที่ 4.12 บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Joint Cafe & Workspace

#### 4.1.4.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่นั่งพักคอย พื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม พื้นที่เหล่านี้จะเน้นความเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้สีน้ำตาลแดง ให้เฟอร์นิเจอร์ขัดกับภาพรวมของพื้นที่ที่เน้นสีขาวแทบจะทั้งหมด มีการจัดวางพื้นที่เพื่อรองรับกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี และการเลือกเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปร่างดูเบาสบายเคลื่อนย้าย

พื้นที่ทำงานมีการจัดวางผังแบบเปิด สามารถนั่งทำงานแบบใช้พื้นที่ร่วมกันกับผู้อื่นได้ ซึ่งเหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิมาก สามารถรองรับกับความต้องการในทุกรูปแบบด้วยแนวคิด “Workspace for all” ในรูปแบบการจัดให้มีพื้นที่นั่งที่สามารถมองเห็นวิว หรือการเพิ่มความร่มรื่นของต้นไม้ การจัดให้มีมุมชั้นวางหนังสือ เพื่อให้เกิดภาวะที่เกิดการเรียนรู้ การออกแบบในส่วนของห้องประชุมที่เปิดโอกาสให้ขีดเขียน เกิดภาวะที่ต้องทำงานใช้ความคิดร่วมกับผู้อื่นในการทำงานแบบเป็นทีม ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ ให้เกิดการเรียนรู้ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น



#### 4.1.5 โคเวิร์คกิ้งสเปซ E (SYN HUB Co-Innovative Space)

##### 4.1.5.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.13 ทางเข้าด้านหน้า ของ SYN HUB Co-Innovative Space

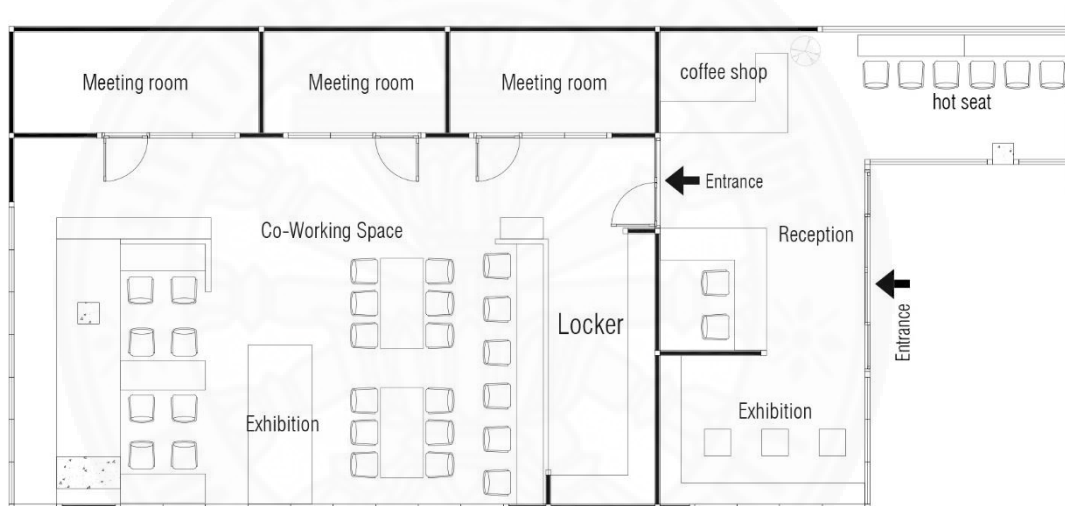
ตารางที่ 4.5

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ E (SYN HUB Co-Innovative Space)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	ราชเทวี
3.) ลักษณะอาคาร	ตั้งอยู่ชั้น 4 ของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ (ประตูน้ำ)
4.) เวลาเปิดให้บริการ	10.00-21.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 2 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม / ห้องสัมมนา (Meeting room) - พื้นที่จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป (Workshop) - ร้านกาแฟ (Coffee)
6.) ค่าบริการ	- 350 บาท/วัน - 1,500 บาท/สัปดาห์ - 5,500 บาท/เดือน - ห้องประชุม 650 บาท/ชม. (8คน) - Event 1,500 บาท/ชม. (40คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	ผู้ประกอบการมือใหม่ และผู้คิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ (maker)

#### 4.1.5.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ E ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมีพื้นที่ 3 โซนใหญ่ ๆ คือ โซนนั่งชิว (กลาง) เป็นมุมนั่งคิดไอเดียที่สามารถมองเห็นวิว เหมาะกับการนั่งทำงานชั่วคราว (Hot seat) โซนพรีเซ็นต์ (ขวา) พื้นที่สำหรับพรีเซนต์งาน มีห้องทดลอง (Laps) สำหรับผู้ที่สนใจหรืออยากทำงานวิจัยทดลองสิ่งประดิษฐ์ และโซนออกแบบผลงาน (ซ้าย) เป็นส่วนโชว์ผลงานด้านไอทีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีเค๊าท์เตอร์ติดต่อใช้บริการ ร้านกาแฟ ถัดไปด้านในเป็นพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน และห้องประชุม



E | Co-Working Space  
4th FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.14 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ E



ภาพที่ 4.15 บรรยากาศภายในของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ SYN HUB Co-Innovative Space

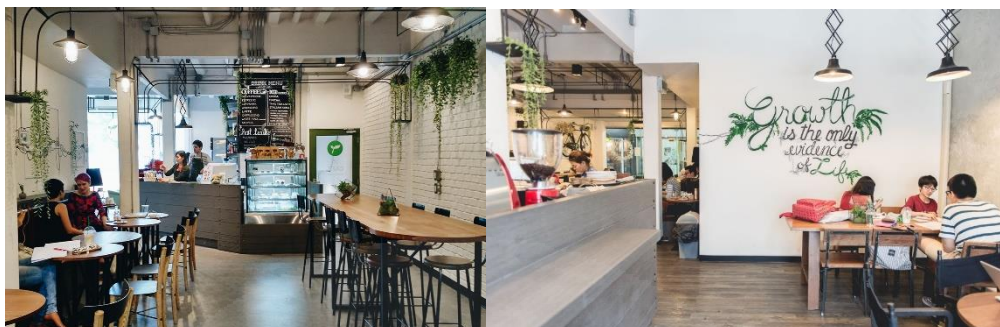
#### 4.1.5.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่ร้านกาแฟ และพื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม พื้นที่เก็บของ (สำหรับผู้ใช้บริการประจำ/รายเดือน) และพื้นที่ในการเล่น VR พื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ด้วยการเปลี่ยนบรรยากาศจากการนั่งทำงาน จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และไอเดียใหม่ๆ

พื้นที่ทำงาน นั้นมีการจัดวางผังแบบเปิด เน้นให้เหมาะกับการนั่งทำงาน ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกนั่งสบายและสามารถปรับหมุนได้เหมือนเก้าอี้สำนักงาน สามารถนั่งทำงานแบบใช้พื้นที่ร่วมกันกับผู้อื่นได้ ซึ่งเหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิมาก มีการจัดให้มีพื้นที่นั่งคุยกันสามารถมองเห็นวิว และการใช้เทคโนโลยี VR ที่เอื้อให้เกิดการเล่น การเรียนรู้และทดลอง อย่างสร้างสรรค์ร่วมกับผู้อื่น ทั้งยังปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้รองรับการจัดงาน นิทรรศการด้านเทคโนโลยี การเปิดตัวสินค้า หรือนำเสนอพรีเซนต์ต่างๆ ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ ให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น

#### 4.1.6 โคเวิร์คกิ้งสเปซ F (Growth Café & Co-Working Space)

##### 4.1.6.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.16 ทางเข้าด้านหน้า ของ Growth Café & Co-Working Space

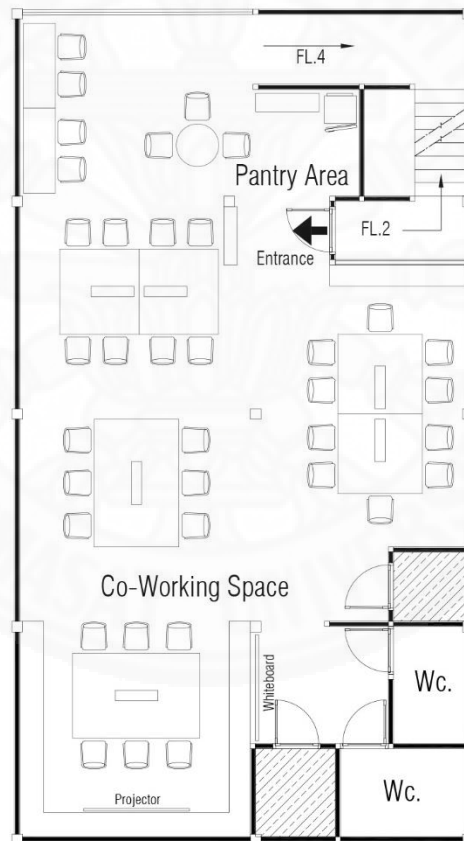
ตารางที่ 4.6

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ F (Growth Café & Co-Working Space)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ซอยสยามสแควร์ 2 เขตปทุมวัน
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	สยาม
3.) ลักษณะอาคาร	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา สูง 4 ชั้น ของโรงพยาบาลนครลิโด มัลติแพกซ์
4.) เวลาเปิดให้บริการ	7.00-01.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 2 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม (Meeting room) - ร้านกาแฟ (Coffee)
6.) ค่าบริการ	- นักเรียน 150 บาท/3ชม. (เฉลี่ย ชม.ละ 50 บาท) - คนทั่วไป 190 บาท/3ชม. (เฉลี่ย ชม.ละ 64 บาท) - ห้องประชุม 650 บาท/ชม. (12คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	นักเรียน และผู้ทำงานอิสระ

#### 4.1.6.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ F ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมีเคาท์เตอร์เพื่อติดต่อใช้บริการ อยู่ที่ชั้น 2 ในชั้นนี้ให้บริการเป็นร้านกาแฟ มีพื้นที่รองรับสำหรับผู้ให้บริการนั่งทำงานชั่วคราว พื้นที่การทำงานแบบเสียดค่าบริการจะอยู่ที่ชั้น 3 และ 4 พื้นที่นั่งทำงานที่ชั้น 3 สามารถรองรับผู้ให้บริการได้ถึง 40 คน และด้านในสุดมีมุมของชั้นหนังสือ (ภาพที่ 4.17) ส่วนชั้น 4 เมื่อขึ้นมาจะเจอส่วนของพื้นที่นั่งทำงานแบบสบาย ๆ มีโต๊ะนั่งทำงานสำหรับ 3-4 คน และมีห้องประชุมขนาดเล็ก 2 ห้อง ที่สามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุมใหญ่ได้ สามารถใช้งานได้ตั้งแต่ 4 ชั้นไป มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง ทุกชั้น และชั้น 4 มีห้องอาบน้ำ



F | Co-Working Space  
3rd FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.17 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ F



ภาพที่ 4.18 บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Growth Café (ชั้น3-4)

#### 4.1.6.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม ที่อยู่พื้นที่เดียวกันกับร้านกาแฟ และพื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม พื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ด้วยการเปลี่ยนบรรยากาศจากการนั่งทำงาน และช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ในการออกไปมองสิ่งอื่นนอกจากการทำงาน

พื้นที่ทำงาน นั้นมีการจัดวางผังแบบเปิด เน้นให้เหมาะกับการนั่งทำงาน ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกนั่งสบายที่เป็นรูปแบบเฟอร์นิเจอร์มาตรฐาน เพื่อรองรับต่อรูปแบบของการทำงาน และสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีการจัดให้มีพื้นที่นั่งคุยกัน จัดมุมที่สามารถมองเห็นวิว หรือความร่มรื่นของต้นไม้ และจัดให้มีมุมชั้นวางหนังสือต่างๆ เพื่อให้เกิดภาวะที่เกิดการเรียนรู้ ซึ่งเหมาะสมกับรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิมาก ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ ให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานคนอื่นได้



#### 4.1.7 โคเวิร์คกิ้งสเปซ G (Space@Siam)

##### 4.1.7.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.19 ทางเข้าด้านหน้า ของ Space @ Siam และพื้นที่ทำงานร่วมกัน (ชั้น2)

ตารางที่ 4.7

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ G (Space@Siam)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ซอยสยามสแควร์ 2 เขตปทุมวัน
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	สยาม
3.) ลักษณะอาคาร	อาคารพาณิชย์ 3 คูหา สูง 4 ชั้น ของโรงพยาบาลนครลิโด มัลติแพกซ์
4.) เวลาเปิดให้บริการ	08.00-22.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 3 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม (Meeting room) และ ร้านกาแฟ (Coffee)
6.) ค่าบริการ	- นักเรียน 50 บาท/ชม. และ คนทั่วไป 70 บาท/ชม. - นักเรียน 140 บาท/วัน. และ คนทั่วไป 330 บาท/วัน - นักเรียน 3,000 บาท/เดือน. และ คนทั่วไป 5,000 บาท/เดือน - ห้องประชุม (นักเรียน) 400 บาท/ชม. (4-6คน) 600 บาท/ชม. (8-10คน) และ 1,200 บาท/ชม. (15-20คน) - ห้องประชุม (คนทั่วไป) 500 บาท/ชม. (4-6คน) 750 บาท/ชม. (8-10คน) และ 1,500 บาท/ชม. (15-20คน) - ห้องประชุม (นักเรียน) 2,400 บาท/วัน (4-6คน) 3,600 บาท/วัน (8-10คน) และ 7,200 บาท/วัน (15-20คน) - ห้องประชุม (คนทั่วไป) 2,700 บาท/วัน (4-6คน) 4,050 บาท/วัน (8-10คน) และ 8,100 บาท/วัน (15-20คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	นักเรียน และกลุ่มสอนพิเศษ



#### 4.1.7.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ G ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมีเค้าท์ติดต่อสอบถาม พื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่ม และจุดบริการถ่ายเอกสาร ที่บริเวณชั้น 2 เป็นพื้นที่ทำงานร่วมกัน ชั้น 3 เป็นห้องประชุมทั้งหมด และห้องน้ำ ชั้นที่ 4 เป็นพื้นที่สำหรับนั่งทำงาน และสามารถจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป ชั้นถัดไปบนสุดบนดาดฟ้า เป็นพื้นที่การทำงานร่วมกัน แต่เป็นรูปแบบลักษณะนั่งบนพื้นหญ้าเทียม



G | Co-Working Space  
2nd FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.20 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ G



ภาพที่ 4.21 บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Space @ Siam (บริเวณชั้น4)

#### 4.1.7.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม ที่อยู่พื้นที่เดียวกันกับร้านกาแฟ และพื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม พื้นที่เหล่านี้ช่วยให้อำนวยความสะดวกในการสอบถามและการเปลี่ยนอริยาบถจากการนั่งทำงาน เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานด้วยการพักผ่อนหوارهไร้รับประทาน

พื้นที่ทำงาน นั้นมีการจัดวางผังแบบเปิด ที่สามารถนั่งทำงานได้โดยมีพื้นที่นั่งที่สามารถมองเห็นวิวบรรยากาศภายนอกได้ เกิดการกระตุ้นความคิดในการทำงาน ส่วนชั้น 3 และ 4 ที่รองรับการทำงานของรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับการนำเสนอ สามารถขีดเขียนที่ผนังได้ และสามารถปรับพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรม หรือสัมมนาได้ ส่วนชั้น 5 เป็นรูปแบบการผ่อนคลายจากการทำงาน ด้วยรูปแบบการนั่งพื้นบนหญ้าเทียม ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และเป็นรูปแบบของการผ่อนคลายจากการทำงาน

## 4.1.8 โคเวิร์คกิ้งสเปซ H (Klique X Samyan)

### 4.1.8.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.22 พื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Klique X Samyan

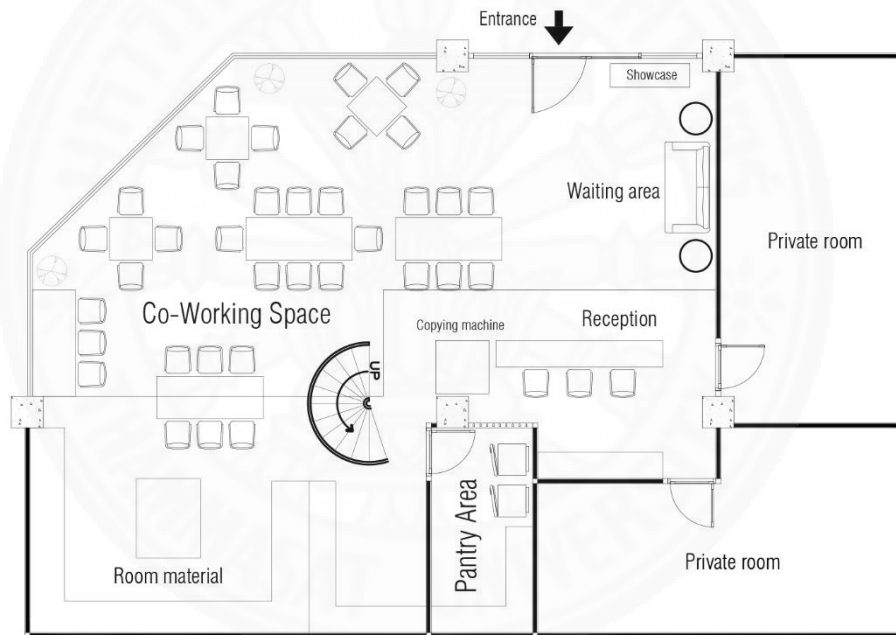
### ตารางที่ 4.8

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ H (Klique X Samyan)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ซอยจุฬาลงกรณ์ 9 เขตปทุมวัน
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	สยาม
3.) ลักษณะอาคาร	ตั้งอยู่ศูนย์การค้าแอมพาร์ค ชั้น 3
4.) เวลาเปิดให้บริการ	09.00-24.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 4 เดือน (เปิดให้ใช้บริการเมื่อต้นปี พ.ศ.2561)
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่จัดกิจกรรม (Workshop) - ห้องทำงานแบบออฟฟิศ (Office)
6.) ค่าบริการ	- 50 บาท/ชม. - 300 บาท/วัน - ห้องประชุม 300 บาท/ชม. (6-8คน) และ 600 บาท/ชม. (12-18คน) - Event 1,500 บาท/ชม. (30คน) - ห้องทำงาน 25,000 บาท/เดือน (5คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	นักเรียน และนักออกแบบ

#### 4.1.8.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ H ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมี เค๊าท์ติดต่อสอบถาม และพื้นที่การทำงานร่วมกันอยู่บริเวณด้านหน้า ด้านในฝั่งทางขวา เป็นห้อง ตัวอย่างวัสดุ (Material) สำหรับนักออกแบบ พื้นที่สำหรับบริการเครื่องตีหมากาแฟ และขนม จะอยู่ ถัดจากโซนนี้ พื้นที่ทำงานส่วนที่เป็นส่วนตัว (Private room) เป็นห้องทำงานสำหรับลูกค้ารายเดือน จะอยู่ด้านหลังของเค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม เมื่อขึ้นบันไดไปส่วนที่เป็นชั้นลอยจะเป็นห้องประชุมที่สามารถจัดเวิร์คช็อปขนาดใหญ่ได้



H | Co-Working Space  
3rd FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.23 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ H



ภาพที่ 4.24 บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Klique X Samyan

#### 4.1.8.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่นั่งคอย และพื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม พื้นที่เหล่านี้ช่วยให้อำนวยความสะดวก และการเปลี่ยนอริยาบถจากการนั่งทำงาน เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานด้วยการพักผ่อนหาอะไรรับประทาน

พื้นที่ทำงานมีการจัดวางผังแบบเปิด เพื่อรองรับกิจกรรมการทำงาน และการจัดสัมมนาต่างๆ มีพื้นที่นั่งคุยกัน และสามารถมองเห็นบรรยากาศภายนอกได้เกือบทั้งหมด มีมุมให้ความรู้จากตัวอย่างวัสดุในงานก่อสร้าง และการจัดวางเฟอร์นิเจอร์แบบลักษณะเป็นกลุ่มเพื่อ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน รวมถึงการใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เน้นการนั่งสบาย มีรูปแบบความสวยงามโดยการจัดวางที่แตกต่างกันออกไป เป็นเฟอร์นิเจอร์ลอยตัวทั้งหมด มีน้ำหนักเบา และสามารถขยับย้ายเปลี่ยนตำแหน่งได้ง่าย ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ การสร้างประสบการณ์ ให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น



#### 4.1.9 โคเวิร์คกิ้งสเปซ I (DRAFT BOARD)

##### 4.1.9.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.25 ทางเข้าด้านหน้า DRAFT BOARD และทำงานแบบออฟฟิศ

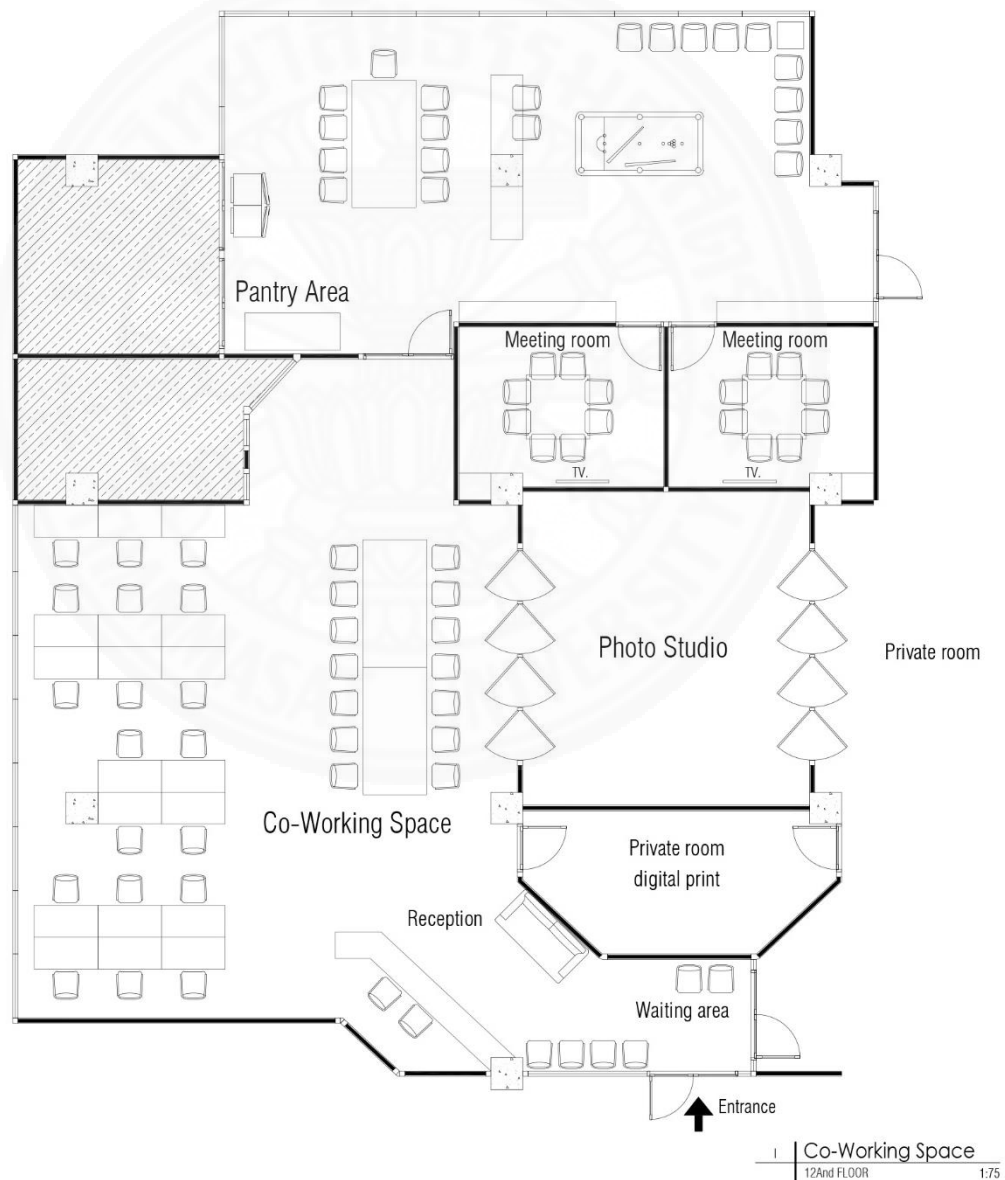
#### ตารางที่ 4.9

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ I (DRAFT BOARD)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ซอยชิดลม เขตปทุมวัน
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	ชิดลม
3.) ลักษณะอาคาร	ตั้งอยู่อาคารอรกานต์ ชั้นที่ 12A
4.) เวลาเปิดให้บริการ	09.00-20.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 3 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม/ ห้องสัมมนา (Meeting room) - สตูดิโอ (Studio) - ห้องทำงานแบบออฟฟิศ (Office)
6.) ค่าบริการ	- 300 บาท/วัน และ 3,000 บาท/เดือน - ห้องประชุม 400 บาท/ชม. (6คน) 400 บาท/ชม. (8-10คน) และ 900 บาท/ชม. (15-20คน) - ห้องประชุม 2,600 บาท/วัน (6คน) 3,900 บาท/วัน (8-10คน) และ 5,900 บาท/วัน (15-20คน) - Studio 9,000 บาท/วัน - ห้องทำงาน 35,000 บาท/เดือน (4คน) 48,000 บาท/เดือน (6คน) 63,000 บาท/เดือน (8คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	คนทำงานด้านครีเอทีฟ เช่น ช่างภาพ ดีไซน์เนอร์ กราฟฟิก ฟรีแลนซ์

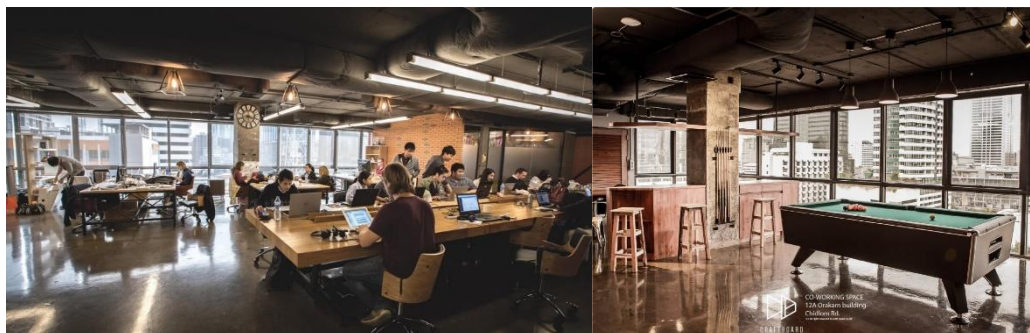
#### 4.1.9.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ I ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้น ทางฝั่งซ้ายจะเป็นเค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม ถัดไปจะเป็นพื้นที่นั่งทำงานแบบรายวัน (Share desk) ถัดไปข้างๆริมหน้าต่างเป็นพื้นที่นั่งทำงานแบบโต๊ะทำงานส่วนตัว (Fixed desk) ส่วนทางฝั่งขวาจะเป็นส่วนของห้องทำงานส่วนตัว (Private office) โดยมีขนาดห้องให้เลือกทั้งขนาด 4 - 8 คน บริเวณตรงกลางเป็นส่วนของห้องประชุม (Meeting room) ห้องประชุมใหญ่ (Large meeting) และสตูดิโอ (Studio) และด้านหลังสุดจัดเป็นพื้นที่พักผ่อน มีทั้งโต๊ะสนุ๊ก บาร์เครื่องดื่ม และพื้นที่รับประทานอาหาร เป็นต้น



ภาพที่ 4.26 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ I





ภาพที่ 4.27 บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ DRAFT BOARD

#### 4.1.9.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่นั่งคอย และพื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม หรือพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมร่วมกัน ที่มีโต๊ะพูล พื้นที่เหล่านี้สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดการเล่น และการเปลี่ยนอริยาบถจากการนั่งทำงาน เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานด้วยการพักผ่อนหาอะไรรับประทาน

พื้นที่ทำงานมีการจัดวางผังแบบเปิด ที่เหมาะแก่การมาทำงานชั่วคราว และทำงานประจำ รวมไปถึงการทำงานโดยใช้สตูดิโอถ่ายภาพ (Photo studio) พร้อมอุปกรณ์ไฟสตูดิโอ ห้อง Fabrication studio ที่สามารถปรับงานคุณภาพด้วยระบบ Digital print เพื่อรองรับการทำงาน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีการจัดรูปแบบในการที่ต้องการค้นหาไอเดียใหม่ๆ จัดให้มีพื้นที่นั่งคุยกันกระตุ้นความคิดที่ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น ทำให้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีการจัดแบ่งพื้นที่การทำงานที่ต้องการสมาธิและความเป็นส่วนตัวที่ปราศจากการรบกวน ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับด้านครีเอทีฟ เช่น ช่างภาพ ดีไซน์เนอร์ กราฟฟิก ฟรีแลนซ์ ที่ต้องการแรงบันดาลใจ ร่วมกันแชร์ไอเดียระหว่างกัน ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และส่งเสริมในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นในสายงานเดียวกัน

#### 4.1.10 โคเวิร์คกิ้งสเปซ J (Wolf)

##### 4.1.10.1 ข้อมูลทั่วไป



ภาพที่ 4.28 ทางเข้าด้านหน้า Wolf และเคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม

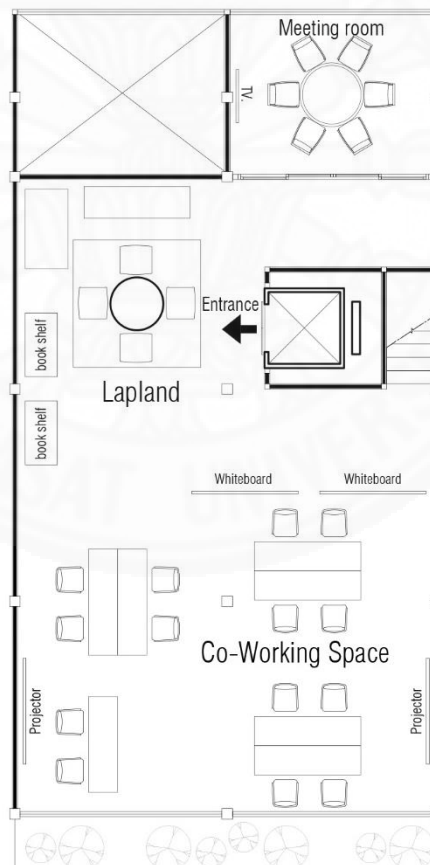
#### ตารางที่ 4.10

แสดงข้อมูลทั่วไปของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ J (Wolf)

ข้อมูล	รายละเอียด
1.) ที่ตั้ง	ถนนสุขุมวิท เขตบางรัก
2.) สถานีรถไฟฟ้า (BTS)	สุขุมวิท
3.) ลักษณะอาคาร	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา สูง 5 ชั้น
4.) เวลาเปิดให้บริการ	09.00-20.00 น.
5.) ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ	ประมาณ 2 ปี
5.) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) - ห้องประชุม/ ห้องสัมมนา (Meeting room) - พื้นที่แสดงนิทรรศการงานศิลป์ (Art gallery) - ห้องทำงานแบบออฟฟิศ (Office)
6.) ค่าบริการ	- 290 บาท/ชม. - 5,200 บาท/เดือน - ห้องประชุม 350 บาท/ชม. (6-7คน) และ 400 บาท/ชม. (8คน) - จัดสัมมนา 900 บาท/ชม. (10-15คน) 1,200 บาท/ชม. (20-25คน) 1,400 บาท/ชม. (26-35คน) 1,600 บาท/ชม. (36-45คน) และ 1,800 บาท/ชม. (46-50คน) - ห้องทำงาน 34,000 บาท/เดือน (3คน) - โต๊ะทำงานประจำ 6,900 บาท/เดือน (1คน)
7.) กลุ่มเป้าหมายหลัก	ผู้ประกอบการ/ คนทำงานอิสระที่ชื่นชอบการเดินทาง (digital nomad)

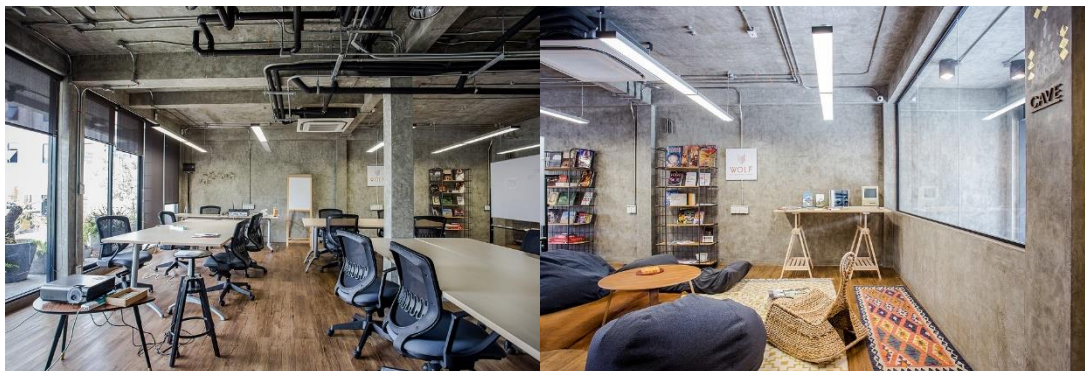
#### 4.1.10.2 การจัดแบ่งและการปรับใช้งานพื้นที่

การจัดผังอาคารของโคเวิร์คกิ้งสเปซ J ที่ได้เข้าไปทำการสำรวจนั้นมีเคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม และโซนสำหรับนั่งพูดคุย และรับประทานอาหาร อยู่ที่ชั้นล่างสุด ถัดมาที่ชั้น 2 สำหรับรองรับการจัดประชุมสัมมนา ถัดมาโซนแลปแลนด์ (Lapland) สำหรับจับกลุ่มสนทนา แลกเปลี่ยนไอเดียกับผู้อื่น นั่งเล่นอ่านหนังสือผ่อนคลายจากการทำงาน และมีห้องประชุมที่รองรับได้ 8-10 คน ถัดมาที่ชั้น 3 เป็นพื้นที่นั่งทำงานแบบยาว (Long table) ติดกับผนังกระจก พื้นที่ลักษณะเปิดโล่งทำให้มองเห็นวิวภายนอกได้ มีพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลงานทางศิลปะบริเวณตรงกลาง และห้องประชุมที่รองรับได้ 6 คน สำหรับชั้น 4-5 เป็นพื้นที่สำหรับการทำงานเป็นกลุ่ม (Private office) ที่ใช้โต๊ะแบบตัว Y (Workstation) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวขณะทำงานที่สามารถวางจอคอมพิวเตอร์ได้ 2-3 หน้าจอพร้อมกัน



J | Co-Working Space  
2nd FLOOR 1:75

ภาพที่ 4.29 ผังพื้นที่นั่งทำงานร่วมกัน ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ J



ภาพที่ 4.30 บรรยากาศของพื้นที่ทำงานร่วมกัน ของ Wolf (ชั้น 2)

#### 4.1.10.3 การวิเคราะห์การจัดพื้นที่ ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้น

พื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ เค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม พื้นที่นั่งคอย และพื้นที่เตรียมอาหาร-เครื่องดื่ม ถูกจัดอยู่ที่ชั้นล่างสุดเป็นพื้นที่เพื่อติดต่อสอบถาม รับประทานอาหารร่วมกัน เป็นโซนสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ที่เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนบรรยากาศจากการนั่งทำงาน เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานด้วยการพักผ่อนหาอะไรรับประทาน รวมถึงพื้นที่จัดนิทรรศการ จัดแสดงผลงานศิลปะ และมุมหนังสืออ่านเล่น เพื่อให้ความรู้ และร่วมกันแชร์ไอเดียระหว่างกัน

พื้นที่ทำงานมีการจัดวางผังแบบเปิด ที่มีทั้งรูปแบบการมาทำงานชั่วคราว และทำงานประจำ เพื่อรองรับการทำงานและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และมีการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ผสมผสานกับความเป็นลอฟท์ที่ช่วยสร้างกลิ่นอายของความเป็นชนเผ่า เพื่อสร้างเอกลักษณ์และสร้างแรงบรรดาลใจให้กับคนทำงานอิสระที่ชื่นชอบการเดินทาง ทั้งยังสามารถมองเห็นบรรยากาศภายนอกเห็นถึงบรรยากาศความร่มรื่นของต้นไม้ และมีพื้นที่สำหรับผู้ที่ต้องการทำงานแบบส่วนตัว หรือทำงานเป็นกลุ่มย่อยที่ปราศจากการรบกวนที่บริเวณชั้นบนสุด ดังนั้นพื้นที่ทำงานร่วมกันนี้ จึงเหมาะกับการทำงานที่ต้องการแรงบรรดาลใจ ร่วมกันแชร์ไอเดียระหว่างกัน ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และส่งเสริมในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น

## 4.2 ผลการวิจัย จากการสำรวจ (field survey)

### 4.2.1 ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ (physical environment)

จากการสำรวจด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 4.2.1.1 ด้านรูปแบบของอาคาร ขนาดพื้นที่ และองค์ประกอบของพื้นที่

ตารางที่ 4.11

แสดงประเภทของอาคาร และขนาดพื้นที่ ของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	ประเภทของอาคาร	ขนาดพื้นที่ ≤ 200 ตารางเมตร	ขนาดพื้นที่ ≥ 200 ตารางเมตร
A	อาคารพาณิชย์ 3 คูหา สูง 7 ชั้น		√
B	อาคารกึ่งถาวร 2 ชั้น	√	
C	อาคารขนาดใหญ่พิเศษ	√	
D	อาคารขนาดใหญ่พิเศษ		√
E	อาคารสาธารณะ (ศูนย์การค้า)		√
F	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา สูง 4 ชั้น		√
G	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา สูง 5 ชั้น		√
H	อาคารสาธารณะ (ศูนย์การค้า)		√
I	อาคารขนาดใหญ่พิเศษ		√
J	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา สูง 5 ชั้น		√

ผลจากการสำรวจ (ตารางที่ 4.11) ศึกษาเปรียบเทียบด้านรูปแบบของอาคาร และขนาดพื้นที่ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วเป็นอาคารพาณิชย์ อาคารขนาดใหญ่พิเศษ และอาคารสาธารณะ (ศูนย์การค้า) ตามลำดับ และมีขนาดพื้นที่มากกว่า 200 ตารางเมตร เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ อาจเพราะขนาดพื้นที่ที่มากกว่า 200 ตารางเมตร นั้นเป็นขนาดพื้นที่ที่เหมาะสมและเพียงพอกับการใช้งาน

ตารางที่ 4.12

แสดงองค์ประกอบของพื้นที่ภายใน โคเวิร์คกิ้งสเปซ

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	PUBLIC			SEMI - PUBLIC					PRIVATE		พื้นที่สนับสนุน อื่นๆ
	ส่วนต้อนรับ (Information)	ภูมิทัศน์ (Landscaping)	พื้นที่จำหน่ายอาหาร / เครื่องดื่ม	พื้นที่การทำงานร่วมกัน	พื้นที่ประชุม / ห้องประชุม	พื้นที่ทานอาหาร / เตรียมอาหาร	พื้นที่ส่วนสนับสนุน 1.พื้นที่ให้ความรู้ / ห้องสมุด 2.พื้นที่พักผ่อน / เล่นเกม 3.พื้นที่สำหรับจัดแสดง	ห้องน้ำ	ห้องทำงานส่วนตัว/ประจำ	พื้นที่เก็บของ / ผากของ	
A	√	-	√	√	√	√	3	√	√	-	ที่จอดรถ
B	√	√	√	√	√	√	-	√	-	-	ร้านกาแฟ
C	√	-	-	√	√	√	-	-	-	-	-
D	√	-	√	√	√	-	-	-	-	-	-
E	√	-	-	√	√	√	1, 2, 3	-	-	√	ร้านกาแฟ
F	√	-	-	√	√	√	1	√	-	-	ร้านกาแฟ
G	√	-	√	√	√	-	-	√	-	-	ร้านกาแฟ
H	√	-	√	√	√	√	1	-	√	-	-
I	√	-	-	√	√	√	2, 3	-	√	-	-
J	√	-	-	√	√	√	1, 2, 3	√	√	-	-

ผลจากการสำรวจ (ตารางที่ 4.12) ศึกษาเปรียบเทียบด้านองค์ประกอบของพื้นที่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ พบว่า พื้นที่ส่วนต้อนรับ พื้นที่ทำงานร่วมกัน และพื้นที่ประชุม เป็นองค์ประกอบของพื้นที่หลักที่ทุกโคเวิร์คกิ้งสเปซ มีเหมือนกัน ส่วนองค์ประกอบพื้นที่อื่น ๆ นั้น อาจมีข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบอาคาร ขนาดพื้นที่ กลุ่มผู้ให้บริการ หรือแม้กระทั่งจุดประสงค์ของการให้บริการนั้นแตกต่างกันออกไป



#### 4.2.1.2 ด้านสภาพแวดล้อมของ แสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ

ผลจากการสำรวจ (ตารางที่ 4.13) ศึกษาเปรียบเทียบด้านสภาพแวดล้อม ภายภาพของ แสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.13

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบด้านสภาพแวดล้อมภายภาพของ แสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ

โคเวิร์คกิงสเปซ (Co-Working Space)	ประเภทของแสงสว่าง (1)				เสียงรบกวน (2)	อุณหภูมิอากาศ (3)
	Warm White	Cool White	Daylight	Natural light		
A	√	√	-	√	≤ 60 dB(A)	25°C
B	-	√	-	√	> 60 dB(A)	24°C
C	√	-	√	√	> 60 dB(A)	24°C
D	-	-	√	√	≤ 60 dB(A)	25°C
E	√	√	√	√	≤ 60 dB(A)	25°C
F	√	√	-	√	> 60 dB(A)	23°C
G	√	-	√	√	≤ 60 dB(A)	25°C
H	-	√	-	√	≤ 60 dB(A)	24°C
I	√	√	-	√	≤ 60 dB(A)	25°C
J	√	√	-	√	≤ 60 dB(A)	24°C

(1) ประเภทของแสงสว่าง พบว่า มีการเลือกใช้แสงสว่างจากธรรมชาติ เพื่อรับแสงสว่างและบรรยากาศจากภายนอกอาคาร และการเลือกใช้แสงจากดวงโคม ส่วนใหญ่เลือกใช้ประเภทแสงวอร์มไวท์และแสงคูลไวท์ ทั้งนี้เพราะให้ค่าแสงสว่างในระดับที่พอเหมาะต่อการทำงาน และไม่สว่างจ้าเกินไป

(2) เสียงรบกวน พบว่า โดยส่วนใหญ่เสียงรบกวนภายในพื้นที่ทำงานเป็นเพียงเสียงของการพูดคุยในระดับปกติ จากทฤษฎี ความดังของเสียง 60 dB(A) ที่เป็นเสียงจากการสนทนาทั่วไปไม่ถือว่าเป็นเสียงรบกวนขณะทำงาน และจากการสำรวจพบว่ามี 3 แห่ง ที่ระดับเสียงรบกวนมากกว่า 60 dB(A) ซึ่งเป็นเสียงรบกวนจากแอร์ เครื่องบดกาแฟ การทุบเคาะของงานก่อสร้าง ใกล้เคียง และเสียงจากการจราจร



(3) อุณหภูมิของอากาศ จากการใช้ เทอร์โมมิเตอร์ (Thermometer) วัดอุณหภูมิอากาศ เพื่อหาภาวะอุณหภูมิของอากาศที่เหมาะสมต่อการทำงาน พบว่า กรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง มีอุณหภูมิเฉลี่ยที่ 23 - 25°C (องศาเซลเซียส)

#### 4.2.1.3 ด้านการปรับใช้งานของพื้นที่ เทคโนโลยี และอุปกรณ์การทำงาน

ผลจากการสำรวจ ศึกษาเปรียบเทียบด้านการปรับใช้งานของพื้นที่ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.14

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านการปรับใช้งานของพื้นที่

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	Stimulate ภาวะที่ต้องการ ค้นหาไอเดียใหม่ๆ	Focus ภาวะการทำงาน ที่ใช้สมาธิ	Collaboration ภาวะการทำงาน แบบเป็นทีม	Play ภาวะที่เอื้อ ให้เกิดการเล่น	Learn ภาวะที่เกิดการ เรียนรู้
A	√	√	√	-	-
B	√	-	√	-	-
C	√	√	-	-	-
D	√	-	√	-	√
E	√	-	√	√	√
F	√	-	√	-	√
G	√	-	√	√	-
H	√	-	√	-	√
I	√	√	√	√	-
J	√	√	√	√	√

(1) ด้านการปรับใช้งานของพื้นที่ พบว่า ภาวะที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ไอเดียใหม่ ๆ (Stimulate) เช่น มีมุมหนังสือ มีพื้นที่นั่งคุยกัน มีมุมที่สามารถมองเห็นวิวภายนอก และภาวะการทำงานแบบเป็นทีม (Collaboration) เพื่อสร้างสรรค์งานให้สำเร็จบรรลุเป้าหมายงานร่วมกัน เช่น การปรับพื้นที่ทำงานให้นั่งหันหน้าเข้าหากัน ซึ่งทั้ง 2 สภาวะนี้ เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มบรรยากาศของพื้นที่ทำงานและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานอาคาร

ผลจากการสำรวจ (ตารางที่ 4.15) ศึกษาเปรียบเทียบด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	เทคโนโลยีในการทำงาน		อุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน					
	ความเร็วอินเทอร์เน็ต	เทคโนโลยีอื่นๆ	จอโปรเจคเตอร์	กระดานไวท์บอร์ด	เครื่องถ่ายเอกสาร	เครื่องปริ้นเตอร์	จอทีวี LED	อุปกรณ์สนับสนุนอื่นๆ
A	100Mb/s	-	√	√	√	-	-	เครื่องเสียง
B	50Mb/s	-	-	√	-	√	√	-
C	10Mb/s	-	-	√	√	-	-	-
D	30Mb/s	-	√	√	-	√	-	-
E	50Mb/s	- อุปกรณ์วาดรูป (wacom companion) - VR (virtual reality)	√	√	-	-	-	เครื่องเสียง
F	10Mb/s	-	√	√	-	√	-	-
G	10Mb/s	-	√	√	√	-	√	ผนังที่เขียนได้
H	30Mb/s	-	√	-	√	-	√	เครื่องเสียง
I	100Mb/s	- Fabrication ห้องปริ้นงานคุณภาพ ด้วยระบบ digital print	√	√	√	√	√	สตูดิโอถ่ายภาพ (photo studio) และ เครื่องเสียง
J	100Mb/s	-	√	√	√	√	√	เครื่องเสียง

(2) ด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน พบว่า ความเร็วของอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการทำงาน ทั้งนี้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมกับการทำงานนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของการทำงานและกลุ่มผู้ใช้งาน ด้านอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน พบว่ามี กระดานไวท์บอร์ด จอโปรเจคเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องปริ้นเตอร์ และจอทีวี เป็นต้น ส่วนเทคโนโลยีและอุปกรณ์สนับสนุนอื่น ๆ นั้นมีเพื่อสนับสนุนต่อกิจกรรมการทำงานที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายหลักของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ แห่งนั้น ๆ

#### 4.2.1.4 ด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร / ภูมิทัศน์

ผลจากการสำรวจ (ตารางที่ 4.16) ศึกษาเปรียบเทียบด้านสภาพแวดล้อมของการจัดภูมิทัศน์ (Landscaping) และการตกแต่งภายใน (Interior) รวมทั้งการเลือกใช้สีในการตกแต่ง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.16

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านการจัดภูมิทัศน์ และการตกแต่งภายใน

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	การจัดภูมิทัศน์ (Landscaping)		การตกแต่งภายใน (Interior)
	มีส่วน	ไม่มีส่วน	รูปแบบสไตล์ ด้านความสวยงาม
<p>A</p> 	-	<p>✓</p> <p>เห็นวิวด้านหน้าอาคาร และบดาดฟ้าของอาคาร</p>	<p>Loft : ใช้โครงสร้างอาคารเดิม</p> 
<p>B</p> 	✓	<p>✓</p> <p>เห็นวิวด้านหน้าอาคาร</p>	<p>Minimal : เรียบง่ายใกล้ชิดธรรมชาติ</p> 
<p>C</p> 	-	<p>✓</p> <p>เห็นวิวสถานีรถไฟฟ้า</p>	<p>Mix Style : มีรูปแบบที่ผสมผสาน</p> 
<p>D</p> 	-	<p>✓</p> <p>วิวชั้น12 โรงแรมเอเชีย</p>	<p>Minimal : ใช้โทนสีขาวทั้งหมด</p> 

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านการจัดภูมิทัศน์ และการตกแต่งภายใน

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	การจัดภูมิทัศน์ (Landscaping)		การตกแต่งภายใน (Interior)
	มีส่วน	ไม่มีส่วน	รูปแบบสไตล์ ด้านความสวยงาม
E 	-	✓ วิวชั้น12 Pantip ประตูน้ำ	Modern : ความทันสมัยด้านนวัตกรรม 
F 	-	✓ เห็นวิวร้านค้า สยามสแควร์	Natural Loft : ผสมผสานธรรมชาติกับพื้นที่ทำงาน 
G 	-	✓ เห็นวิวร้านค้า สยามสแควร์	Modern : เรียบง่ายเน้นประโยชน์ใช้สอย 
H 	-	✓ วิวร้านค้า I'm park	Modern : เรียบง่าย ทันสมัย 
I 	-	✓ เห็นวิวย่านชิดลม	Loft Industrial : แหล่งผลิตงานดีไซน์ แบบโรงงาน 
J 	-	✓ เห็นวิวย่านถนนสุขุมวิท	Loft : ชนเผ่า Lapland / ผุงหมาป่า 

#### 4.2.2 งานบริการสนับสนุน (support services)

จากการสำรวจด้านงานบริการสนับสนุน ผู้วิจัยสรุปเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

##### 4.2.2.1 งานบริการอาคาร (Building Use services)

ตารางที่ 4.17

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบผลจากการสำรวจด้านงานบริการอาคาร

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	ด้านงานบริการอาคาร (Building Use services)								
	งานรักษาความสะอาด (1)		งานรักษาความปลอดภัย (2)			งานกำจัดขยะ (3)		งานดูแลรักษาสวน/ พื้นที่โดยรอบ (4)	
	พนักงาน โคเวิร์คกิ้ง สเปซ	แม่บ้าน ของบริษัท	รปภ. ของบริษัท	พนักงาน โคเวิร์คกิ้ง สเปซ	CCTV กล้อง วงจรปิด	พนักงาน โคเวิร์คกิ้ง สเปซ	แม่บ้าน ของบริษัท	พนักงาน โคเวิร์คกิ้ง สเปซ	แม่บ้าน ของบริษัท
A	√	-	-	√	√	√	-	√	-
B	√	-	-	√	√	√	-	√	-
C	√	-	-	√	√	√	-	√	-
D	√	√	√	√	√	√	√	√	√
E	√	√	√	√	√	√	√	√	√
F	√	-	-	√	√	√	-	√	-
G	√	-	-	√	√	√	-	√	-
H	√	-	√	√	√	√	-	√	-
I	√	√	√	√	√	√	√	√	√
J	√	-	-	√	√	√	-	√	-

(1) งานรักษาความสะอาด พบว่า เรื่องของความสะอาดขึ้นพื้นฐานที่ดูแลเป็นประจำ ได้แก่ งานปัดกวาดฝุ่นละออง งานถูพื้น รวมไปถึงงานเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และสถานที่ เป็นหน้าที่ดูแลโดยพนักงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยพนักงานจะปฏิบัติงานประจำวันทุกวัน ช่วงเวลาหลังจากให้บริการ หรือช่วงเวลาก่อนให้บริการ และบริเวณโดยรอบ เช่น ทางเดินภายในอาคารที่โคเวิร์คกิ้งสเปซนั้นเช่าพื้นที่อยู่ เป็นหน้าที่ดูแลของแม่บ้านของอาคารให้เช่านั้น ๆ

(2) งานรักษาความปลอดภัย พบว่า การดูแลรักษาความปลอดภัยภายใน โคเวิร์คกิ้งสเปซ นั้นเป็นอีกหนึ่งหน้าที่ของพนักงานของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่นอกจากการเดินดูความเรียบร้อยแล้ว งานรักษาความปลอดภัยที่ขาดไม่ได้คือ ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) ที่ถูกติดตั้งตามมุมต่าง ๆ ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ

(3) งานกำจัดขยะ พบว่า อยู่ในหมวดย่อยของงานรักษาความสะอาดที่ดูแลโดยพนักงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ซึ่งจะเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยในแต่ละวันไปไว้ยังจุดสำหรับพักขยะเพื่อรอรถเก็บขยะของทางสำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานครนำไปกำจัดต่อไป

(4) งานดูแลรักษาสวนและพื้นที่โดยรอบ จากการสำรวจมีโคเวิร์คกิ้งสเปซ B แห่งเดียวที่มีสวนขนาดเล็ก พบว่า ดูแลโดยพนักงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซประจำในช่วงเวลาเช้าก่อนเปิดให้บริการ และงานดูแลพื้นที่โดยรอบมีการดูแลทางเข้าหรือด้านหน้าอาคาร เพื่อให้ดูสะอาดและไม่มีสิ่งกีดขวางรบกวนขณะเปิดให้บริการ

#### 4.2.2.2 งานบริการสำนักงานและบริการอื่น (Office/Customised services)

ตารางที่ 4.18

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบด้านงานบริการสำนักงานและบริการอื่น

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	งานบริการสำนักงานและบริการอื่น (Office/Customised services)						อื่นๆ
	งานต้อนรับ/ประชาสัมพันธ์ (1)		งานบริการ รับ-ฝากเอกสาร (2)	บริการจองห้อง/ พพ.จัดกิจกรรม (3)	งานจัดเก็บ/ฝาก อุปกรณ์การทำงาน (4)		
	พนักงาน	เว็บไซต์/ Facebook			Locker	โต๊ะส่วนตัว	
A	√	√	√	√	√	√	มีออฟฟิศให้เช่า
B	√	√	-	√	-	-	-
C	√	√	-	√	-	-	-
D	√	√	-	√	√	-	-
E	√	√	-	√	√	-	-
F	√	√	-	√	-	-	-
G	√	√	-	√	√	-	-
H	√	√	√	√	-	√	มีออฟฟิศให้เช่า
I	√	√	√	√	-	√	มีออฟฟิศให้เช่า
J	√	√	√	√	-	√	มีออฟฟิศให้เช่า

(1) งานต้อนรับ/ประชาสัมพันธ์ ทั้งด้านการดูแลให้บริการ การต้อนรับที่ดีและการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ พบว่า งานต้อนรับและให้บริการนั้นดูแลโดยพนักงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ มีช่องทางในการสอบถามผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค ทั้งนี้เพราะเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

(2) งานบริการรับ-ฝากเอกสาร พบว่า งานบริการรับ-ฝากเอกสาร นั้น สอดคล้องกับการเช่าพื้นที่ทำงานแบบโต๊ะส่วนตัว หรือเช่าแบบใช้พื้นที่ออฟฟิศทำงาน

(3) งานบริการจองห้อง สามารถสอบถามการจองผ่านสื่อออนไลน์ หรือเข้ามาติดต่อโดยตรงที่โคเวิร์คกิ้งสเปซ จากการสำรวจพบว่า บางแห่งสามารถติดต่อเข้าไปใช้บริการได้เลย แต่บางแห่งต้องทำการจองหรือติดต่อล่วงหน้า ทั้งนี้เพราะเพื่อให้พนักงานได้เตรียมความเรียบร้อยก่อนผู้ใช้บริการเข้ามาใช้งาน

(4) งานจัดเก็บอุปกรณ์การทำงาน พบว่า สอดคล้องกับการเช่าแบบใช้พื้นที่ออฟฟิศทำงาน ทั้งนี้เพราะผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะมีโต๊ะทำงานประจำ (Fixed desk) หรือห้องทำงานส่วนตัว (Private room) จึงสามารถฝากอุปกรณ์การทำงานไว้ที่โคเวิร์คกิ้งสเปซได้โดยไม่ต้องขนย้ายไปมา

#### 4.2.3 ข้อมูลการเปรียบเทียบอัตราค่าบริการ

จากการสำรวจอัตราค่าบริการ ผู้วิจัยสรุปเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

##### 4.2.3.1 ค่าบริการ พื้นที่ทำงานร่วมกัน

ตารางที่ 4.19

แสดงข้อมูลอัตราค่าบริการ พื้นที่ทำงานร่วมกัน

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	ราย ชม.	รายวัน	รายสัปดาห์	รายเดือน
A	-	280	-	4,500
B	99 (1ชม.)	220	1,280	4,700
C	-	นักเรียน 100 คนทั่วไป 200	-	นักเรียน 1,500 คนทั่วไป 3,000
D	100 (1ชม.)	300	1,750	-
E	-	350	1,500	5,500
F	นักเรียน 150 (3ชม.) คนทั่วไป 190 (3ชม.)	นักเรียน 230 คนทั่วไป 290	-	-
G	นักเรียน 50 (1ชม.) คนทั่วไป 70 (1ชม.)	นักเรียน 140 คนทั่วไป 330	-	นักเรียน 3,000 คนทั่วไป 5,000
H	50 (1ชม.)	300	-	-
I	-	300	-	3,000
J	-	290	-	5,200



อัตราค่าบริการ พื้นที่ทำงานร่วมกัน แต่ละแห่งมีการคิดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) อัตราค่าบริการรายชั่วโมง ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ F G และ H พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยจุฬาฯ จึงมีรูปแบบการคิดอัตราค่าบริการแบบรายชั่วโมง เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการ

(2) อัตราค่าบริการรายวัน ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ C และ G มีค่าบริการที่ถูกกว่าแห่งอื่น ๆ โดยเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็น นักเรียน/นักศึกษา ในการคิดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันของแต่ละแห่ง พบว่า นอกจากจะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังรวมถึงความสวยงามของการออกแบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ รวมถึงทำเลที่ตั้งในเขตต่าง ๆ อีกด้วย

(3) อัตราค่าบริการรายสัปดาห์ พบว่ามีเพียงโคเวิร์คกิ้งสเปซ B D และ E เพียง 3 แห่ง เท่านั้นที่มีรูปแบบของลักษณะการคิดอัตราค่าบริการแบบรายสัปดาห์ เพื่อเป็นทางเลือกของการคิดค่าบริการที่คุ้มค่าให้แก่ลูกค้า

(4) อัตราค่าบริการรายเดือน พบว่าโคเวิร์คกิ้งสเปซ C และ G มีค่าบริการที่ถูกกว่าแห่งอื่น ๆ ที่เน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็น นักเรียน/นักศึกษา เช่นเดียวกับการคิดค่าบริการแบบรายวัน เพื่อเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าให้แก่ลูกค้า และพบว่า โคเวิร์คกิ้งสเปซ E มีอัตราค่าบริการที่แพงกว่าแห่งอื่น เนื่องจากตั้งอยู่ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ (ประตูน้ำ) ที่มีปัจจัยในการอำนวยความสะดวกสบาย มีความปลอดภัย มีที่จอดรถ และอื่น ๆ ที่ครบครัน

#### 4.2.3.2 ค่าบริการ ห้องประชุม จัดสัมมนา และห้องทำงานส่วนตัว

ตารางที่ 4.20

แสดงข้อมูลอัตราค่าบริการ ห้องประชุม จัดสัมมนา และห้องทำงานส่วนตัว

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	ราย ชม.	รายวัน	รายสัปดาห์	รายเดือน
A	ห้องประชุม 300 (8คน/1ชม.)	-	-	ห้องทำงาน 10,900 (4-6คน)
B	ห้องประชุม 600 (8-12คน/1ชม.)	ห้องประชุม 4,000 (8-12คน)	-	-
C	ห้องประชุม 100 (3-5คน/1ชม.) 200 (6-10คน/1ชม.)	-	-	-
D	ห้องประชุม 300 (8คน/1ชม.) 500 (16คน/1ชม.)	-	โต๊ะทำงานประจำ 1,400	โต๊ะทำงานประจำ 5,400 14,400 (3เดือน) 25,200 (6เดือน) 43,800 (12เดือน)

## ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

แสดงข้อมูลอัตราค่าบริการ ห้องประชุม จัดสัมมนา และห้องทำงานส่วนตัว

โคเวิร์คกิงสเปซ (Co-Working Space)	ราย ชม.	รายวัน	รายสัปดาห์	รายเดือน
E	ห้องประชุม 650 (8คน/1ชม.) <b>Event 40 คน</b> 1,500 (1ชม.)	-	-	-
F	650 (12คน/1ชม.)	-	-	-
G	ห้องประชุม (นักเรียน) 400 (4-6คน/1ชม.) 600 (8-10คน/1ชม.) 1,200 (15-20คน/1ชม.) ห้องประชุม (คนทั่วไป) 500 (4-6คน/1ชม.) 750 (8-10คน/1ชม.) 1,500 (15-20คน/1ชม.)	ห้องประชุม (นักเรียน) 2,400 (4-6คน/วัน) 3,600 (8-10คน/วัน) 7,200 (15-20คน/วัน) ห้องประชุม (คนทั่วไป) 2,700 (4-6คน/วัน) 4,050 (8-10คน/วัน) 8,100 (15-20คน/วัน)	-	-
H	ห้องประชุม 300 (6-8คน/1ชม.) 600 (12-18คน/1ชม.) <b>Event 30 คน</b> 1,500 (1ชม.)	-	-	ห้องทำงาน 25,000 (5คน)
I	ห้องประชุม 400 (6คน/1ชม.) 600 (8-10คน/1ชม.) 900 (15-20คน/1ชม.)	ห้องประชุม 2,600 (6คน) 3,900 (8-10คน) 5,900 (15-20คน) <b>Studio</b> 9,000 <b>จัดงานสัมมนา 30 คน</b> 25,000	-	ห้องทำงาน 35,000 (4คน) 48,000 (6คน) 63,000 (8คน)
J	ห้องประชุม 400 (8คน/1ชม.) 350 (6-7คน/1ชม.) จัดงานสัมมนา 900 (10-15คน/1ชม.) 1,200 (20-25คน/1ชม.) 1,400 (26-35คน/1ชม.) 1,600 (36-45คน/1ชม.) 1,800 (46-50คน/1ชม.)	-	-	ห้องทำงาน 34,000 (3คน) โต๊ะทำงานประจำ 6,900 (1คน)

อัตราค่าบริการ ห้องประชุม จัดสัมมนา และห้องทำงานส่วนตัว แต่ละแห่งมีการคิดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) อัตราค่าบริการรายชั่วโมง ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ C D และ H พบว่า มีอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าแห่งอื่นๆ จึงมีการคิดอัตราค่าบริการเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ส่วนการจัดสัมมนาจะมีอัตราค่าบริการที่แพงกว่าห้องประชุม เนื่องจากมีการให้บริการกับคนจำนวนมาก และต้องใช้อุปกรณ์สนับสนุนที่นอกเหนือจากการประชุมกลุ่มเล็ก ๆ

(2) อัตราค่าบริการรายวัน พบว่า มีเพียงโคเวิร์คกิ้งสเปซ B G และ I ที่มีรูปแบบของลักษณะการคิดอัตราค่าบริการแบบรายวัน เพื่อเป็นทางเลือกของการคิดค่าบริการที่คุ้มค่าให้แก่ลูกค้าที่เลือกใช้ห้องประชุมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ทั้งวัน และโคเวิร์คกิ้งสเปซ I ที่มีพื้นที่ให้บริการที่เป็นลักษณะของ Studio ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากโคเวิร์คกิ้งสเปซอื่น ๆ

(3) อัตราค่าบริการรายสัปดาห์ มีโคเวิร์คกิ้งสเปซ D เพียงแห่งเดียวและมีลักษณะของการให้บริการที่เป็นรูปแบบของโต๊ะทำงานประจำ โดยการคิดอัตราค่าบริการเป็นรายสัปดาห์ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า

(4) อัตราค่าบริการรายเดือน ของทุกแห่งเป็นลักษณะของการให้บริการที่เป็นรูปแบบของโต๊ะทำงานประจำ ห้องทำงานส่วนตัว หรือ ออฟฟิศขนาดเล็ก 4-8 คน มีการคิดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันเนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ยังรวมถึงความสวยงามของการออกแบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ รวมถึงทำเลที่ตั้งในเขตต่าง ๆ อีกด้วย

#### 4.3 ผลการวิจัย จากแบบสอบถามความพึงพอใจ (satisfaction questionnaire)

##### 4.3.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย จากแบบสอบถามความพึงพอใจ ด้านข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

##### 4.3.1.1 อาชีพ

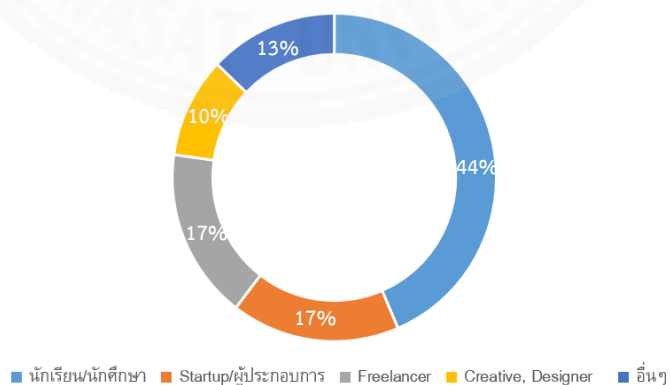
จากการแจกแบบสอบถาม ข้อมูลด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ทั้งหมด 200 คน จากกรณีศึกษาทั้งหมด 10 แห่ง โดยการกำหนดจำนวนโควตาไว้ที่ 20 คน ต่อ 1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพดังนี้

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพ

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	อาชีพ (ร้อยละ)				
	Student	Startup	Freelancer	Creative/Designer	อื่น ๆ
A	-	45	20	20	15
B	30	35	-	15	20
C	90	-	5	-	5
D	30	5	45	-	20
E	45	20	30	5	-
F	55	15	10	5	15
G	75	10	5	10	-
H	80	-	5	10	5
I	5	25	15	15	40
J	3	10	30	20	10

ผลการวิจัย (ตารางที่ 4.21) พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น นักเรียน-นักศึกษา (Student) ถึงร้อยละ 44 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ (Startup) ร้อยละ 17 ผู้ที่ทำงานอิสระ (Freelancer) ร้อยละ 17 นักออกแบบ (Creative/Designer) ร้อยละ 10 และอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานบริษัท วิศวกร ร้อยละ 13 (ภาพที่ 4.31)



ภาพที่ 4.31 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพ

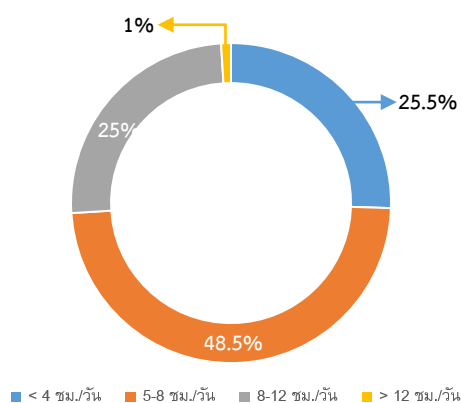
### 4.3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

โคเวิร์คกิงสเปซ (Co-Working Space)	ระยะเวลาในการใช้บริการ (ร้อยละ)			
	< 4 ชม./วัน	5-8 ชม./วัน	8-12 ชม./วัน	> 12 ชม./วัน
A	5	70	25	-
B	20	65	15	-
C	5	70	25	-
D	40	30	30	-
E	5	60	35	-
F	25	50	25	-
G	75	20	5	-
H	70	25	5	-
I	-	45	55	-
J	10	50	30	10

ผลการวิจัย (ตารางที่ 4.22) แสดงให้เห็นพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ พบว่า ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาทำงานอยู่ในโคเวิร์คกิงสเปซ มากที่สุด คือ 5-8 ชั่วโมง/วัน ถึงร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ใช้เวลาน้อยกว่า 4 ชั่วโมง/วัน ร้อยละ 25.5 ใช้เวลา 8-12 ชั่วโมง/วัน ร้อยละ 25 และใช้เวลามากกว่า 12 ชั่วโมง/วัน ร้อยละ 1 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.32)



ภาพที่ 4.32 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

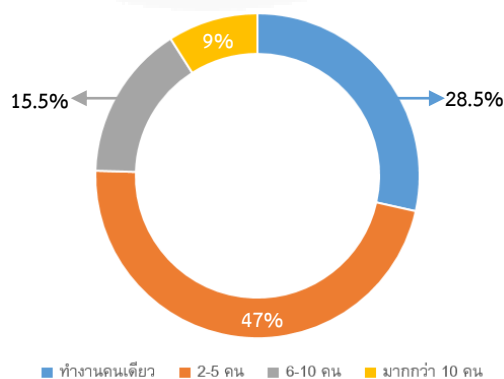
### 4.3.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.23

แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	วัตถุประสงค์ในการใช้งาน (ร้อยละ)			
	ทำงานคนเดียว	2-5 คน	6-10 คน	มากกว่า 10 คน
A	20	25	10	45
B	5	45	35	15
C	35	65	-	-
D	30	50	5	15
E	25	60	10	5
F	40	60	-	-
G	20	35	45	-
H	35	60	5	-
I	15	40	40	5
J	60	30	5	5

ผลการวิจัย (ตารางที่ 4.23) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ เพื่อการทำงานเป็นทีมมากกว่าทำงานคนเดียว โดยทำงานเป็นทีม 2-5 คน คิดเป็นร้อยละ 47 ทำงานคนเดียว ร้อยละ 28.5 ทำงานเป็นทีม 6-10 คน ร้อยละ 15.5 และทำงานเป็นทีมมากกว่า 10 คน ถึงร้อยละ 9 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.33)



ภาพที่ 4.33 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

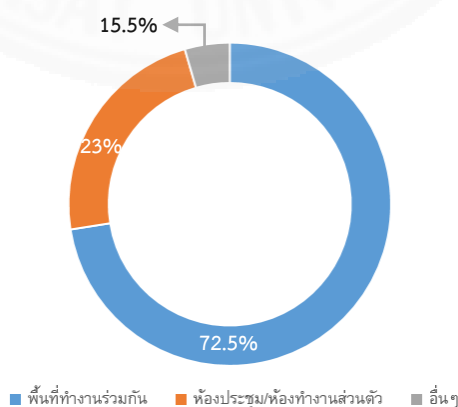
#### 4.3.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้พื้นที่ทำงาน

ตารางที่ 4.24

แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเลือกใช้พื้นที่ทำงาน

โคเวิร์คกิงสเปซ (Co-Working Space)	การเลือกใช้พื้นที่ทำงาน (ร้อยละ)		
	พื้นที่ทำงานร่วมกัน	ห้องประชุม/ห้องทำงานส่วนตัว	อื่นๆ
A	20	45	35 (Workshop/Event)
B	40	60	-
C	100	-	-
D	50	40	10 (Workshop/Event)
E	95	5	-
F	90	10	-
G	50	50	-
H	95	5	-
I	90	10	-
J	95	5	-

ผลการวิจัย (ตารางที่ 4.24) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันกับผู้อื่น มากถึงร้อยละ 72.5 และเลือกใช้พื้นที่ทำงานแบบ ห้องประชุมหรือห้องทำงานส่วนตัว ร้อยละ 23 และอื่นๆ ได้แก่ เวิร์คช็อป (Workshop) พื้นที่จัดงานนิทรรศการ (Event) ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.34)



ภาพที่ 4.34 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเลือกใช้พื้นที่ทำงาน



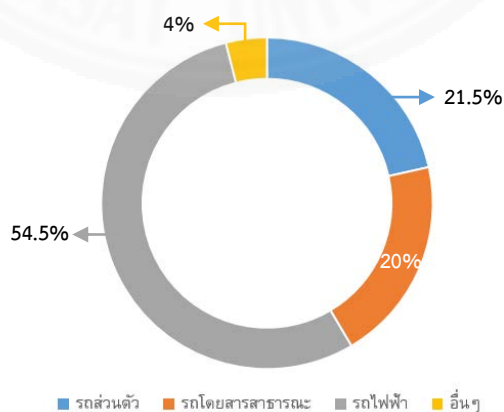
### 4.3.1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมาใช้บริการ

ตารางที่ 4.25

แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเดินทางมาใช้บริการ

โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space)	การเดินทางมาใช้บริการ (ร้อยละ)			
	รถส่วนตัว	รถโดยสารสาธารณะ	รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS)	อื่นๆ
A	25	15	60	-
B	35	20	45	-
C	-	5	65	30 (เดิน)
D	20	30	50	-
E	30	15	55	-
F	20	15	65	-
G	15	15	70	-
H	30	40	30	-
I	10	40	45	5 (เดิน)
J	30	5	60	5 (เดิน)

ผลการวิจัย (ตารางที่ 4.25) แสดงให้เห็นรูปแบบการเดินทางมาใช้บริการ โคเวิร์คกิ้งสเปซ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) มากที่สุดร้อยละ 54.5 เดินทางด้วยรถส่วนตัวร้อยละ 21.5 เดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะร้อยละ 20 และการเดินทางมาใช้บริการร้อยละ 4 ตามลำดับ (ภาพที่ 4.35)



ภาพที่ 4.35 แสดงจำนวนร้อยละ โดยจำแนกตามการเดินทางมาใช้บริการ

#### 4.3.2 ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย จากแบบสอบถามความพึงพอใจที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยกำหนดจำนวนโควต้า 20 คน ต่อ 1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน โดยจำแนกออกเป็นแต่ละพื้นที่ดังนี้

##### 4.3.2.1 พื้นที่ต้อนรับ

ตารางที่ 4.26

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ต้อนรับ

สภาพแวดล้อมกายภาพ		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง	60	85	85	65	75	80	85	100	85	75
2.)	ความดังของเสียงรบกวน	40	90	50	60	50	60	80	85	40	70
3.)	อุณหภูมิอากาศภายใน	50	90	70	70	60	75	60	95	60	95
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง)	50	65	85	70	70	90	90	95	65	90
5.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน	60	65	60	65	90	85	75	90	80	90
6.)	ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง	40	70	85	65	95	85	80	95	75	90
งานบริการสนับสนุน		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
7.)	การดูแลรักษาความสะอาด	35	75	100	75	90	80	80	100	55	90
8.)	ระบบรักษาความปลอดภัย	50	85	80	70	95	90	80	100	50	85
9.)	การให้บริการ การต้อนรับ การจองห้อง ฯลฯ	40	80	100	65	95	85	90	100	80	85

ค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ต้อนรับ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) ด้านความเพียงพอของแสงสว่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะตั้งอยู่ภายในอาคารสาธารณะ (ศูนย์การค้า) ที่มีการออกแบบโดยใช้กระจกกันโดยรอบ ทำให้สามารถรับแสงสว่างได้อย่างเพียงพอ ส่วน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 60 อาจเพราะเป็นอาคารพาณิชย์ที่มีช่องเปิดของอาคารอย่างจำกัด ทำให้ได้รับแสงสว่างไม่เพียงพอและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ

(2) ด้านความดังของเสียงรบกวน พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ B พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะว่ามีขนาดพื้นที่น้อยกว่า 200 ตารางเมตร ตั้งอยู่ด้านในสุดของโคเวิร์คกิ้งสเปซ และมีผู้ใช้บริการจำนวนไม่มาก โคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

น้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะตำแหน่งที่ตั้งของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A อยู่ติดถนนใหญ่จึงเกิดเสียงรบกวนจากการจราจร และ โคเวิร์คกิ้งสเปซ I พื้นที่ต้อนรับอยู่ติดกับพื้นที่ทำงานร่วมกัน จึงอาจเกิดเสียงรบกวนระหว่างพื้นที่ได้

(3) ด้านอุณหภูมิอากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ J พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 อาจเพราะอากาศภายนอกมีอุณหภูมิสูง ความคาดหวังเมื่อเข้าไปภายในอาคารที่ต้องเจอกับอุณหภูมิที่เย็นสบาย นั้นส่งผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 50 อาจเพราะความคาดหวังที่มีไม่เป็นที่ไปตามคาดหวัง จึงทำให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(4) ด้านคุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง) พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 อาจเพราะด้วยระบบการหมุนเวียนอากาศที่ดี และการทำความสะอาดเป็นประจำส่งผลมีอากาศภายในที่ดี โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 50 อาจเพราะเป็นอาคารพาณิชย์ที่มีช่องเปิดอย่างจำกัด และรูปแบบการออกแบบสไตล์ออฟฟิศที่ปิดไม่โปร่งโล่ง จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(5) ด้านความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ E H และ J พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 90 อาจเพราะทั้ง 3 แห่งนี้มีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในพื้นที่ต้อนรับที่เหมาะสม โดยเค๊าท์เตอร์ต้อนรับมีสัดส่วนขนาดที่พอดี และสามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ว่าเป็นเค๊าท์เตอร์ติดต่อสอบถาม ส่วน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ C มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 60 อาจเพราะเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้นั้นมีขนาดสัดส่วนไม่เหมาะสมต่อการใช้งานที่เตี้ยไปหรือสูงเกินไป

(6) ด้านความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ E และ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 อาจเพราะเพิ่งเปิดให้ใช้บริการเมื่อไม่นานมานี้ ด้วยรูปแบบของการออกแบบที่ดึงดูด มีความแปลกใหม่ และความทันสมัย จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจสูงกว่าแห่งอื่น โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 เพราะเปิดให้ใช้บริการมาหลายปีแล้วและด้วยการออกแบบที่เป็นสไตล์ออฟฟิศทำให้อาคารดูเก่ากว่าจึงดูไม่ดึงดูดและไม่น่าสนใจ จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(7) ด้านการดูแลรักษาความสะอาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ C และ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 100 อาจเพราะมีการดูแลอย่างสม่ำเสมอ และทำเป็นประจำทุกวัน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 35 ซึ่งเปิดให้ใช้บริการมาหลายปีแล้ว และด้วยสไตล์ออฟฟิศที่มีบรรยากาศดูเก่าและทำให้เกิดการสะสมของฝุ่นได้ง่าย จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(8) ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 100 อาจเพราะอยู่ภายในอาคารสาธารณะ (ศูนย์การค้า) การออกแบบที่โปร่งโล่งสามารถมองเห็นได้อย่างทั่วถึง และการดูแลอย่างดีจากพนักงานของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ จึงทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยและสบายใจ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 50 อาจเพราะเป็นจุดที่คนมาติดต่อสอบถามจำนวนมาก ขนาดของพื้นที่ที่เล็กเกินไปอาจส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยของผู้ใช้บริการ

(9) ด้านการให้บริการ การต้อนรับ การจองห้อง ฯลฯ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ C และ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 100 เนื่องจากการต้อนรับที่ดีเป็นกันเองของพนักงาน นั้นส่งผลต่อความพึงพอใจโดยตรง โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะการให้บริการไม่เป็นไปอย่างที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง เกิดปัญหาในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

#### 4.3.2.2 พื้นที่ทำงาน

ตารางที่ 4.27

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ทำงาน

สภาพแวดล้อมกายภาพ		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง	40	80	85	65	95	85	85	100	75	85
2.)	ความดังของเสียงรบกวน	40	85	60	80	65	80	85	85	55	90
3.)	อุณหภูมิอากาศ	45	85	75	70	60	75	80	95	55	95
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง)	50	85	90	60	80	85	80	95	70	90
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่	30	75	80	60	85	70	75	100	65	95
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน	45	75	70	60	80	80	95	100	65	95
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์	35	70	75	65	75	85	75	100	55	95
8.)	อุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน	30	80	70	55	70	85	80	95	30	80
9.)	ความเร็วของ อินเทอร์เน็ต (Internet)	40	80	75	60	85	40	80	90	60	75
10.)	ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง	20	65	85	45	80	90	80	95	60	85
งานบริการสนับสนุน		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
11.)	การดูแลรักษาความสะอาด	50	65	90	50	90	85	80	95	75	75
12.)	ระบบรักษาความปลอดภัย	45	70	80	60	80	90	80	90	60	80

ค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาพแวดล้อม ภายนอกและงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ทำงาน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) ด้านความเพียงพอของแสงสว่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะพื้นที่ทำงานมีการออกแบบใช้กระจกกันเป็นผนังโดยรอบ ทำให้สามารถรับแสงสว่างได้อย่างเพียงพอ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 40 เพราะอาคารมีช่องเปิดรับแสงอย่างจำกัด ทำให้ได้รับแสงสว่างไม่เพียงพอ

(2) ด้านความดังของเสียงรบกวน พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะไม่ติดถนนใหญ่ และมีการแบ่งพื้นที่ทำงานภายในเป็นสัดส่วน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะติดถนนใหญ่ และใกล้ สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จึงได้รับเสียงรบกวนขณะทำงานมากกว่า

(3) ด้านอุณหภูมิอากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะมีอุณหภูมิที่ทำให้คนส่วนใหญ่เย็นสบาย นั้นส่งผลโดยตรงต่อ ความพึงพอใจผู้ใช้บริการ ส่วน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 อาจ เพราะเลือกใช้เครื่องปรับอากาศไม่เหมาะสมกับขนาดของพื้นที่

(4) ด้านคุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง) พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 เพราะมีระบบการหมุนเวียนอากาศ ที่ดีและทำความสะอาดเป็นประจำ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 50 อาจเพราะมีช่องเปิดอย่างจำกัด ดูทึบไม่โปร่งโล่ง จึงเกิดการสะสมของฝุ่นละอองได้ง่ายกว่า

(5) ด้านการปรับใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจ มากที่สุดร้อยละ 100 อาจเพราะมีพื้นที่กว้างและฝ้าเพดานที่สูงจึงทำให้สามารถรองรับการจัด กิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบ ส่วน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 30 อาจเพราะมีข้อจำกัดด้านรูปแบบอาคารที่มีเสาจำนวนมาก จึงทำให้ไม่สามารถรองรับการจัดกิจกรรม ได้หลากหลายรูปแบบ

(6) ด้านความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 100 การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์เพื่อรองรับ กิจกรรมนั่งอ่านหนังสือหรือทำงานเพียงชั่วคราว (หน้า 74) นั้นตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน-นักศึกษา ซึ่งโคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 การเลือก เฟอร์นิเจอร์อาจยังไม่สอดคล้องต่อการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้บริการที่เช่าเป็นพื้นที่สำนักงาน (หน้า 53)

(7) ด้านความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 100 อาจเพราะรูปแบบการจัดวางเฟอร์นิเจอร์

เป็นแบบกลุ่ม 4-8 คน (หน้า 75) ซึ่งตอบโจทย์กลุ่มของนักเรียน-นักศึกษา ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 35 มีรูปแบบการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่หันหน้าเข้าหากัน (หน้า 54) นั้นยังไม่เหมาะสมต่อการทำงานและทำกิจกรรมของกลุ่มผู้ใช้บริการ

(8) ด้านอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 อุปกรณ์สนับสนุนในพื้นที่ทำงานร่วมกัน ได้แก่ จอโปรเจคเตอร์ และเครื่องถ่ายเอกสาร นั้นเพียงพอสำหรับนักเรียน-นักศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 30 เพราะอุปกรณ์สนับสนุนเหล่านั้น (หน้า 87) มีไว้เพื่อรองรับเฉพาะผู้ใช้บริการห้องประชุม-สัมมนา ไม่ได้รองรับกลุ่มผู้ใช้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน

(9) ด้านความเร็วของอินเทอร์เน็ต (Internet) พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 90 อาจเพราะการเลือกใช้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ 30Mb/s นั้นเหมาะสมต่อการใช้งานของกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา โคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ F มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 มีความเป็นไปได้ที่ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีความเร็วถึง 100Mb/s แต่อาจมีจุดปล่อยสัญญาณที่น้อยเกินไปหรืออับสัญญาณ โคเวิร์คกิ้งสเปซ F มีความเร็วเพียง 10Mb/s ซึ่งอาจเป็นความเร็วที่น้อยไปสำหรับการใช้งาน

(10) ด้านความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 อาจเพราะเพิ่งเปิดให้ใช้บริการ และมีรูปแบบที่ดึงดูดน่าสนใจ แปลกใหม่และทันสมัย จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจสูงกว่าแห่งอื่น ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 20 อาจเพราะเป็นอาคารพาณิชย์ที่ดูทึบไม่มีช่องเปิด และเน้นบรรยากาศเดิมของตัวอาคาร จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(11) ด้านการดูแลรักษาความสะอาด พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 95 อาจเพราะมาจากความใส่ใจของพนักงานที่ดูแลให้โคเวิร์คกิ้งสเปซดูสะอาดและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ D มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 50 อาจเพราะเกิดจากการดูแลของพนักงานเอง และการออกแบบที่เน้นบรรยากาศเดิมของตัวอาคาร

(12) ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ F และ H พึงพอใจมากที่สุดร้อยละ 90 อาจเพราะมีการดูแลของพนักงานที่เดินตรวจดูความเรียบร้อย มีการจัดโซนพื้นที่ทำงานที่เป็นสัดส่วน ไม่เกิดการรบกวนกันขณะทำงาน และมีการใช้ระบบคีย์การ์ด ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 อาจเพราะพื้นที่ทำงานร่วมกันมีการจัดวางผังแบบเปิด ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่เป็นส่วนตัวในการใช้พื้นที่ทำงาน

### 4.3.2.3 พื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหาร

ตารางที่ 4.28

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการ  
สนับสนุน ภายในพื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหาร

สภาพแวดล้อมกายภาพ		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง	45	75	75	70	50	70	80	80	80	85
2.)	ความดังของเสียงรบกวน	45	85	65	75	40	75	90	90	45	85
3.)	อุณหภูมิอากาศ	50	85	90	60	40	80	75	95	60	85
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง)	60	75	90	65	35	80	80	85	55	85
5.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน	55	70	90	45	45	80	75	85	75	90
6.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์	60	75	90	50	50	80	80	90	80	90
7.)	อุปกรณ์เครื่องครัว/บริการอาหาร-เครื่องดื่ม	25	80	70	40	40	65	80	95	80	95
8.)	ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง	45	75	80	65	50	85	85	95	65	80
งานบริการสนับสนุน		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
9.)	การดูแลรักษาความสะอาด	45	65	80	60	45	80	80	95	70	90
10.)	ระบบรักษาความปลอดภัย	40	75	85	60	50	85	80	95	50	85

ค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาพแวดล้อม  
กายภาพและงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) ด้านความเพียงพอของแสงสว่าง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่ม  
ตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 85 อาจเพราะมีการเลือกใช้แสงสว่างที่  
เหมาะสมและเพียงพอต่อการใช้งาน โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45  
อาจเพราะแสงสว่างน้อยเกินไปส่งผลต่อการทำกิจกรรมต่างๆภายในพื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร  
จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(2) ด้านความดังของเสียงรบกวน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่ม  
ตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ G และ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะพื้นที่ถูกจัดวางใน  
ตำแหน่งที่เหมาะสมและเป็นสัดส่วนที่แยกออกจากพื้นที่ทำงานชัดเจน ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ E มี  
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะถูกจัดไว้บริเวณเดียวกันกับพื้นที่ทำงาน ทำให้  
ทำกิจกรรมในพื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหาร ได้ไม่สะดวกและเกรงจะรบกวนผู้อื่นขณะทำงาน



(3) ด้านอุณหภูมิอากาศ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะแยกออกไปเป็นห้องจึงง่ายต่อการควบคุม อุณหภูมิอากาศ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ E มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะจัดวาง พื้นที่ในมุมที่อุณหภูมิอากาศหมุนเวียนเข้าไปไม่สะดวก จึงส่งผลให้อุณหภูมิอากาศร้อนกว่าบริเวณอื่น

(4) ด้านคุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง) พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ C พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายในพื้นที่เดียวกันกับ พื้นที่ทำงาน แต่มีการดูแลทำความสะอาดสม่ำเสมอ ส่งผลให้ไม่เกิดการสะสมของฝุ่นละอองและกลิ่นไม่ พึงประสงค์ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ E ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 35 อาจเพราะมีการดูแล รักษาความสะอาดที่ไม่ทั่วถึง ส่งผลให้เกิดการสะสมของฝุ่นละอองและเกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์ได้

(5) ด้านความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ C และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะเกิด จากการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดเหมาะสม และสะดวกต่อการใช้งาน ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ D และ E ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 อาจเพราะยังไม่ให้ความสำคัญกับเฟอร์นิเจอร์ภายใน พื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหารเท่าที่ควร จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(6) ด้านความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ C และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะอยู่ในตำแหน่ง ที่เหมาะสมต่อการใช้งาน และสามารถรองรับต่อกิจกรรมได้ดี ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ D และ E ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 อาจเพราะอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน จึงส่งผล ให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(7) ด้านอุปกรณ์เครื่องครัว/บริการอาหาร-เครื่องดื่ม พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึง พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะมีความ พร้อมของอุปกรณ์เครื่องครัวในการให้บริการมากกว่า เช่น มีไมโครเวฟ ตู้เย็น เครื่องชงกาแฟ เป็น ต้น โคเวิร์คกิ้งสเปซ A ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 25 อาจเพราะมีเพียงแค่ตู้กดน้ำดื่ม ขาดความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องครัวในการให้บริการ จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(8) ด้านความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึง พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะแยกพื้นที่ ออกเป็นสัดส่วน มีการออกแบบที่รองรับต่อการใช้งาน และดูเป็นส่วนหนึ่งเดียวกันกับพื้นที่ส่วนอื่น ส่วนของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 อาจเพราะไม่ให้ความสำคัญกับการออกแบบพื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหารเท่าที่ควร จึงส่งผลให้ผลความพึง พึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(9) ด้านการดูแลรักษาความสะอาด พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะมีพนักงานดูแลประจำ (แม่บ้านของโคเวิร์คกิ้งสเปซ) จึงทำให้พื้นที่นั้นสะอาดและพร้อมใช้งานเสมอ ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A และ E ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 45 อาจเพราะยังดูแลทำความสะอาดไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดความไม่พร้อมใช้งาน และส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(10) ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 นอกจากจะมีการติดตั้งกล้อง CCTV แล้ว ยังมีแม่บ้านของโคเวิร์คกิ้งสเปซดูแลให้ความช่วยเหลืออยู่ภายในพื้นที่ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัยเมื่อเข้าไปใช้งาน ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะละเลยการดูแลเอาใจใส่ในพื้นที่ส่วนนี้ จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

#### 4.3.2.4 พื้นที่สนับสนุน

จากการสำรวจเก็บข้อมูลพื้นที่ด้านพื้นที่สนับสนุน (ในตารางที่ 4.12) พบว่ามี 5 แห่ง ได้แก่ โคเวิร์คกิ้งสเปซ E F H I และ J ผลการวิจัยค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่สนับสนุน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ ตารางที่ 4.29

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่สนับสนุน

สภาพแวดล้อมกายภาพ		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง					50	100		80	80	100
2.)	ความดังของเสียงรบกวน					70	70		80	40	90
3.)	อุณหภูมิอากาศ					60	70		70	60	80
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง)					60	60		90	60	100
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ					80	70		100	80	100
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน					80	100		70	80	100
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์					80	100		80	80	100
8.)	อุปกรณ์สนับสนุน เครื่องเล่น ของใช้ต่างๆ					80	70		60	60	90
9.)	ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง					80	90		70	90	90
งานบริการสนับสนุน		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
10.)	การดูแลรักษาความสะอาด					80	70		90	90	90
11.)	ระบบรักษาความปลอดภัย					90	80		80	80	70

(1) ด้านความเพียงพอของแสงสว่าง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โควีร์คิงส์เปช F และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะเลือกใช้ประเภทแสงวอร์มไวท์ (Warm white) ที่ให้ค่าแสงสว่างที่เหมาะสมต่อการใช้งาน ส่วนโควีร์คิงส์เปช E มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 50 ถึงแม้ว่าจะใช้แสงวอร์มไวท์ แต่อาจเพราะแสงสว่างน้อยเกินไป แสงไม่เพียงพอต่อการใช้งานและส่งผลกระทบต่อผลผลิตความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(2) ด้านความดังของเสียงรบกวน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โควีร์คิงส์เปช J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะมีการควบคุมเสียงภายในพื้นที่ จึงไม่เกิดเสียงรบกวนระหว่างพื้นที่ทำงานและพื้นที่พักผ่อน ส่วนโควีร์คิงส์เปช I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 40 อาจเพราะพื้นที่ที่ใช้สำหรับพักผ่อน/เล่นเกม นั้นเป็นส่วนเดียวกันกับพื้นที่รับประทานอาหาร จึงเกิดเสียงรบกวนระหว่างพื้นที่และส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

(3) ด้านอุณหภูมิอากาศ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโควีร์คิงส์เปช J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 80 อาจเพราะพื้นที่ถูกกั้นเป็นสัดส่วนและปรับอุณหภูมิอากาศเหมาะสมกับคนส่วนใหญ่ ส่วนโควีร์คิงส์เปช E และ I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 60 อาจเพราะอากาศภายในห้องหมุนเวียนถ่ายเทได้ไม่ดี หรือพื้นที่นั้นอยู่ใกล้กระจก/หน้าต่างที่รับแสงจากภายนอกทำให้อากาศภายในร้อนกว่าปกติ ถึงแม้จะเลือกใช้อุณหภูมิที่เหมาะสม

(4) ด้านคุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง) พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโควีร์คิงส์เปช J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะเกิดจากการดูแลเอาใจใส่เรื่องความสะอาดและมีการหมุนเวียนอากาศที่ดี จึงส่งผลให้พื้นที่ไม่เกิดการสะสมของฝุ่นละอองและกลิ่นเหม็นอับ ส่วนโควีร์คิงส์เปช E F และ I มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดร้อยละ 60 อาจเพราะเกิดจากระบบการหมุนเวียนของอากาศที่ถ่ายเทไม่สะดวก และมาจากการดูแลรักษาความสะอาดที่ไม่ทั่วถึง จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(5) ด้านการปรับใช้งานพื้นที่ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโควีร์คิงส์เปช H และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะพื้นที่สามารถปรับเปลี่ยนเพื่อใช้เป็นพื้นที่เดียวกันกับพื้นที่ทำงาน และสามารถจัดกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม จึงส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจ

(6) ด้านความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโควีร์คิงส์เปช F และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะเฟอร์นิเจอร์นั้นเหมาะสมต่อการใช้งาน มีน้ำหนักเบา ใช้งานได้สะดวกสบาย และมีรูปแบบสวยงาม

(7) ด้านความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ F และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะมาจากการเลือกใช้รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสม จึงส่งผลให้การจัดวางเฟอร์นิเจอร์เป็นไปได้หลายรูปแบบ เพราะง่ายและสะดวกในการเคลื่อนย้าย

(8) ด้านอุปกรณ์สนับสนุน เครื่องเล่น ของใช้ต่างๆ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะให้ความสำคัญกับพื้นที่มากกว่าแห่งอื่นๆ ทั้งลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการผ่อนคลายจากการทำงาน ก่อเกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยการมีพื้นที่โล่งสำหรับทำกิจกรรมร่วมกัน การมีพื้นที่สำหรับให้ความรู้ เป็นต้น จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจสูงกว่าแห่งอื่น

(9) ด้านความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ F I และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะแต่ละแห่งมีการออกแบบโคเวิร์คกิ้งสเปซที่เป็นลักษณะเฉพาะ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเมื่อใช้บริการ

(10) ด้านการดูแลรักษาความสะอาด พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H I และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะมีพนักงานที่คอยดูแลความสะอาดอยู่เป็นประจำ 1 ตำแหน่ง จึงส่งผลให้ทั้ง 3 แห่งมีค่าความพึงพอใจสูงกว่าแห่งอื่นๆ

(11) ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ E พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 การใช้บริการพื้นที่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซนั้นต้องผ่านระบบสแกนคีย์การ์ดก่อนเข้าไปใช้บริการ นับได้ว่าเป็นการดูแลในเรื่องความปลอดภัยได้เป็นอย่างดี ไม่เกิดการรบกวนจากภายนอกขณะใช้บริการ และไม่ก่อให้เกิดปัญหาอื่นๆตามมา

#### 4.3.2.5 ห้องน้ำ

จากการสำรวจเก็บข้อมูล พบว่ามี 5 แห่ง ที่มีพื้นที่ห้องน้ำตั้งอยู่ภายในของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ได้แก่ โคเวิร์คกิ้งสเปซ A B F G และ J ผลการวิจัยค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน ภายในพื้นที่ห้องน้ำ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

## ตารางที่ 4.30

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการ  
สนับสนุน ภายในพื้นที่ห้องน้ำ

สภาพแวดล้อมกายภาพ		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง	35	80				75	65			90
2.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง)	30	65				85	85			85
3.)	ความเหมาะสมของที่ตั้ง	30	60				75	95			95
4.)	ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง	40	50				70	95			90
งานบริการสนับสนุน		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
5.)	การดูแลรักษาความสะอาด	50	55				80	80			100
6.)	ระบบรักษาความปลอดภัย	35	55				80	90			95

(1) ด้านความเพียงพอของแสงสว่าง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวียร์คิงส์เปช J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 90 อาจเพราะเลือกใช้แสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม ส่วนโคเวียร์คิงส์เปช A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 35 อาจเพราะแสงสว่างไม่เพียงพอต่อการใช้งาน จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(2) ด้านคุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง) พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวียร์คิงส์เปช F G และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 85 อาจเพราะมาจากการดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดการดูแลระบบหมุนเวียนอากาศภายในที่ดี ส่วนโคเวียร์คิงส์เปช A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 30 อาจเพราะด้วยรูปแบบของโครงสร้างอาคารตำแหน่งที่ตั้ง รวมไปถึงการดูแลรักษาความสะอาด ซึ่งอาจทำให้พื้นที่ห้องน้ำมีระบบหมุนเวียนอากาศภายในที่ไม่ดี จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(3) ความเหมาะสมของที่ตั้ง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวียร์คิงส์เปช G และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะตำแหน่งพื้นที่ห้องน้ำเหมาะสมแยกไปเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน โคเวียร์คิงส์เปช A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 30 อาจเพราะมีข้อจำกัดเรื่องของโครงสร้างอาคาร ทำให้ที่ตั้งของพื้นที่ห้องน้ำไม่สามารถอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมและไกลจากพื้นที่อื่นๆ จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

(4) ด้านความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวียร์คิงส์เปช G พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะโคเวียร์คิงส์เปชให้ความสำคัญในเรื่องของการออกแบบ การใช้งานได้อย่างเหมาะสม และสัมพันธ์กับการดูแลรักษา

ความสะอาด ทำให้ดูดีและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ โควเวิร์คกึ่งสเปซ A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 40 อาจเพราะมีข้อจำกัดเรื่องของโครงสร้างอาคาร จึงส่งผลให้การออกแบบนั้นมีข้อจำกัด

(5) ด้านการดูแลรักษาความสะอาด พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกึ่งสเปซ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 100 อาจเพราะมีการดูแลรักษาความสะอาด ทำให้ดูดีและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ โควเวิร์คกึ่งสเปซ A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 50 อาจสัมพันธ์กับรูปแบบของอาคารตำแหน่งที่ตั้ง และการหมุนเวียนของอากาศ ที่อาจส่งผลให้การดูแลรักษาความสะอาดเป็นไปได้ยากกว่าแห่งอื่น และส่งผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร

(6) ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกึ่งสเปซ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะสัมพันธ์กับตำแหน่งที่ตั้ง ถูกจัดไว้ได้อย่างเป็นสัดส่วน แบ่งแยกชาย-หญิงชัดเจน ส่วนโคเวิร์คกึ่งสเปซ A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 35 อาจสัมพันธ์กับรูปแบบของอาคารตำแหน่งที่ตั้ง และไม่แบ่งแยกชาย-หญิง จึงส่งผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคารด้านความปลอดภัยในการใช้งาน

#### 4.3.2.6 ภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร

ตารางที่ 4.31

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร ของ โควเวิร์คกึ่งสเปซ B

ภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	ความร่มรื่น โดยรอบอาคาร/พื้นที่		20								
2.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ		20								
3.)	ความสวยงามของงานออกแบบภูมิทัศน์		20								
4.)	การดูแลรักษาความสะอาดภายในพื้นที่		20								
5.)	ระบบการรักษาความปลอดภัย		20								

จากการสำรวจเก็บข้อมูล (ตารางที่ 4.31) พบว่ามีเพียงโคเวิร์คกึ่งสเปซ B แห่งเดียวที่มีภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร โดยค่าเฉลี่ยร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร พบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเพียงร้อยละ 20 ในทุก ๆ ปัจจัย ทั้งนี้อาจเพราะภูมิทัศน์ภายนอกมีขนาดเล็ก และไม่มีการตกแต่งบรรยากาศของภูมิทัศน์



#### 4.3.3 ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย จากแบบสอบถามความพึงพอใจ ที่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ งานบริการสนับสนุน และการให้บริการงานบริการสนับสนุนต่าง ๆ ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน โดยการกำหนดจำนวนโควต้า 20 คน ต่อ 1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ ดังนี้

ตารางที่ 4.32

แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ งานบริการสนับสนุน และการให้บริการงานบริการสนับสนุนต่างๆ

ปัจจัยด้าน		ผลเฉลี่ยค่าคะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1.)	สภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน	35	65	85	65	90	80	75	95	80	90
2.)	ภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และโดยรอบอาคาร		20								
3.)	การให้บริการ งานบริการสนับสนุนต่างๆ	55	65	85	70	90	75	75	95	70	95

(1) ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะโคเวิร์คกิ้งสเปซ H นั้นเพิ่งเปิดให้บริการมาไม่นาน รูปแบบของการออกแบบ การจัดวางตำแหน่งพื้นที่ต่าง ๆ การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ และการปรับใช้งานพื้นที่นั้นเหมาะสมต่อกิจกรรมในหลาย ๆ ด้าน จึงส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจการใช้บริการพื้นที่ทำงานโดยภาพรวมสูงสุด ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A พึงพอใจน้อยที่สุดถึงร้อยละ 35 อาจเพราะเปิดให้ใช้บริการมาหลายปีแล้ว และด้วยข้อจำกัดของรูปแบบอาคาร การดูแลต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านกายภาพของพื้นที่ทำงานน้อยกว่าแห่งอื่น

(2) ด้านภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และโดยรอบอาคาร จากการสำรวจพบว่า มีเพียงโคเวิร์คกิ้งสเปซ B แห่งเดียวที่มีภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และเพราะภูมิทัศน์ภายนอกมีขนาดเล็ก และไม่มีการตกแต่งบรรยากาศของภูมิทัศน์ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

(3) ด้านการให้บริการ งานบริการสนับสนุนต่างๆ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ J พึงพอใจมากที่สุดถึงร้อยละ 95 อาจเพราะมาจากการให้บริการของพนักงานที่ดี การพูดคุย การแนะนำในด้านต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน ส่วนโคเวิร์คกิ้งสเปซ A พึงพอใจ



น้อยที่สุดถึงร้อยละ 55 อาจเพราะยังขาดการดูแลเอาใจใส่ด้านการให้บริการและงานบริการสนับสนุนต่าง ๆ จึงส่งผลให้ผลความพึงพอใจต่ำกว่าแห่งอื่น

#### 4.4 การวิเคราะห์ผลสรุปโดยรวม

จากการรวบรวมข้อมูลผลการวิจัย ทั้งการสำรวจ (Field survey) และจากแบบสอบถามความพึงพอใจ (Satisfaction questionnaire) ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ และงานบริการสนับสนุน ของ โควเวิร์คกิ้งสเปซ จากกรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลสรุปโดยรวมออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

##### 4.4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี ทั้งนี้อาจเพราะช่วงเวลาที่ทำให้การเก็บข้อมูลวิจัยนั้นอยู่ในช่วงปิดภาคเรียน ข้อมูลที่ได้ด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จึงเป็นนักเรียน-นักศึกษา รองลงมาคือ กลุ่มผู้ประกอบการ ผู้ที่ทำงานอิสระ และนักออกแบบ กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการทำงานแต่ละครั้ง 5-8 ชั่วโมง/วัน ทั้งนี้อาจเพราะรูปแบบของค่าบริการเป็นลักษณะเหมาจ่ายรายวัน จึงทำให้สามารถทำงานได้ทั้งวัน ด้านวัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการนั้นส่วนใหญ่เพื่อทำงานร่วมกันกับผู้อื่นมากกว่าการทำงานคนเดียว โดยการเดินทางมาใช้บริการ ด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ทั้งนี้อาจเพราะเดินทางง่ายไม่ต้องขับรถส่วนตัว และยังสะดวกในการนัดเพื่อติดต่อคุยงาน ผลจากการวิจัยด้านข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามนี้ สะท้อนไปถึงวัตถุประสงค์หลักของ โควเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อต้องการให้ผู้คนหลากหลายอาชีพ มาทำงานโดยการแบ่งปันพื้นที่ทำงานร่วมกัน รวมถึงการสร้างประสบการณ์ เกิดแรงบันดาลใจ เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างคนที่ชื่นชอบในสิ่งๆ เหมือน ๆ กัน จนกลายเป็นสังคมกลุ่มเล็ก ๆ แก่ผู้ใช้บริการ

##### 4.4.2 ด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี ในด้านองค์ประกอบของพื้นที่สำหรับการทำธุรกิจโคเวิร์คกิ้งสเปซ คือ พื้นที่ส่วนต้อนรับ/ติดต่อสอบถาม พื้นที่ทำงานร่วมกัน และห้องประชุม ทั้งยังมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับปัจจัยอื่น ๆ ทั้งด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ ได้แก่ ความเพียงพอแสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ รวมไปถึงเทคโนโลยี และอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน ทั้งหมดนี้เป็นความพร้อมในด้านสถานที่ให้บริการ เป็นการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ความสวยงามของการออกแบบ และการปรับใช้งานของพื้นที่ นั้นก็ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการเลือกใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ไม่ควร

มองข้าม ทั้งนี้เพราะการมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพราะการทำงานในแต่ละครั้งผู้ใช้งานต้องอยู่ภายในสภาพแวดล้อมนั้นๆหลายชั่วโมง จึงควรมีการจัดการให้ภาพลักษณะของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ให้น่าใช้บริการเสมอ

#### 4.4.3 ด้านงานบริการสนับสนุน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎี ในการดูแลจัดการภายในธุรกิจ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ด้านกลุ่มงานบริการสนับสนุน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ด้านงานบริการอาคาร (Building use services) ได้แก่ งานดูแลรักษาความสะอาด และงานดูแลความปลอดภัย ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการดูแลสถานที่ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย และไว้วางใจเมื่อต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น ด้านงานบริการสำนักงานและบริการอื่น (Office/Customised services) ได้แก่ งานต้อนรับ/ประชาสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ในการให้ข้อมูลรายละเอียดค่าบริการต่าง ๆ งานบริการรับ-ฝากเอกสาร งานบริการจองห้อง งานดูแลจัดเก็บอุปกรณ์การทำงาน เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ในด้านการได้เตรียมความพร้อมให้เรียบร้อยก่อนผู้ใช้บริการเข้ามาใช้งาน และช่วยให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องขนย้ายอุปกรณ์การทำงานไปมา และสิ่งที่ได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากงานวิจัยในด้านการบริการสนับสนุน คือ การให้บริการและการต้อนรับการดูแลเอาใจใส่ที่ดีจากพนักงาน เพราะการที่ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส นั้นส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกดีมีความเป็นกันเอง ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัยการศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพ ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ

##### 5.1.1 สรุปผลการวิจัยด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ

ด้านองค์ประกอบของพื้นที่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซที่สำคัญ ประกอบด้วย พื้นที่ส่วนต้อนรับเพื่อติดต่อสอบถาม พื้นที่ทำงานร่วมกัน และพื้นที่ห้องประชุม ทั้งยังมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ด้านความเพียงพอแสงสว่าง จากการเลือกใช้แสงสว่างที่ได้จากธรรมชาติ และการใช้แสงสว่างที่ให้ค่าแสงวอร์มไวท์ และแสงคูลไวท์ ซึ่งให้ค่าแสงสว่างที่พอเหมาะต่อการทำงาน ด้านเสียงรบกวนจากการสนทนาภายในพื้นที่ทำงาน มีความดังเสียงที่ 60 เดซิเบล ไม่ถือเป็นเสียงรบกวนขณะทำงาน ด้านอุณหภูมิอากาศภายในที่มีค่าเฉลี่ย 23-25°C เป็นอุณหภูมิที่คนส่วนใหญ่รู้สึกสบายขณะทำงาน ด้านการปรับใช้งานพื้นที่ที่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ใช้งานกับพื้นที่นั้นมี 2 สภาวะที่สำคัญ คือ สภาวะที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ตัวอย่างเช่น จัดให้มีมุมหนังสือ มีพื้นที่นั่งคุยกัน มีมุมที่สามารถมองเห็นวิวภายนอก และสภาวะการทำงานแบบเป็นทีม กระตุ้นให้เกิดการทำงานให้สำเร็จบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ตัวอย่างเช่น การปรับพื้นที่ทำงานให้นั่งหันหน้าเข้าหากัน สุดท้ายคือ ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงานที่สำคัญ คือ อินเทอร์เน็ต ไวท์บอร์ด โปรเจคเตอร์ และเครื่องถ่ายเอกสาร นับว่าเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นที่ควรมีไว้เพื่อรองรับการทำงานผู้ใช้งานทั่ว ๆ ไป

ทั้งหมดนี้เป็นความพร้อมในด้านสถานที่ให้บริการ เป็นการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ ความสวยงามของการออกแบบ และการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน นั่นก็ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการเลือกใช้บริการที่ไม่ควรมองข้าม นอกจากการมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพราะการทำงานในแต่ละครั้ง ผู้ใช้บริการต้องทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมนั้นหลายชั่วโมง จึงควรมีการดูแลจัดการความพร้อมในด้านสถานที่เพื่อให้โคเวิร์คกิ้งสเปซพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

### 5.1.2 ข้อเสนอแนะด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ

ด้านองค์ประกอบของพื้นที่ สอดคล้องกับการปรับใช้งานพื้นที่ การมีพื้นที่สนับสนุนภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ อย่างเช่น พื้นที่นั่งเล่นหรือพักผ่อน พื้นที่สำหรับเล่นเกม นั้นช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการได้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรม และเกิดภาวะผ่อนคลายจากการทำงาน ส่วนด้านความสวยงามของการออกแบบ การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ นับว่าเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีที่ตั้งแต่แรกเห็น และมีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

## 5.2 สรุปผลการวิจัยการศึกษางานบริการสนับสนุน ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 5.2.1 สรุปผลการวิจัยด้านงานบริการสนับสนุน

ในการดูแลจัดการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

#### 5.2.1.1 งานบริการอาคาร (Building use services)

ในการดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่ทุกๆส่วน นั้นมีความจำเป็นที่ต้องทำเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้พื้นที่ทำงานร่วมกันนั้นอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และงานดูแลรักษาความปลอดภัยเบื้องต้น จำเป็นที่จะต้องดูแลโดยพนักงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ และควรมีการใช้ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย ไร้กังวล เมื่อต้องในพื้นที่ทำงานร่วมกับผู้อื่น

#### 5.2.1.2 งานบริการสำนักงานและบริการอื่น (Office/Customised services)

การต้อนรับ การประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลรายละเอียดค่าบริการต่าง ๆ รวมไปถึงบริการจองห้อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ส่วนกลุ่มงานบริการรับหรือฝากเอกสาร งานดูแลจัดเก็บอุปกรณ์การทำงาน เพื่ออำนวยความสะดวก และช่วยให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องขนย้ายอุปกรณ์การทำงานไปมา จะมีหรือไม่มีก็ได้ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 5.1.2 ข้อเสนอแนะด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ

งานดูแลรักษาความสะอาดสอดคล้องกับพื้นที่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซโดยตรง หากมีการดูแลจัดการที่ดีย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงและใส่ใจถึงความพร้อมด้านสถานที่ เพื่อให้ดูสะอาดพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

### 5.3 สรุปผลการประเมินผลความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ทั้งหมด 200 คน จากกรณีศึกษาทั้งหมด 10 แห่ง โดยการกำหนดจำนวนโควต้าไว้ที่ 20 คน ต่อ 1 โคเวิร์คกิ้งสเปซ สามารถสรุปผลการประเมินผลความพึงพอใจจำแนกออกเป็นแต่ละพื้นที่ ดังนี้

#### 5.3.1 พื้นที่ต้อนรับ

ส่วนสำคัญของการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพและงานบริการสนับสนุน ในพื้นที่ต้อนรับคือ ด้านความสวยงามของการออกแบบและการให้บริการของพนักงาน นับว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่ช่วยส่งเสริมโคเวิร์คกิ้งสเปซ ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการ อย่างเช่น ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ E ร้อยละ 95 (ตารางที่ 4.26) พึงพอใจการออกแบบที่สวยงามดูเรียบร้อยสะอาด รวมถึงการพูดคุยของพนักงาน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากกว่าแห่งอื่น

#### 5.3.2 พื้นที่ทำงาน

ความพร้อมด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน ได้แก่ แสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม เสียงรบกวน อุณหภูมิที่พอเหมาะ ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน อุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน และความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ต ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างเช่น ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H ร้อยละ 95 (ตารางที่ 4.32) พึงพอใจด้านรูปแบบของการออกแบบ การจัดวางตำแหน่งพื้นที่ต่าง ๆ การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ และการปรับใช้งานพื้นที่นั้นเหมาะสมต่อกิจกรรมในหลาย ๆ ด้าน ส่วนงานบริการสนับสนุนนั้นช่วยให้สถานที่มีความพร้อม มีความปลอดภัย และทำให้วางใจขณะใช้บริการ

#### 5.3.3 พื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหาร

การจัดการคุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง) ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เครื่องครัว/บริการอาหารและเครื่องดื่ม ไปจนถึงการดูแลรักษาความสะอาด ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ควรคำนึงถึง อย่างเช่น ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ J ร้อยละ 95 (ตารางที่ 4.28) นั้น พึงพอใจพื้นที่ทานอาหาร/พื้นที่เตรียมอาหาร ที่แยกออกจากพื้นที่ทำงานอย่างเป็นสัดส่วน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และไม่ก่อให้เกิดการรบกวนผู้ใช้บริการคนอื่นขณะที่กำลังทำงานอยู่

#### 5.3.4 พื้นที่สนับสนุน

พื้นที่สนับสนุนเป็นองค์ประกอบเสริมที่สอดคล้องกับการปรับใช้งานพื้นที่ มีความสำคัญในด้านการออกแบบและความเหมาะสมของการใช้งาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ F I และ J ร้อยละ 90 (ตารางที่ 4.29) ที่พึงพอใจใน

ด้านความสวยงามของการออกแบบของพื้นที่พักผ่อนเพื่ออ่านหนังสือ ที่ทำให้เกิดภาวะของการผ่อนคลายจากการทำงาน และพึงพอใจร้อยละ 100 ด้านการเลือกใช้แสงสว่างที่เหมาะสมต่อกิจกรรม การพักผ่อน รวมถึงการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ก็เป็นส่วนที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งาน

### 5.3.5 ห้องน้ำ

การจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพของห้องน้ำ ให้น้ำใช้งานอยู่เสมอเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง อย่างเช่น ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ J ร้อยละ 100 (ตารางที่ 4.30) พึงพอใจเรื่องของความสะอาด รองลงมาคือความเหมาะสมของที่ตั้ง การเลือกใช้แสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสม การจัดการคุณภาพอากาศที่ดี ส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากกว่าแห่งอื่น

### 5.3.6 ภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และภูมิทัศน์โดยรอบอาคาร

การจัดการภูมิทัศน์ภายนอกของโคเวิร์คกิ้งสเปซ B จากการสำรวจเป็นสวนขนาดเล็กและไม่มีออกแบบตกแต่งสวนแต่อย่างใด จึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ แต่หากมีการออกแบบที่ดีและดูแลให้ร่มรื่นน่าอยู่ อาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากขึ้น

ผู้วิจัยสามารถสรุป ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ งานบริการ สนับสนุนและการให้บริการงานบริการสนับสนุนต่าง ๆ ได้ว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H ร้อยละ 95 พึงพอใจมากกว่าแห่งอื่น นั้นเพราะมีการจัดการดูแลที่ดีจึงส่งผลต่อความพึงพอใจตั้งแต่ครั้งแรกเห็น ในทุก ๆ ด้าน ปัจจัยด้านภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร และโดยรอบอาคารนั้นไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านการให้บริการ งานบริการสนับสนุนต่าง ๆ ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ H และ J ร้อยละ 95 พึงพอใจมากกว่าแห่งอื่น นั้นเพราะมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดี ช่วยให้สถานที่ดูสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย เกิดความรู้สึกปลอดภัยและวางใจเมื่อใช้บริการ

สิ่งที่ได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากงานวิจัยในด้านงานบริการสนับสนุน คือ การให้บริการและการต้อนรับการดูแลเอาใจใส่ที่ดีจากพนักงาน เพราะการที่ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส นั้นส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกดีมีความเป็นกันเอง ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก

## 5.4 ระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โคเวิร์คกิ้งสเปซ

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลจากผลที่ได้ประกอบกับหลักการทฤษฎีในเชิงพรรณนา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่ทำงานร่วมกัน และบริหารจัดการ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่มีองค์ประกอบเหมาะสม ทั้งด้านสภาพแวดล้อม ภายนอกและงานบริการสนับสนุนที่เหมาะสม ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

### 5.1.1 ปัจจัยด้านการออกแบบ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสวยงามของโคเวิร์คกิ้งสเปซ เป็นสิ่งแรกที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน ล้วนแล้วแต่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการ จึงมีความสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ประกอบไปด้วย

#### 5.1.1.1 การกำหนดรูปแบบของอาคาร

รูปแบบของอาคารพาณิชย์ อาคารขนาดใหญ่พิเศษ และอาคารสาธารณะ (ศูนย์การค้า) ที่มีขนาดพื้นที่มากกว่า 200 ตารางเมตร นับว่าเป็นรูปแบบและกำหนดขนาดของพื้นที่เพื่อจัดองค์ประกอบพื้นที่ภายในได้เพียงพอกับการใช้งานที่เหมาะสมที่สุด

#### 5.1.1.2 การจัดองค์ประกอบของพื้นที่

องค์ประกอบหลักที่ โคเวิร์คกิ้งสเปซ ต้องมี ได้แก่ พื้นที่ส่วนต้อนรับ พื้นที่ทำงานร่วมกัน และพื้นที่ประชุม ส่วนองค์ประกอบพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ พื้นที่สนับสนุน พื้นที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงภูมิทัศน์ (Landscaping) นั้นเป็นส่วนประกอบเพิ่มเติมอาจมีหรือไม่มีก็ได้พื้นที่เหล่านั้นมีข้อจำกัดไม่ว่าจะเป็นรูปแบบอาคาร ขนาดพื้นที่ กลุ่มผู้ให้บริการ หรือแม้กระทั่งจุดประสงค์ของการให้บริการนั้น แตกต่างกันไป

#### 5.1.1.3 ด้านการปรับใช้งานของพื้นที่

การปรับใช้พื้นที่สนับสนุนภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ช่วยเพิ่มบรรยากาศของพื้นที่ทำงานและส่งผลต่อความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานอาคาร ซึ่งช่วยกระตุ้นความรู้สึกให้เกิดความคิดในการสร้างสรรค์ไอเดียใหม่ๆ เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน ตัวอย่างเช่น พื้นที่นั่งสนทนาหรือนั่งพักผ่อน พื้นที่ให้ความรู้ พื้นที่ทำกิจกรรมร่วมกัน ที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้สร้างสรรค์งานให้สำเร็จบรรลุเป้าหมาย ล้วนแล้วแต่เป็นการสนับสนุนกิจกรรม อีกทั้งยังเสริมสร้างความสามัคคีและก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีมอันจะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



#### 5.1.1.4 การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ และการใช้งานเฟอร์นิเจอร์

ความเหมาะสมในการจัดวางและการเลือกใช้งานเฟอร์นิเจอร์นั้น สอดคล้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เน้นการนั่งสบาย มีน้ำหนักเบาสามารถ ขยับย้ายเปลี่ยนตำแหน่งได้ง่าย การวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ตามหน้าที่ของการใช้สอยที่ทำให้ผู้ใช้งาน รู้สึกถึงระยะห่างระหว่างบุคคล (Personal space) ขณะนั่งทำงาน ก่อให้เกิดความเรียบร้อยสวยงามดู เป็นระเบียบ และสะดวกสบายในการหยิบใช้งาน ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานโดยตรงที่ ไม่ควรมองข้าม

#### 5.1.1.5 ความสวยงามของการออกแบบ

ความสวยงามของการออกแบบช่วยทำให้เกิดแรงดึงดูดความน่าสนใจใน ภาพลักษณ์ที่ดีของโคเวิร์คกิ้งสเปซ เป็นองค์ประกอบที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน ในด้านความ สวยงาม ความทันสมัย ความมีรสนิยม และกลมกลืนกับบรรยากาศ ทั้งยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจ เกิด ความความกระตือรือร้น ทำให้รู้สึกอยากเข้ามาใช้บริการ

### 5.1.2 ปัจจัยด้านการจัดการสภาพแวดล้อม

นับว่าเป็น ปัจจัยที่ผู้ใช้งานอาคารสามารถรับรู้ได้ทางการสัมผัสทางร่างกายขณะนั่ง ทำงานภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในการจัดการปัจจัยสภาพแวดล้อมเหล่านี้ ถือเป็นความพร้อมทางด้าน สถานที่ให้บริการพื้นที่ทำงานที่สำคัญที่สุด เพราะส่งผลโดยตรงต่อผู้ใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดปัญหาการทำงาน ที่ล่าช้า ขาดความสดชื่น เกิดความรู้สึกไม่อยากทำงาน หรือปัญหาอื่น ๆ ตามมา ประกอบไปด้วย

#### 5.1.2.1 ความเพียงพอของแสงสว่าง

แสงสว่างภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ นั้นส่งผลต่อกระบวนการทำงานของ ร่างกายและส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานอาคาร แสงสว่างที่เหมาะสมที่สุดคือแสงสว่างที่ได้รับ จากธรรมชาติ (Natural light) เป็นค่าแสงที่ดีที่สุดในการมองเห็นของสายตามนุษย์ การรับแสงสว่าง จากธรรมชาตินอกจากรับแสงสว่างแล้วยังได้รับบรรยากาศจากภายนอกอาคารด้วย หากได้รับแสง จากธรรมชาติไม่เพียงพอ สามารถเลือกใช้แสงจากดวงคอมโดยใช้แสงโทนเดย์ไลท์ (Daylight) ซึ่งให้ค่า ของแสงสีขาวที่มีความใกล้เคียงกับแสงจากธรรมชาติได้ สำหรับพื้นที่แสดงงาน หรือพื้นที่ที่ต้องการ สร้างบรรยากาศควรใช้แสงโทนวอร์มไวท์ (Warm white) เพราะเหมาะสมต่อการใช้งานและให้ค่า แสงที่มีสีนวลส้ม อบอุ่น สบายตา สำหรับการให้แสงโทนคูลไวท์ (Cool white) เป็นแสงที่เกิดการผสม ระหว่างแสงขาวกับแสงส้ม เนื่องจากแสงประเภทนี้ไม่สว่างและมีตจนเกินไปและเหมาะสมต่อการใช้ งานภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่สุด

### 5.1.2.2 ความดังของเสียงรบกวน

เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สามารถกระทบต่ออารมณ์และความรู้สึกได้ เสียงรบกวนนี้มีผลต่อผู้ใช้งานอาคารภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ เป็นพื้นที่ที่ต้องการความเงียบสงบและสมาธิในการทำงาน ซึ่งเสียงที่เกิดจากการพูดคุยในระดับปกติมีความดังประมาณ 60 เดซิเบลเอ ไม่ถือว่าเป็นเสียงรบกวน แต่หากพื้นที่ใดที่มีเสียงดังมากเกินไปหรือเกิดการรบกวนขณะทำงาน ควรมีการจัดการกับพื้นที่หรือกรรณวนซับเสียงที่ผนังห้อง เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียทางด้านจิตใจ ทำให้ตกใจ รำคาญ รบกวนการทำงาน ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานต่อผู้ใช้งานอาคารคนอื่น ๆ

### 5.1.2.3 อุณหภูมิอากาศภายใน

การสร้างสภาวะอากาศที่น่าสบาย เพื่อไม่ให้ผู้ใช้งานอาคารที่ทำงานอยู่ภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ รู้สึกร้อนหรือหนาวจนเกินไป ควรจัดการอุณหภูมิอากาศภายในห้องให้เฉลี่ยอยู่ที่ 23-25°C (องศาเซลเซียส) ซึ่งเป็นอุณหภูมิของอากาศภายในที่เหมาะสมต่อการทำงานที่ทำให้ผู้ใช้งานอาคารส่วนใหญ่รู้สึกสบายขณะนั่งทำงาน

### 5.1.2.4 คุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง)

การรับรู้ทางกลิ่นส่งผลกระทบต่อด้านอารมณ์ความรู้สึกแก่ผู้ใช้งานอาคารภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ เป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีการจัดการระบบการหมุนเวียนที่ดี ไม่ให้มีกลิ่นเหม็นอับชื้นหรือมีกลิ่นอันไม่พึงประสงค์มารบกวนขณะที่ทำงาน ตัวอย่างเช่น กลิ่นหอมบริสุทธิ์สามารถเปลี่ยนอารมณ์ ทำให้รู้สึกสดชื่นและมีความสุข เป็นต้น และการเกิดการสะสมของฝุ่นละอองนั้นสัมพันธ์กับการดูแลรักษาความสะอาดที่ต้องทำเป็นประจำ เพื่อไม่ให้เกิดการสะสมของฝุ่นละออง

## 5.1.3 ปัจจัยด้านอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน

เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้ใช้งานอาคารภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและอุปกรณ์ที่พร้อม สามารถช่วยอำนวยความสะดวก สนับสนุนและส่งเสริมต่อกิจกรรมในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว ไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาการทำงานล่าช้า อุปกรณ์สนับสนุนในการทำงานที่ควรมีในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ประกอบด้วย

### 5.1.3.1 อุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน

อุปกรณ์สนับสนุนที่ควรมีไว้เพื่อรองรับการใช้งานภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด จอโปรเจคเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องปริ้นเตอร์ และจอทีวี เป็นต้น ส่วนเทคโนโลยีและอุปกรณ์สนับสนุนอื่น ๆ นั้นมีเพื่อสนับสนุนต่อกิจกรรมการทำงานที่เป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายหลักของ โคเวิร์คกิ้งสเปซ แห่งนั้น ๆ

### 5.1.3.2 ความเร็วของอินเทอร์เน็ต (Internet speed)

ความเร็วของอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการทำงาน โดยความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ 30-50Mb/s นั้นเพียงพอต่อการใช้งานทั่วไป แต่หากต้องการใช้กับงานที่มีลักษณะเฉพาะหรือใช้กับคนที่มีจำนวนมาก ควรจะเลือกใช้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ 50Mb/s ขึ้นไป แต่ทั้งนี้ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมกับการทำงานนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของการทำงาน และกลุ่มผู้ใช้งานเป็นหลัก

### 5.1.4 ปัจจัยด้านกลุ่มงานบริการสนับสนุน

กลุ่มงานบริการสนับสนุนเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ต้องมีการจัดการและดำเนินการ เพื่อให้ผู้ใช้อาคารได้รับความสะดวก และปลอดภัย นับว่าเป็นงานบริการระดับพื้นฐานที่พบได้ทุกอาคาร นับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความใส่ใจและบริการของผู้ให้บริการ กลุ่มงานบริการสนับสนุนภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ประกอบด้วย

#### 5.1.4.1 งานดูแลรักษาความสะอาด

งานดูแลรักษาความสะอาดขั้นพื้นฐานที่ดูแลเป็นประจำ ได้แก่ งานปิดกวาดฝุ่นละออง งานถูพื้น รวมไปถึงงานเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และสถานที่ เป็นหน้าที่ดูแลของพนักงานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ โดยพนักงานจะปฏิบัติงานดูแลความสะอาดให้พร้อมใช้งานในทุก ๆ วัน

#### 5.1.4.2 งานดูแลรักษาความปลอดภัย

การดูแลรักษาความปลอดภัยภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ เป็นหน้าที่ของพนักงานโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่นอกจากการเดินดูความเรียบร้อยแล้ว งานรักษาความปลอดภัยที่ขาดไม่ได้คือ ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) ที่ถูกติดตั้งตามมุมต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ให้บริการรู้สึกไว้วางใจ ปลอดภัย ขณะใช้บริการตลอดจนกลับออกไป

#### 5.1.4.3 งานบริการสำนักงานและบริการอื่น

งานบริการสำนักงานและบริการอื่น ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารและการทำงาน เป็นการดูแลเอาใจใส่ของผู้ให้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ได้แก่ การให้ข้อมูลบริการจองห้องทำงาน/ห้องประชุม ผ่านช่องทางต่าง ๆ ก็นับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความใส่ใจ และบริการของผู้ให้บริการ

## 5.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ ของ ผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

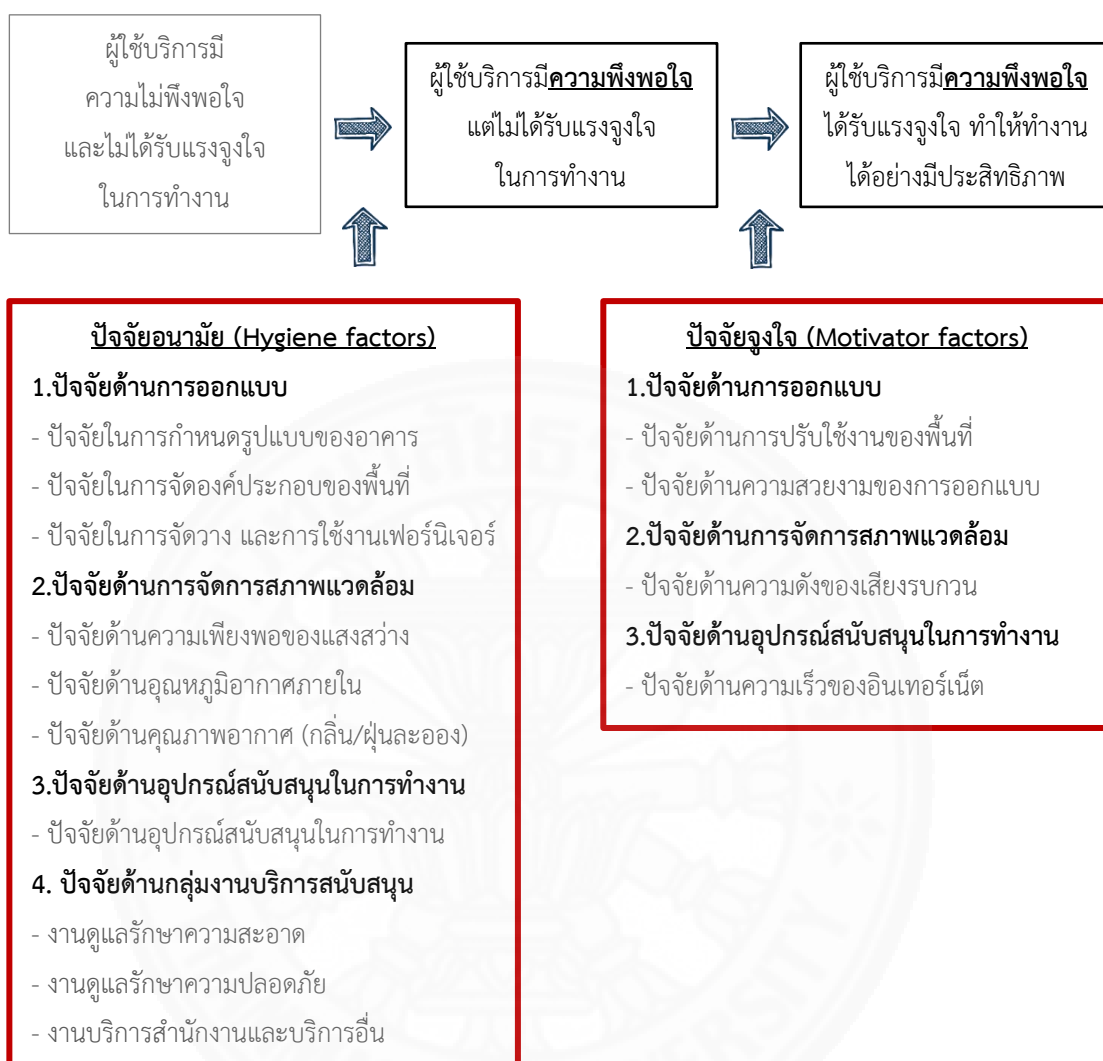
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยด้านภาพแวดล้อมกายภาพ และด้านงานบริการสนับสนุน ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย ของ เฟรดริก เฮอร์ชเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) เพื่อระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ และก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้บริการภายในโคเวิร์คกิ้งสเปซ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ (ภาพที่ 5.1)

### 5.5.1 ปัจจัยจูงใจ (Motivation factors)

ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้ได้รับแรงจูงใจ ทำให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านการปรับใช้งานของพื้นที่ ปัจจัยด้านความสวยงามของการออกแบบ ปัจจัยด้านความดังของเสียงรบกวน และปัจจัยด้านความเร็วของอินเทอร์เน็ต เกิดจากปัจจัยภายในหรือความต้องการภายในของผู้ใช้บริการขณะทำงาน และเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 5.5.2 ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors)

เป็นปัจจัยพื้นฐานของโคเวิร์คกิ้งสเปซ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ แต่ไม่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในกระบวนการทำงาน เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการออกแบบ ได้แก่ ปัจจัยในการกำหนดรูปแบบของอาคาร ปัจจัยในการจัดองค์ประกอบของพื้นที่ และปัจจัยในการจัดวาง การใช้งานเฟอร์นิเจอร์ ปัจจัยด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยด้านความเพียงพอของแสงสว่าง ปัจจัยด้านอุณหภูมิอากาศภายใน และปัจจัยด้านคุณภาพอากาศ (กลิ่น/ฝุ่นละออง) ปัจจัยด้านอุปกรณ์สนับสนุนในการทำงาน และสุดท้ายปัจจัยด้านกลุ่มงานบริการสนับสนุน ด้านงานดูแลรักษาความสะอาด ด้านงานดูแลรักษาความปลอดภัย และงานบริการสำนักงานและบริการอื่น ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยพื้นฐานหากไม่ได้รับการดูแลจัดการที่ดีจะส่งผลให้เกิดความไม่พอใจขณะทำงาน แต่จะไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นเพียงสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจเมื่อใช้บริการ



ภาพที่ 5.1 ความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัย ตามทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮร์เบิร์ต (Herzberg's Two-Factor Theory) ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ

## 5.6 ข้อจำกัดในงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในงานวิจัย ดังนี้

### 5.6.1 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมของโคเวิร์คกิ้งสเปซ

ผลจากการสำรวจข้อมูลโคเวิร์คกิ้งสเปซ พบข้อจำกัดในเรื่องของรูปแบบของอาคารที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการมีการจัดการด้านสภาพแวดล้อมของโคเวิร์คกิ้งสเปซ แต่ละแห่งนั้นแตกต่างกัน สาเหตุที่กรณีศึกษาแต่ละแห่งมีข้อจำกัดแตกต่างกันนั้น มาจากการสำรวจข้อมูลตามขอบเขตพื้นที่งานวิจัย และการให้ความร่วมมือของผู้ให้ข้อมูล ในการนำข้อมูลเพื่อไปศึกษาต่อ ควรศึกษาเนื้อหาให้ตรงกับลักษณะของรูปแบบอาคาร และขนาดพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน โดยศึกษาได้จาก (ตารางที่4.11) ในเรื่องของประเภทของอาคาร และขนาดพื้นที่ของโคเวิร์คกิ้งสเปซ

### 5.6.2 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ (ตารางที่4.21) ที่แสดงจำนวนร้อยละโดยการจำแนกตามกลุ่มอาชีพ ของผู้ใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษา ถึงร้อยละ 44 สาเหตุมาจากช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงปิดภาคเรียน จึงมีความคลาดเคลื่อนต่อข้อมูลด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 5.6.3 ข้อมูลอัตราค่าบริการ

ผลจากการสำรวจข้อมูล พบข้อจำกัดในเรื่องของอัตราค่าบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากขอบเขตของการศึกษาโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ดังนี้ สถานีสะพานควาย สถานีอารีย์ สถานีพญาไท สถานีราชเทวี สถานีสยาม สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ สถานีชิดลม และสถานีสุรศักดิ์ ทั้งหมด 10 แห่ง จึงเกิดข้อจำกัดด้านทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อรูปแบบของอัตราค่าบริการนั้นแตกต่างกันด้วย

## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชินจิตต์ แจ้งเจตกิจ. (2549). *กลยุทธ์การบริหารประสิทธิภาพของลูกค้า*. กรุงเทพมหานคร: BrandAgeBooks.
- วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2556). *ศิลปะการออกแบบตกแต่งภายใน. พิมพ์ครั้งที่4*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ วิทยพัฒน์ บจก.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2530). *หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- มงคล ตันตีสุวิทย์กุล. (2530). *โลกกว้างและการแพทย์. นิตยสารหมอชาวบ้าน เล่มที่: 97*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ปิยานันท์ ประสารราชกิจ. (2549). *ทฤษฎีสีและการตกแต่งภายใน: โครงการตำราคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พริกหวาน กราฟฟิค จำกัด.
- ปราณี ทองคำ. (2539). *เครื่องมือวัดผลทางการศึกษา*. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พรรณราย ทรัพย์ะประภา. (2548). *จิตวิทยาประยุกต์ในชีวิตและในการทำงาน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา ศิริพานิช. (2533). *หลักการสร้างแบบวัดทางจิตวิทยาและทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์
- ศิวารัตน์ ณ ปทุม. สุรกิจ เทวกุล. และ ปริญ ลักษิตานนท์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง: การตลาด อุตสาหกรรม ธุรกิจการค้าปลีก การสื่อสารการตลาดบูรณาการ*. กรุงเทพมหานคร: BrandAgebooks.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2547). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ หลักการและทฤษฎี, หลักการการบริหารทรัพยากรอาคาร. น.63*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2547). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ หลักการและทฤษฎี, งานบริการ/ปฏิบัติการอาคาร. น.97*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bloom, B.S. (1975). *Taxonomy of Education, David McKay Company Inc*. New York. 117p.



- Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (1998). *Contemporary Marketing wired. (9th ed.)*. Forth Worth, TX Dryden.
- Frederick Herzberg, et al. (1959). *The Motivation to work*. New York: John Wiley and Sons.
- Guilford, J.P. (1954). *Psychometric Methods*. MacGraw Hill. New York.
- Hall, E.T. (1966). *The Hidden Dimension*. Garden City. New York, Doubleday.
- Hertzberger, H. (1991). *Lessons for students in architecture*. Rotterdam: Uigeverij 010 Publishers, 12-13p., 32-39p.
- Hill, N. & Alexander, J. (2000). *HandBook of consumer satisfaction and loyalty measurement. (2nd ed.)*. Aldershot, Hamshire: Gower.
- James, L. R., & Jones, A. P. (1974). *Organizations Climate: A Review of theory and Research*. In Psychological Bulletin, 81: 1096-1112.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis. Planning. Implementation. and control. (8th ed.)*. New York: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management. (11th ed.)*. Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
- Likert, Rensis. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale". In *Reading in Fishbein, M (Ed.). Attitude Theory and Measurement. (pp. 90-95)*. New York: Wiley & Son.
- Mehrens, W. A. & Lehmann, I. J. (1984). *Measurement and education in evaluation and psyschology*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Noll, Victor H. (1965). *Introduction to Educational Measurement, (2nd ed.)*, Boston: Houghton Mifflin.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L.L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, Journal of Retailing. 64(1), 2-22
- Schmitt, B. H. (2003). *Customer experience management: A revolutionary Approach to connecting with your customers*, New York: Wiley.
- Schmitt, B. H. & Rogers, D. H. (2008). *Handbook on brand and experience management*. Northampton, MA: Edward Elgar.

Shaw, C. & Lvens, J. (2002). *Building great customer experience*. New York: Plagrave Macmillan.

Solomon, M. R. (2013). *Consumer behaviour: Buying. Having. Being. (10th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Vicher, J.C. (2006). *The concept of workplace performance and its value to Managers. University of California*. Berkeley, 49(2).

Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & Sons.

### บทความวารสาร

Forrester. (2015). *The eCommerce Globalization Playbook*, Polycom: Top 7 Trends in Workplace Collaboration., p.2

IDC. (2015). *Mobile Worker Population to Reach 1.3 Billion*, Polycom: Top 7 Trends in Workplace Collaboration., p.2

### วิทยานิพนธ์

ชญานุช หัสตินรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์. สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ชญานุช หัสตินรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์. สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ธนพล วงษ์ประเสริฐ. (2557). *ปัจจัยทางกายภาพที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในพื้นที่สำนักงาน: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมสิ่งสิ่งพิมพ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาสถาปัตยกรรม.

ธารทิพย์ ประเสริฐสม. (2522). *การเปรียบเทียบค่าความเที่ยงของมาตราวัดทัศนคติแบบลิเคอร์ทที่มี จำนวนรายการคำตอบต่างกัน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิจัยการศึกษา.

บุญฤทธิ หวังดี. (2558). *ความคาดหวังคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีในการใช้บริการ QR Code ในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). *ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงสร้าง  
ปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร.
- ศิวพร โปราณนท์. (2554) *พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความ  
สร้างสรรค์ในงานของบุคลากร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. สาขาวิชาการพัฒนา  
ทรัพยากรมนุษย์และองค์การ.
- Pestalozzi,N. (2014). *Positive Coworking: How Co-working Spaces Informed by the  
Science of Well-Being Can Enhance Independent Workers' Relationship  
Needs.* (Master Degree). University of Pennsylvania.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กฎกระทรวง. (2549). กำหนดมาตรฐานในการบริหาร และการจัดการด้านความปลอดภัย  
อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับความร้อน แสงสว่าง และเสียง,  
สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2560, จาก  
[http://www.klcbright.com/datasheet/thailand\\_law\\_safety\\_hot\\_sound\\_luminair\\_e\\_2549.pdf](http://www.klcbright.com/datasheet/thailand_law_safety_hot_sound_luminair_e_2549.pdf)
- กฎกระทรวงอุตสาหกรรม. (2548). เรื่องมาตรฐานและวิธีการตรวจสอบกลิ่นในอากาศจากโรงงาน,  
สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2560, จาก  
<http://www2.diw.go.th/PIC/download/info/odor.pdf>
- กัญญา ม่วงแก้ว. (2559). คุณภาพอากาศภายในอาคาร, สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2561, จาก  
[http://lib3.dss.go.th/fulltext/dss\\_knowledge/phy\\_5\\_2559\\_indoor\\_air\\_quality.pdf](http://lib3.dss.go.th/fulltext/dss_knowledge/phy_5_2559_indoor_air_quality.pdf)
- จิรวัดน์ คงแก้ว. (2559). สร้างพื้นที่อย่างมีสไตล์ กวาดรายได้ด้วยธุรกิจ Co-Working Space,  
สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2560, จาก  
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/713507>
- บริษัท ฮับบ้า จำกัด และ ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย. (2016).  
“Co-Working Space” ออฟฟิศรูปแบบใหม่ โตเร็วในตลาดอสังหาฯ,  
สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.buildernews.in.th/?p=6249>

สำนักงานสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร . เอกสารความรู้เกี่ยวกับด้าน  
 อาชีวอนามัย และความปลอดภัย ด้านกายภาพ, ตัวอย่างแหล่งกำเนิดเสียง,  
 สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2560, จาก

<http://www.bangkok.go.th/ehd/page/sub/10020/เอกสารเผยแพร่>

Brendon Ambrose. (2010). Vuvuzela Noise Level, สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560, จาก

<http://www.techhuman.com/tech/misc/vuvuzela-2010-the-best-selling-app-in-the-itunes-store/attachment/vuvuzela-noise-level-in-french/>

CBRE Research. (2016). Deskmag’s Global Coworking Survey.The Rise of Co-Working  
 Space in Asia Pacific: Boon or bane?, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก

<https://www.cbre.com/>

CBRE Research. (2016). Workplace: Winning the War for Talent

สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2561, จาก

<https://www.cbre.com/research-and-reports/apac-war-for-talent-2016>

CBRE Thailand. ข้อมูลอาคารสำนักงานในกรุงเทพฯ, สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2560, จาก

<https://www.cbre.co.th/th/SubServices/bangkokofficerentlease>

Flash. (2017). “Daylight, Cool White & Warm White”, How to Select Colour  
 Temperature, สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560, จาก

<http://flash.za.com/how-to-select-colour-temperature/>

Forfur. (2017). คนแบบไหนที่มักจะเข้าไปใช้บริการ Co-Working Space?,

สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2560,

จาก <https://www.forfur.com/index.php/แต่งงาน/Co-Working-Space-เทรนด์ใหม่เปลี่ยนชีวิตการทำงาน>

Wurkon and Baramizi Lab. (2016). วิธีการออกแบบพื้นที่ออฟฟิศสมัยใหม่

(Office Space Design Trend), ศูนย์วิจัยเทรนด์และการออกแบบแห่งประเทศไทย,

สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2561, จาก

[https://web.facebook.com/WURKON/posts/1514930685477511:0?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/WURKON/posts/1514930685477511:0?_rdc=1&_rdr)

FreshBangkok. (2017). Where is Bangkok’s Central Business District?,

สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2560, จาก

<https://freshbangkok.com/bangkoks-central-business-district/>

- HUBBA Thailand. (2555). โคอ-เวิร์คกิ้งสเปซ แห่งแรกของไทย, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.hubbathailand.com/>
- Uhurunet. (2017). “Kelvin Color Temperature Scale Chart”, Lamp and Lighting Source, สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2560, จาก <http://uhurunet.us/>
- Nikkei. (2017). “We Work sets sights on Asia”, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก <https://asia.nikkei.com/Business/Companies/WeWork-sets-sights-on-Asia>
- The Hat Factory. (2005). The first co-working space in the world, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.facebook.com/The-Hat-Factory-110030525940/>



ภาคผนวก



**ภาคผนวก ก**  
**แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย**

**เรื่อง** ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร : กรณีศึกษา โค-เวิร์คกิ้งสเปซ

ในเขตกรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง :** แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร : กรณีศึกษา โค-เวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความ และมีความเหมาะสมในการ

นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความ

เที่ยงตรงในตอนี่ ..... โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

- 1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความ

สอดคล้อง หรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
<b>ตอนที่ 1 คำถามทั่วไป (ข้อมูลส่วนตัว)</b>					
1.1	ประกอบอาชีพอะไร				
1.2	ระยะเวลาในการใช้งาน				
1.3	ลักษณะของการทำงาน				
1.4	การเดินทางมาใช้บริการ				
<b>ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมกายภาพ และ งานบริการสนับสนุน ของ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ</b>					
<b>2.1 ส่วนต้อนรับ (Information) และ ส่วนพักคอย (Waiting area)</b>					
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง				
2.)	ความดังของเสียงรบกวน				
3.)	อุณหภูมิของอากาศ				
4.)	กลิ่น / ฝุ่นละออง				
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ				
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน				
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์				
8.)	ความเร็วของ อินเทอร์เน็ต (Internet)				
9.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง				



10.)	การดูแลรักษาความสะอาด				
11.)	ระบบรักษาความปลอดภัย				
12.)	งานบริการ การต้อนรับ การจองห้อง ฯลฯ				
<b>2.2 พื้นที่การทำงานร่วมกัน (Working area) หรือ ห้องทำงานส่วนตัว (Working room)</b>					
1.)	ความเข้มของแสงสว่าง				
2.)	ความดังของเสียงรบกวน				
3.)	อุณหภูมิของอากาศ				
4.)	กลิ่น / ฝุ่นละออง				
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ				
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน				
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์				
8.)	อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน				
9.)	ความเร็วของ อินเทอร์เน็ต (Internet)				
10.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง				
11.)	การดูแลรักษาความสะอาด				
12.)	ระบบรักษาความปลอดภัย				
<b>2.3 พื้นที่ประชุม (Meeting area) / ห้องประชุม (Meeting room)</b>					
1.)	ความเข้มของแสงสว่าง				
2.)	ความดังของเสียงรบกวน				
3.)	อุณหภูมิของอากาศ				
4.)	กลิ่น / ฝุ่นละออง				
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ				
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน				
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์				
8.)	อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน				
9.)	ความเร็วของ อินเทอร์เน็ต (Internet)				
10.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง				
11.)	การดูแลรักษาความสะอาด				
12.)	ระบบรักษาความปลอดภัย				
<b>2.4 พื้นที่ทานอาหาร / เตรียมอาหาร (Pantry area)</b>					
1.)	ความเข้มของแสงสว่าง				
2.)	ความดังของเสียงรบกวน				
3.)	อุณหภูมิของอากาศ				
4.)	กลิ่น / ฝุ่นละออง				
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ				
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน				

7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์				
8.)	อุปกรณ์เครื่องครัว / บริการอาหาร และเครื่องดื่ม				
9.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง				
10.)	การดูแลรักษาความสะอาด				
11.)	ระบบรักษาความปลอดภัย				
<b>2.5 พื้นที่สนับสนุน (support space)</b>					
ได้แก่ ห้องพักผ่อน (relation area), ห้องสมุด (library room), ห้องเล่นเกม (game room) ฯลฯ					
1.)	ความเข้มของแสงสว่าง				
2.)	ความดังของเสียงรบกวน				
3.)	อุณหภูมิของอากาศ				
4.)	กลิ่น / ฝุ่นละออง				
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ				
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน				
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์				
8.)	อุปกรณ์สนับสนุน เครื่องเล่น ของใช้ต่างๆ				
9.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง				
10.)	การดูแลรักษาความสะอาด				
11.)	ระบบรักษาความปลอดภัย				
12.)	ความเข้มของแสงสว่าง				
<b>2.6 ห้องน้ำ (Toilet)</b>					
1.)	ความเข้มของแสงสว่าง				
2.)	กลิ่น / ฝุ่นละออง				
3.)	ความเหมาะสมของที่ตั้ง				
4.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง				
5.)	การดูแลรักษาความสะอาดภายในพื้นที่				
6.)	ระบบการรักษาความปลอดภัย				
<b>2.9 สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร / ภูมิทัศน์ (Landscaping)</b>					
1.)	ความร่มรื่น โดยรอบอาคาร/พื้นที่				
2.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ				
3.)	ความสวยงามของงานออกแบบภูมิทัศน์				
4.)	การดูแลรักษาความสะอาดภายในพื้นที่				
5.)	ระบบการรักษาความปลอดภัย				
<b>ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจโดยรวม</b>					
1.)	สภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน				
2.)	สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร / ภูมิทัศน์				
3.)	การให้บริการ งานบริการสนับสนุนต่างๆ				

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม				
1.)	ช่องสำหรับเขียน ข้อเสนอแนะ			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



**ภาคผนวก ข**  
**แบบสำรวจข้อมูล ของ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ**

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร : กรณีศึกษา โค-เวิร์คกิ้งสเปซ ในเขต กรุงเทพมหานคร

ชื่อหน่วยงาน : .....

**ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ**

- 1.1 ที่ตั้ง : ถนน.....แขวง.....เขต.....
- 1.2 ระยะเวลาที่เปิดให้บริการ  
 น้อยกว่า 1 ปี       ประมาณ 1-2 ปี       ประมาณ 3-4 ปี       มากกว่า 5 ปี
- 1.3 ขนาดพื้นที่       มากกว่า 200 ตารางเมตร       น้อยกว่า 200 ตารางเมตร
- 1.4 ประเภทอาคาร  อาคารขนาดเล็ก       ตั้งอยู่ภายใน อาคารใหญ่/ตึกสูง
- 1.5 ประเภทพื้นที่ใช้งาน  
 ที่จอดรถ       สนามหญ้า / สวน       พื้นที่ต้อนรับ/ส่วนพักผ่อน  
 พื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-Working area)       พื้นที่ประชุม/ห้องประชุม/ห้องทำงานส่วนตัว  
 พื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร (Pantry area)       พื้นที่จำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม  
 พื้นที่ ถ่ายเอกสาร/ปริ้นท์เอกสาร       พื้นที่จัดกิจกรรม/งานนิทรรศการ  
 พื้นที่พักผ่อน       ห้องสมุด       ห้องเล่นเกม       พื้นที่เก็บของ  
 อื่นๆ .....

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายใน**

- 2.1 ประเภทความเข้มของแสงสว่างภายใน  
 แสง Warm White       แสง Day Light       แสง Cool White  
 อื่นๆ.....
- 2.2 อุณหภูมิของอากาศภายใน หรือ อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ  
 ต่ำกว่า 20°C       ระหว่าง 20-22°C       ระหว่าง 23-25°C       สูงกว่า 25°C
- 2.3 ประเภทความดังของเสียงรบกวน  
 เสียงการจราจร       เสียงการพูดคุย       อื่นๆ .....
- 2.4 ความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ต Wi-Fi (Mb/s หรือ Mbps : Megabit per second)  
 น้อยกว่า 10Mb/s       ระหว่าง 10-30Mb/s       ระหว่าง 30-50Mb/s       มากกว่า 50Mb/s
- 2.5 รูปแบบงานออกแบบตกแต่งภายใน  
 สไตล์ Minimal : .....  
 สไตล์ Loft : .....  
 สไตล์ Modern : .....  
 อื่นๆ.....

**ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับงานบริการสนับสนุน**

## 3.1 ระบบการรักษาความปลอดภัย

กล้องวงจรปิด       เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.)       อื่นๆ.....

## 3.2 งานดูแลรักษาความสะอาดภายในพื้นที่

ดูแลโดยพนักงาน       ดูแลโดยบริษัทรับทำความสะอาด       อื่นๆ.....

## 3.3 งานดูแล ภูมิทัศน์

ดูแลโดยพนักงาน       ดูแลโดยบริษัทรับดูแลภูมิทัศน์       ไม่มี ภูมิทัศน์

## 3.4 งานบริการ งานต้อนรับ/ประชาสัมพันธ์ การจองห้อง การติดต่อโทรศัพท์ และงานบริการอื่นๆ

1-2 คน       2-5 คน       อื่นๆ.....

## 3.5 งานบริการจัดเก็บเอกสาร / ฝากของ

บริการเก็บเอกสาร       บริการเก็บอุปกรณ์การทำงาน       ไม่มี งานบริการจัดเก็บเอกสาร / ฝากของ

## 3.6 งานบริการรับส่งผู้ใช้บริการ

ไม่มีบริการ รับ-ส่ง       มีบริการ รับ-ส่ง BTS / MRT       อื่นๆ.....

**ตอนที่ 4 ข้อมูลอื่นๆ**

.....

.....

.....

.....

**ภาคผนวก ค**  
**แบบสอบถามความพึงพอใจ**

**ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร โค-เวิร์คกิ้งสเปซ**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) พร้อมเขียนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นจริง

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนตัว (กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์)

1.1) อาชีพ

- ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) Startup/ผู้ประกอบการ ( ) Freelancer ( ) Creative, Designer  
( ) อื่นๆ (.....)

1.2) ระยะเวลาที่ใช้บริการ

- ( ) น้อยกว่า 4 ชม./วัน ( ) ประมาณ 5-8 ชม./วัน ( ) ประมาณ 8-12 ชม./วัน  
( ) มากกว่า 12 ชม./วัน

1.3) จำนวนสมาชิกผู้ใช้บริการ

- ( ) มาคนเดียว ( ) ประมาณ 2-5 คน ( ) ประมาณ 6-10 คน ( ) มากกว่า 10 คน

1.4) ใช้บริการรูปแบบ

- ( ) พื้นที่ทำงานร่วมกับผู้อื่น ( ) พื้นที่ทำงานแบบห้องประชุม / ห้องทำงานส่วนตัว  
( ) อื่นๆ (.....)

1.5) การเดินทางมาใช้บริการ

- ( ) รถส่วนตัว ( ) รถโดยสารสาธารณะ ( ) รถไฟฟ้า  
( ) รถบริการ ของ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ ( ) อื่นๆ (.....)

**ตอนที่ 2** ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมกายภาพและกลุ่มงานบริการสนับสนุน

ของ โค-เวิร์คกิ้งสเปซ (กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์)

2.1) ส่วนต้อนรับ (Information)		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง					
2.)	ความดังของเสียงรบกวน					
3.)	อุณหภูมิห้อง					
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง)					
5.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน					
6.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง					
7.)	การดูแลรักษาความสะอาด					

8.)	ระบบรักษาความปลอดภัย					
9.)	งานบริการ การต้อนรับ การจองห้อง ฯลฯ					
2.2) พื้นที่การทำงานร่วมกัน / ห้องประชุม / ห้องทำงานส่วนตัว		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง					
2.)	ความดังของเสียงรบกวน					
3.)	อุณหภูมิห้อง					
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง)					
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ					
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน					
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์					
8.)	อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน					
9.)	ความเร็วของ อินเทอร์เน็ต (Internet)					
10.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง					
11.)	การดูแลรักษาความสะอาด					
12.)	ระบบรักษาความปลอดภัย					
2.3) พื้นที่ทานอาหาร / เตรียมอาหาร (Pantry area) / พื้นที่จำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง					
2.)	ความดังของเสียงรบกวน					
3.)	อุณหภูมิห้อง					
4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง)					
5.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน					
6.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์					
7.)	อุปกรณ์เครื่องครัว / บริการอาหาร และเครื่องดื่ม					
8.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง					
9.)	การดูแลรักษาความสะอาด					
10.)	ระบบรักษาความปลอดภัย					
2.4) พื้นที่สนับสนุน (support space) ได้แก่ ห้องพักผ่อน (relation area), ห้องสมุด (library room), ห้องเล่นเกม (game room) ฯลฯ <b>**หากไม่มีไม่ต้องตอบในข้อนี้**</b>		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง					
2.)	ความดังของเสียงรบกวน					
3.)	อุณหภูมิห้อง					



4.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง)					
5.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ					
6.)	ความเหมาะสมของเฟอร์นิเจอร์ต่อการใช้งาน					
7.)	ความเหมาะสมการจัดวางเฟอร์นิเจอร์					
8.)	อุปกรณ์สนับสนุน เครื่องเล่น ของใช้ต่างๆ					
9.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง					
10.)	การดูแลรักษาความสะอาด					
11.)	ระบบรักษาความปลอดภัย					
2.6) ห้องน้ำ (Toilet)		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	ความเพียงพอของแสงสว่าง					
2.)	คุณภาพอากาศ (กลิ่น / ฝุ่นละออง)					
3.)	ความเหมาะสมของที่ตั้ง					
4.)	ความสวยงามของงานออกแบบตกแต่ง					
5.)	การดูแลรักษาความสะอาดภายในพื้นที่					
6.)	ระบบการรักษาความปลอดภัย					
2.7) สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร / ภูมิทัศน์ (Landscaping) <b>**หากไม่มีไม่ต้องตอบในข้อนี้</b>		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	ความร่มรื่น โดยรอบอาคาร/พื้นที่					
2.)	การปรับใช้งานพื้นที่ ในการทำกิจกรรมต่างๆ					
3.)	ความสวยงามของงานออกแบบภูมิทัศน์					
4.)	การดูแลรักษาความสะอาดภายในพื้นที่					
5.)	ระบบการรักษาความปลอดภัย					

**ตอนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สภาพแวดล้อมต่างๆ และ กลุ่มงานบริการสนับสนุนต่างๆ**  
(กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์)

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ		ระดับความพึงพอใจ				
		ไม่พึงพอใจ มาก	ไม่พึงพอใจ	ปานกลาง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก
1.)	สภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ทำงาน					
2.)	สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร / ภูมิทัศน์					
3.)	การให้บริการ งานบริการสนับสนุนต่างๆ					

**ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวธัญญรัตน์ ทองถม
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ.2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2556: สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผลงานทางวิชาการ	ธัญญรัตน์ ทองถม, ผศ.ดร.ชัยวัฒน์ ธีรรัตนพงษ์. (มิถุนายน 2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคาร : กรณีศึกษา โค-เวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการ Built Environment Research Associates Conference 2017, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
ประสบการณ์ทำงาน	ปีพ.ศ.2557-2559 : ตำแหน่งงาน Junior Interior Architecture บริษัท ทีโมทีฟ สตูดิโอ จำกัด ปีพ.ศ.2559 : ตำแหน่งงาน Interior Architecture บริษัท ลีออฟทิต ดีไซน์ จำกัด ปีพ.ศ.2560 : ตำแหน่งงาน Interior Architecture บริษัทวินเทจ อินทีเรียดีไซน์ จำกัด ปีพ.ศ.2561 : ตำแหน่งงาน Interior Architecture ผู้ประกอบการอิสระ (Freelancer)