

แนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

Service Guidelines of “BM Center” Co-Working Space, Mueang Ubon

Ratchathani District, Ubon Ratchathani Province

กัญญาณัฐ ศรีเพชร¹ และรุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร²

Kanyanat Sornpet¹ and Ruchirat Patanathabutr²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ที่ปรึกษา, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: Kanyanat_so@kkumail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

18 สิงหาคม 2564

6 กันยายน 2564

8 กันยายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยองค์ประกอบของการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี นิยามและให้ความหมายองค์ประกอบของการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี และหาแนวทางการบริการของพื้นที่ร่วมทำงานบีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ซึ่งมีวิธีการวิจัยโดยใช้การวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแบบกึ่งโครงสร้างเพื่อหาตัวแปรสังเกตได้ และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อจำแนกองค์ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 505 คน ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 15 - 18 ปี ศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อสัปดาห์อยู่ที่ 500 - 1,000 บาท และมีวงเงินที่ใช้ในการใช้บริการพื้นที่ร่วมทำงานในแต่ละครั้งต่ำกว่า 100 บาท สามารถจำแนกองค์ประกอบของแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ได้ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ระบบบริการที่สร้างความรู้สึกพิเศษให้กับผู้ใช้บริการ (Fabulous System) ใช้ตัวย่อว่า “F” (2) การให้บริการที่ครอบคลุม (Universal Service) ใช้ตัวย่อว่า “U” และ (3) การบริการพิเศษเฉพาะกลุ่ม (Niche Target) ใช้ตัวย่อว่า “N” โดยองค์ประกอบทั้งหมดสามารถอธิบายแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ได้ร้อยละ 67.384 และนำองค์ประกอบที่ได้มากำหนดเป็นแนวทาง “FUN” ให้นิยามว่า นันทนาการ คิดสบาย บริการอย่างครอบคลุม พร้อมรองรับความต้องการเฉพาะกลุ่ม สำหรับเป็นแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี จำนวน 3 แนวทาง ได้แก่ (1) Ready to Serve (2) One Stop Service และ (3) Special for Users

คำสำคัญ: การบริการพื้นที่ร่วมทำงาน, พื้นที่ร่วมทำงาน, อุบลราชธานี

ABSTRACT

The purpose of this research was to study components of “BM Center” Co-Working Space, Mueang Ubon Ratchathani, Ubon Ratchathani Province, definition and meaning of the components, and guidelines of co-working space in Mueang Ubon Ratchathani, Ubon Ratchathani Province. The study was conducted with documentary research, with semi-structures interview to find the observable variables, and exploratory factor analysis to classify the components. The data were collected from a sample of 505 participants. The results showed that the general data of most respondents were female, age ranging from 15 to 18 years old, studying in Mathayomsuksa 6 (Grade 12), with average income as 500 to 1,000 baht per week received from parents. The budget for the co-working space each time was less than 100 baht. The results of this study showed the following 3 components: (1) Fabulous System (F); (2) Universal Service (U); and (3) Niche Target (N), presented as a concept of “FUN”. All components explained 67.384 percent of service guidelines of co-working space and were applied as service guidelines of “BM Center” Co-Working Space, Mueang Ubon Ratchathani, Ubon Ratchathani Province consisting of 3 guidelines which are (1) Ready to Serve, (2) One Stop Service, and (3) Special for Users.

Keywords: Services of the Co-Working Space, Co-Working Space, Ubon Ratchathani

บทนำ

ปัจจุบันการก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้ชีวิตของมนุษย์มากขึ้น ส่งผลให้วิถีการใช้ชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป ด้วยรูปแบบของเทคโนโลยีการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลที่อำนวยความสะดวกให้มนุษย์มากขึ้น เพียงมีคอมพิวเตอร์พกพา โทรศัพท์มือถือ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็สามารถเริ่มทำงานได้แล้ว ทำให้เกิดความยืดหยุ่นของข้อจำกัดในการทำงานทั้งในด้านเวลาและสถานที่

รูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนไปดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจบริการให้เช่าพื้นที่ร่วมทำงานมีการเติบโตอย่างรวดเร็วตามเมืองศูนย์กลางของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งสหรัฐอเมริกา อินเดีย สหราชอาณาจักร สเปน เยอรมันนี แคนาดา อินโดนีเซีย และฮ่องกง เป็นต้น จากผลสำรวจของ Coworking Resources พบว่าจำนวนพื้นที่ร่วมทำงานทั่วโลกสูงถึงเกือบ 20,000 แห่งในปี 2563 และคาดว่าจะมากกว่า 40,000 แห่งภายในปี 2567 แม้ว่าอุตสาหกรรมนี้เติบโตช้าลงในปี 2563 แต่คาดว่าจะการเติบโตจะฟื้นตัวและพัฒนาอย่างรวดเร็วขึ้นตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นไป โดยมีอัตราการเติบโตต่อปีในร้อยละ 21.3 (Coworking Resources, 2020)

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งตั้งอยู่ตอนสุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและของประเทศไทย (จังหวัดอุบลราชธานี, 2563) โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราชในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ ประเภทสหศึกษาใน

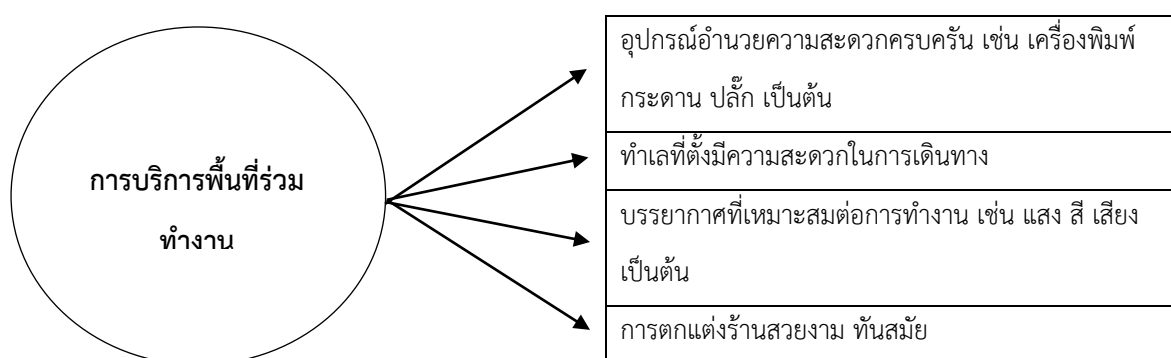
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีจำนวนนักเรียนและบุคลากรทั้งหมด 4,239 ราย พื้นที่บริเวณหน้าโรงเรียนดังกล่าว จึงเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ที่มีทั้งสถาบันสอนพิเศษ หอพัก ร้านค้าสะดวกซื้อ และพื้นที่ประกอบกิจการการค้าอีกมากมาย แต่เนื่องจากพื้นที่ของร้านค้าบริเวณดังกล่าวส่วนมากเป็นรูปแบบร้านที่ไม่มีบริการพื้นที่นั่ง ส่งผลให้นักเรียนไม่มีพื้นที่นั่งรอผู้ปกครองหรือรอเรียนพิเศษหลังเลิกเรียน ผู้วิจัยจึงเห็นถึงช่องทางในการปรับปรุงพื้นที่ประกอบการเดิมที่มีอยู่หน้าโรงเรียนดังกล่าว เพื่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อธุรกิจ ซึ่งมีแนวคิดที่จะปรับปรุงให้เป็นพื้นที่ในรูปแบบพื้นที่ร่วมทำงานเพื่อให้มีพื้นที่นั่งมากขึ้น จึงต้องการศึกษาองค์ประกอบของการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน เพื่อพัฒนาและกำหนดเป็นแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

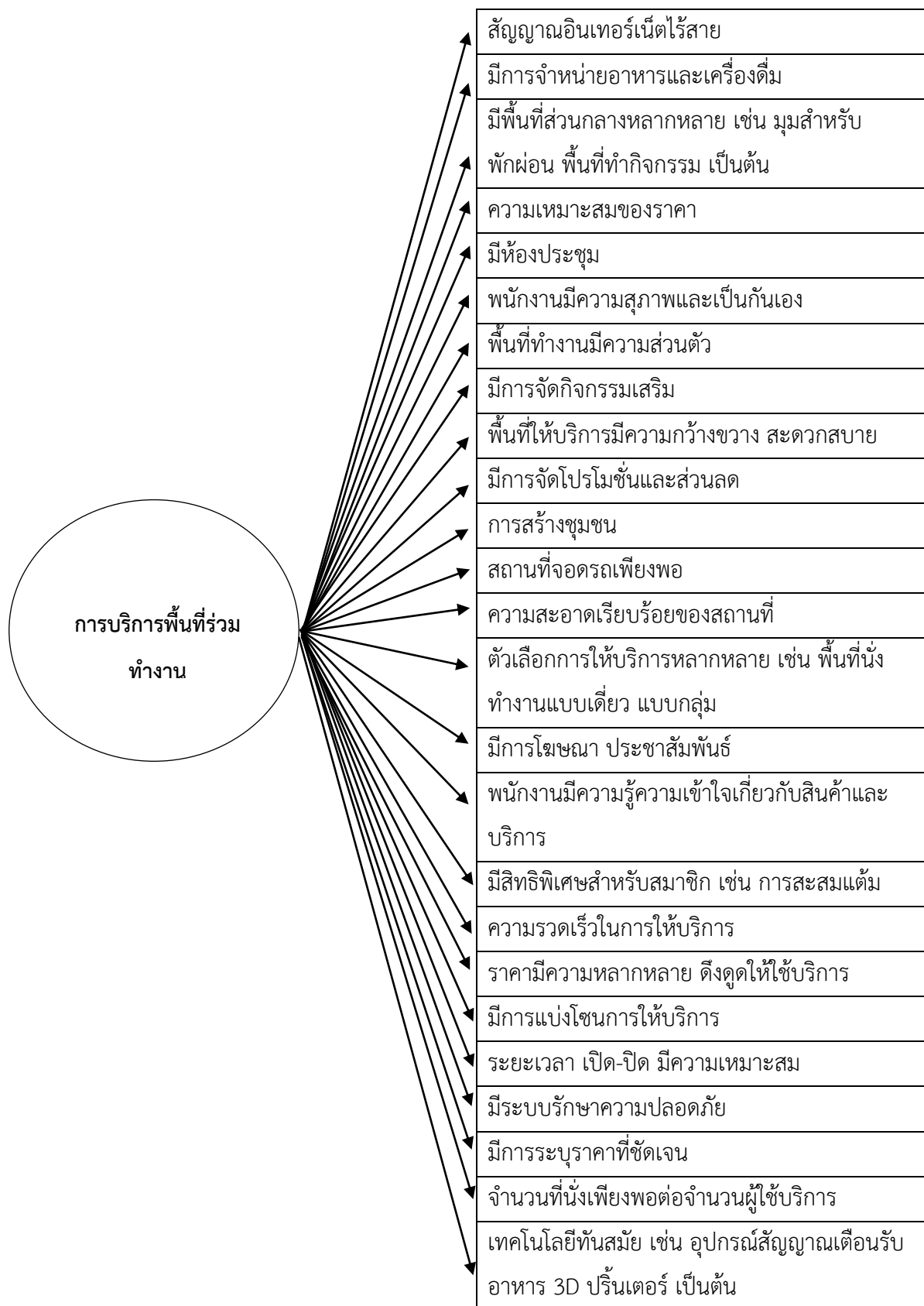
1. เพื่อวิจัยองค์ประกอบของตัวแปรที่มีผลต่อการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
2. เพื่อนิยามและให้ความหมายองค์ประกอบของตัวแปรการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
3. เพื่อกำหนดแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

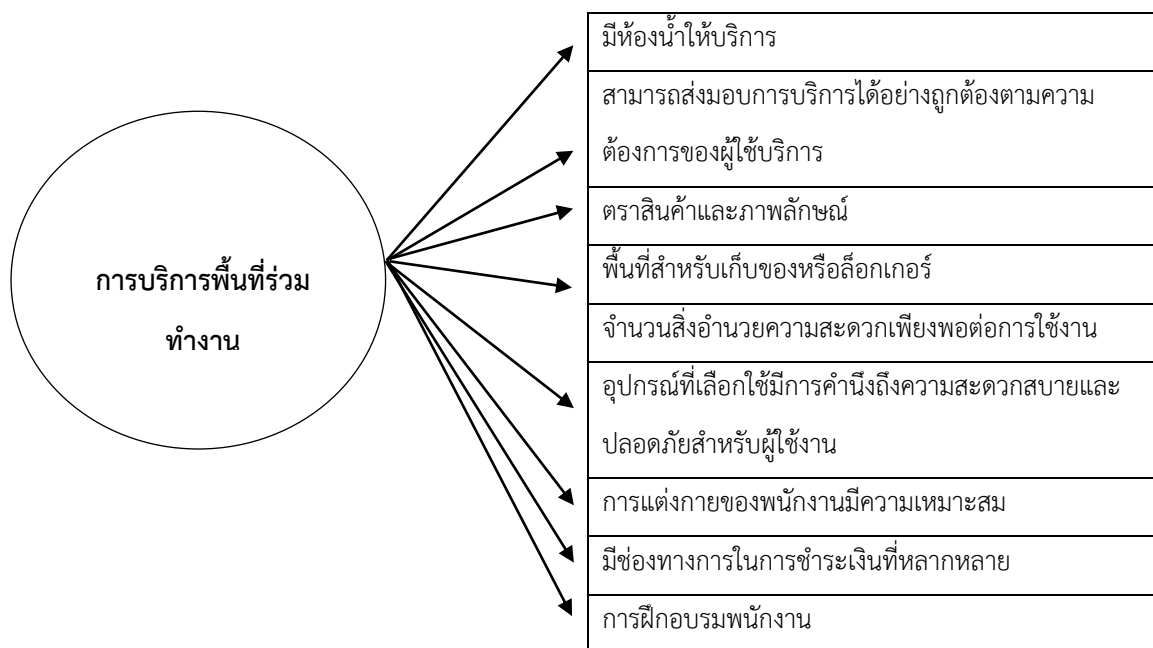
แนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้ ตัวแปรแฝง (Latent Variable) ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ต่อ)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ต่อ)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบผสม (Mixed Method) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

การกำหนดกลุ่มของตัวอย่างที่ศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ของโรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช ซึ่งเป็นโรงเรียนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวนทั้งหมด 505 ราย ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างมีการกำหนดตามอ้างอิงหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ที่ควรมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากกว่า 500 ราย จึงมีความเหมาะสมระดับดีมากและมีอัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ยอมรับได้และการตอบกลับอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพื่อความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล (Comrey & Lee, 1992)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย 5 คำถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และวงเงินที่ใช้ในการใช้บริการพื้นที่ร่วมทำงานในแต่ละครั้ง โดยจะเป็นคำถามปลายปิดที่สามารถเลือกได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ประกอบไปด้วย คำถาม 38 ข้อ เป็นคำถามลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ

วิธีรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลแบบสะดวกในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Convenience Sampling Method) ในการแจกแบบสอบถาม ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน Line Twitter และ Facebook จำนวน 505 ชุด ซึ่งก่อนแจกแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน ผู้วิจัยจะทำการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยม โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช สำหรับช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2564 – วันที่ 30 เมษายน 2564 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน

วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจตรวจสอบว่าองค์ประกอบร่วมทุกตัวมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นอิสระต่อกัน (อรรถไกร พันธุ์ภักดี, 2559) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบข้อมูลที่วิเคราะห์

วิธีที่หนึ่ง คือ การสร้างเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) เป็นการใช้เมทริกซ์เพื่อวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบกับตัวแปรสังเกตได้ เพื่อสร้างเป็นเมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่จะนำมาใช้ในการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรขององค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน โดยตัวแปรจะต้องมีค่ามากกว่า 0.3 (Wiersma, 1991)

วิธีที่สอง คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้สถิติ KMO ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลเมื่อ r คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าค่า KMO เข้าใกล้ 0 ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์ปัจจัยไม่มีความจำเป็น ถ้าค่า KMO ใกล้ 1 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์ปัจจัยเหมาะสมกับข้อมูล เมื่อค่า KMO มากกว่า 0.5 (ฉัตรศิริ ปิยะพิมสิทธิ์, 2548) และ Bartlett's Test และใช้ Bartlett's Test of Sphericity ในการทดสอบสมมติฐานโดยตั้งสมมติฐานเพื่อการทดสอบดังนี้ H_0 : ตัวแปรทั้ง 38 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน H_1 : ตัวแปรทั้ง 38 ตัว มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นถ้ายอมรับ H_0 แสดงว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่ถ้าปฏิเสธ H_1 (หรือยอมรับ H_0) นั้นหมายถึงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

ขั้นตอนที่ 2 การสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction)

การสกัดองค์ประกอบ เป็นการสกัดองค์ประกอบร่วมให้แยกออกซึ่งจะต้องมีจำนวนน้อยที่สุด โดยการที่จะนำเอาค่าของน้ำหนักองค์ประกอบไปคำนวณเมทริกซ์สหสัมพันธ์ให้ได้ค่าที่มีค่าความใกล้เคียงกับเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ (ปริยานุช อภิณโยภาส, 2559) ซึ่งวิธีการที่นิยมใช้ คือการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ เป็นการสกัดองค์ประกอบเพื่อที่จะลดจำนวนตัวแปรและแปลความหมายองค์ประกอบได้ง่าย

ขั้นตอนที่ 3 การประมาณค่าพารามิเตอร์และการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล

การคำนวณหาค่าสหพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ไม่รวมระยะเวลาความคลาดเคลื่อนของการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างต้นแบบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งใช้ค่าประมาณพารามิเตอร์มาใช้ในการคำนวณ

ขั้นตอนที่ 4 การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factors Rotation)

การหมุนแกนองค์ประกอบเพื่อแยกตัวแปรว่าควรจัดอยู่ในองค์ประกอบใด ดังนั้นการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) จะทำให้กลุ่มของตัวแปรขององค์ประกอบมีลักษณะที่ชัดเจนขึ้น โดยการหมุนแบบตั้งฉากจะทำให้องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบเป็นอิสระต่อกัน และใช้การหมุนแกนแบบเน้นการเปลี่ยนสตรัม (Varimax Rotation) ซึ่งจะให้องค์ประกอบคงที่มากขึ้นและมีโครงสร้างที่ง่ายกว่า (Kim & Mueller, 1978)

ขั้นตอนที่ 5 การเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)

เพื่อจัดตัวแปรตามค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ โดยหากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาก คือ มีค่าเข้าสู่ +1 หรือ -1 ในองค์ประกอบใด จะจัดตัวแปรนั้นอยู่ในองค์ประกอบนั้น

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. องค์ประกอบของตัวแปรที่มีผลต่อการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

1.1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 15 - 18 ปี ศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวนเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อสัปดาห์อยู่ที่ ตั้งแต่ 500 - 1,000 บาท และมีวงเงินที่ใช้ในการใช้บริการพื้นที่ร่วมทำงานในแต่ละครั้งต่ำกว่า 100 บาท

1.2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการลดจำนวนองค์ประกอบการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี จาก 38 องค์ประกอบ เหลือ 3 องค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบที่ 1

องค์ประกอบที่ 1	Factors Loading
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ	0.829
การเลือกใช้อุปกรณ์มีการคำนึงถึงความสะดวกสบายและปลอดภัยสำหรับผู้ใช้งาน	0.810
สามารถส่งมอบการบริการได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	0.802
ทางร้านมีการกำหนดเวลา เปิด-ปิดให้บริการชัดเจนและเป็นไปตามที่กำหนด	0.782
มีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น จ่ายผ่านบัตร หรือ คิวอาร์โค้ด	0.770
จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการใช้บริการ เช่น ปลั๊ก กระดาน เป็นต้น	0.768

ตารางที่ 1 องค์ประกอบที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบที่ 1	Factors Loading
มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในร้าน เช่น กล้องวงจรปิด	0.768
พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสมต่อการให้บริการ	0.736
มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	0.754
มีการระบุราคาขายที่ชัดเจน	0.748
สามารถให้บริการที่รวดเร็วให้แก่ผู้ใช้บริการ	0.726
จำนวนที่นั่งเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ	0.713
ตราสินค้าและภาพลักษณ์ของร้านที่ดี	0.712
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	0.690
พื้นที่ให้บริการมีความกว้างขวาง โปร่ง และสะดวกสบาย	0.633
มีการดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ	0.633
มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย เช่น อุปกรณ์สัญญาณเตือนรับอาหาร เป็นต้น	0.564
มีการจัดโปรโมชั่น เช่น คูปอง ส่วนลด และของแถม	0.532
มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น การสะสมแต้ม	0.520
อัตราค่าบริการมีความหลากหลายและดึงดูดเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ	0.510

ตารางที่ 2 องค์ประกอบที่ 2

องค์ประกอบที่ 2	Factors Loading
บรรยากาศในร้านมีความเหมาะสมต่อการนั่งทำงาน เช่น แสงไฟ สีของร้าน เป็นต้น	0.728
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ปลั๊ก เครื่องพิมพ์ เป็นต้น	0.725
มีสัญญาณ WIFI ฟรีให้บริการ	0.713
ราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	0.704
การตกแต่งร้านมีความสวยงาม ทันสมัย	0.671
พื้นที่นั่งทำงานมีความเป็นส่วนตัว	0.655
มีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	0.653
มีพื้นที่ส่วนกลางให้ใช้บริการ เช่น พื้นที่สำหรับพักผ่อน พื้นที่ทำกิจกรรม เป็นต้น	0.644
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน	0.642
พนักงานมีความสุภาพและเป็นกันเอง	0.639
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	0.614
มีตัวเลือกการให้บริการหลากหลาย เช่น พื้นที่นั่งทำงานแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม เป็นต้น	0.599
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการรับทราบข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ	0.580

ตารางที่ 2 องค์ประกอบที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบที่ 2	Factors Loading
มีการแบ่งโซนการให้บริการ เช่น โซนอ่านหนังสือ โซนสำหรับทำงานกลุ่ม	0.508

ตารางที่ 3 องค์ประกอบที่ 3

องค์ประกอบที่ 3	Factors Loading
มีการจัดกิจกรรมเสริม เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้มาใช้บริการ หรือกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ	0.812
การมีชุมชนภายในร้าน ทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนไอเดีย และทำความรู้จักระหว่างกัน	0.796
มีห้องประชุมให้บริการ	0.736
มีพื้นที่สำหรับเก็บของหรือล็อกเกอร์	0.598

2. ผลการศึกษาเพื่อนิยามและให้ความหมายองค์ประกอบของตัวแปรการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

องค์ประกอบที่ 1 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 ได้ว่า ระบบการบริการที่สร้างความรู้สึกพิเศษให้กับผู้ใช้บริการ “Fabulous System” หรือใช้ตัวย่อว่า “F” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 1 หมายถึง ระบบการบริการต่าง ๆ ภายในร้าน ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความพิเศษและประทับใจในการใช้บริการ ประกอบไปด้วย 20 ตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 1

องค์ประกอบที่ 2 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 ได้ว่า การให้บริการที่ครอบคลุม “Universal Service” หรือใช้ตัวย่อว่า “U” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 2 หมายถึง การบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมเมื่อเข้ามาใช้บริการ ประกอบไปด้วย 14 ตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 2

องค์ประกอบที่ 3 สามารถตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 3 ได้ว่า การบริการพิเศษเฉพาะกลุ่ม “Niche Target” หรือใช้ตัวย่อว่า “N” โดยนิยามองค์ประกอบที่ 3 หมายถึง การสร้างบริการพิเศษขึ้นมาเพื่อรองรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 3

3. ผลการศึกษานวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงานปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

องค์ประกอบบริการของพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี มีการกำหนดเป็นแนวทางการบริการ เรียกว่า “FUN” ซึ่งเป็นการนำตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวแรกของแต่ละชื่อองค์ประกอบมาใช้ในการตั้งเรียงกันเป็นแนวทาง โดยองค์ประกอบรวมทั้งหมดสามารถอธิบายการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ปีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ได้ร้อยละ 67.384

ด้วยผลของการวิจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจ สามารถนำมาพัฒนาเป็นแนวทางการจัดการได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ประกอบที่ได้มาเป็นแนวทางในการบริการพื้นที่ร่วม

ทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี โดยทำการระดมสมองร่วมกับทีมบริหารจัดการจำนวนทั้งหมด 4 คน เนื่องจากการระดมสมองจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด ควรอยู่ระหว่าง 4 ถึง 9 คน (ศศิมา สุขสว่าง, 2562) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเสนอแนวทางการบริการของพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ประกอบด้วย 3 กิจกรรม ดังนี้ (1) Ready to Serve เป็นกิจกรรมการเตรียมความพร้อมการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ การจัดการระบบการให้บริการต่าง ๆ ภายในร้านเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความพิเศษและประทับใจในการใช้บริการ เนื่องจากการสร้างประสบการณ์ที่ดีและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการสัมผัสได้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการได้ (2) One Stop Service การมีบริการที่ครอบคลุม ควรมีการจำหน่ายอาหาร ขนมหวาน เครื่องดื่ม มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงานครบครัน พร้อมทั้งตัวเลือกการให้บริการที่หลากหลาย และมีการสร้างการรับรู้ถึงบริการของทางร้านให้กับผู้ใช้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการ และ (3) Special for Users บริการพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในร้าน เช่น การจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของผู้มาใช้บริการ เป็นต้น มีชุมชนออนไลน์ เพื่อส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนไอเดีย และทำความรู้จักระหว่างกันของผู้ใช้บริการ

อภิปรายผล

อภิปรายแนวทางการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ทั้ง 3 องค์ประกอบได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ระบบการบริการที่สร้างความรู้สึกพิเศษให้กับผู้ใช้บริการ (Fabulous System) หมายถึง ระบบการบริการต่าง ๆ ภายในร้าน ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความพิเศษและประทับใจในการใช้บริการ ประกอบไปด้วย พื้นที่ให้บริการมีความกว้างขวาง โปร่ง และสะดวกสบาย การจัดโปรโมชัน เช่น คูปอง ส่วนลด และของแถม การดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น การสะสมแต้ม สามารถให้บริการที่รวดเร็วให้แก่ผู้ใช้บริการ อัตราค่าบริการมีความหลากหลายและดึงดูดเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการ รายอื่น ๆ ทางร้านมีการกำหนดเวลา เปิด-ปิดให้บริการชัดเจนและเป็นไปตามที่กำหนด มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในร้าน เช่น กล้องวงจรปิด มีการระบุราคาขายที่ชัดเจน จำนวนที่นั่งเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย เช่น อุปกรณ์สัญญาณเตือนรับอาหาร เป็นต้น มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ สามารถส่งมอบการบริการได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ตราสินค้าและภาพลักษณ์ของร้านที่ดี จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการใช้บริการ เช่น ปลั๊ก กระดาน เป็นต้น การเลือกใช้อุปกรณ์มีการคำนึงถึงความสะดวกสบายและปลอดภัยสำหรับผู้ใช้งาน พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสมต่อการให้บริการ มีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น จ่ายผ่านบัตร หรือ คิวอาร์โค้ด และ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ สอดคล้องกับ สมพิศ รุจิบรรจงกุล (2560) ได้มีการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ Coworking space ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้

ความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ คือ พื้นที่ให้บริการมีการออกแบบตกแต่งให้มีบรรยากาศเอื้อต่อการทำงาน และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ พื้นที่ให้บริการแบ่งสัดส่วนชัดเจน กว้างขวาง มีโปรโมชั่นส่วนลด แลกแถม มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก พื้นที่ให้บริการมีความสะอาด พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาท มีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีการระบุป้ายราคาอย่างชัดเจน ครบถ้วน มีความหลากหลายของระดับราคาตามความเหมาะสมของการใช้บริการ เช่น แบบรายวัย รายชั่วโมง กระบวนการของการให้บริการในขั้นตอนต่าง ๆ มีความถูกต้อง การบริการของผู้ให้บริการมีความรวดเร็ว สอดคล้องกับ มนต์ธร บุญรินทร์ (2561) ได้มีการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้เข้าพื้นที่ร่วมทำงาน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด วิจัยวิจัยแบบผสมผสานวิธีการ พบว่า องค์ประกอบของแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้เข้าพื้นที่ร่วมทำงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ คือ การทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบาย โดยการเพิ่มช่องทางการบริการให้แก่ลูกค้าที่สะดวกมากขึ้น รวมถึงช่องทางการชำระเงิน ย่อมเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น มีห้องน้ำเพียงพอต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ ปวันรัตน์ อัมเจริญกุล (2560) ได้มีการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ สถานที่ให้บริการพื้นที่ทำงาน Co-Working Space ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจในการเข้ารับบริการ คือ อุปกรณ์ที่เลือกใช้ในการคำนึงถึงความสะดวกสบายและปลอดภัยของผู้ใช้บริการ จำนวนที่นั่งหรือห้องประชุมเพียงพอต่อความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที มีระบบดูแลความปลอดภัย ป้องกันการสูญหายของทรัพย์สิน เช่น กล้องวงจรปิด และ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สอดคล้องกับ อ้อมจันทร์ วงศ์วิเศษ (2560) ได้มีการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจใช้สถานที่ให้บริการ Coworking Space คือ สิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการใช้งาน และระยะเวลาเปิดทำการในการให้บริการ สอดคล้องกับ สรศักดิ์ พิลากิต (2564) ได้มีการศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการร้านอาหารประเภทหมูกระทะของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ภาพลักษณ์โดยรวมของร้านส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการด้วย

องค์ประกอบที่ 2 การให้บริการที่ครอบคลุม (Universal Service) หมายถึง การบริการที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมเมื่อเข้ามาใช้บริการ ประกอบไปด้วย การมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ปลั๊ก เครื่องพิมพ์ เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน บรรยากาศในร้านมีความเหมาะสมต่อการนั่งทำงาน เช่น แสงไฟ สีของร้าน เป็นต้น การตกแต่งร้านมีความสวยงาม ทันสมัย มีสัญญาณ WIFI ฟรีให้บริการ มีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีพื้นที่ส่วนกลางให้ใช้บริการ เช่น พื้นที่สำหรับพักผ่อน พื้นที่ทำกิจกรรม เป็นต้น ราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พนักงานมีความสุภาพและเป็นกันเองในการให้บริการ พื้นที่นั่งทำงานมีความเป็นส่วนตัว มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีตัวเลือกการให้บริการหลากหลาย เช่น พื้นที่นั่งทำงานแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม เป็นต้น มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการรับทราบข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ และ มีการแบ่งโซนการให้บริการ เช่น โซนอ่าน

หนังสือ โชนสำหรับทำงานกลุ่ม สอดคล้องกับ กิตติวัฒน์ สุวรรณวรานุ (2559) ได้มีการศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจร้าน Coworking Space พบว่า สิ่งที่ใช้บริการคาดหวัง คือ พนักงานควรมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม ทำเลที่ตั้งของร้านสามารถเข้าถึงได้ง่าย ควรอยู่ใกล้ขนส่งมวลชน เดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ บรรยากาศภายในร้านไม่ควรใช้แสงไฟสลัวเกินไป เนื่องจากทำให้อ่านหนังสือหรือทำงานไม่สะดวก สอดคล้องกับ สมพิศ รุจิบรรจงกุล (2560) ได้มีการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ Coworking space ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ คือ มีพื้นที่ส่วนกลางที่หลากหลาย มีห้องทำงานแบบส่วนตัวให้บริการ พื้นที่ให้บริการแบ่งสัดส่วนชัดเจน บรรยากาศพื้นที่เอื้อต่อการทำงาน ระดับอุณหภูมิ ระดับเสียง มีความเหมาะสมต่อการทำงาน มีบริการขนมขบเคี้ยว ของว่างและเครื่องดื่ม อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ อินเทอร์เน็ตไร้สาย เป็นต้น สอดคล้องกับ มนต์ธร บุญรินทร์ (2561) ได้มีการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้เข้าพื้นที่ร่วมทำงาน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด วิจัยแบบผสมผสานวิธีการ พบว่า การส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ โดยมีการจ้างข่าวสาร ให้ทราบถึงการให้บริการ จะช่วยสร้างความน่าสนใจและชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการส่งผลให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ สอดคล้องกับ ธนเดช ทักษะเทวีศิริ (2558) ได้มีการศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ในการเปิดธุรกิจ Coworking Space ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า การตกแต่งร้านสวยงามจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้บริการได้

องค์ประกอบที่ 3 การบริการพิเศษเฉพาะกลุ่ม (Niche Target) หมายถึง การสร้างบริการพิเศษขึ้นมา เพื่อรองรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ประกอบไปด้วย มีห้องประชุมให้บริการ มีการจัดกิจกรรมเสริม เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้มาใช้บริการ หรือกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ การมีชุมชนภายในร้าน ทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนไอเดีย และทำความรู้จักระหว่างกัน และ มีพื้นที่สำหรับเก็บของหรือล็อกเกอร์ สอดคล้องกับ สมพิศ รุจิบรรจงกุล (2560) ได้มีการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ Coworking space ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ คือ การจัดกิจกรรม Workshop เพื่อเพิ่มความรู้เฉพาะทาง กิจกรรมทางสังคมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วม และให้ความสำคัญกับปัจจัยความต้องการใช้บริการในด้านความต้องการเข้าร่วมชุมชน เพื่อมีโอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นที่จะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับ กิตติวัฒน์ สุวรรณวรานุ (2559) ได้มีการศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจร้าน Coworking Space พบว่า ควรมีโซนห้องประชุมเพื่อใช้สำหรับการประชุมที่เป็นส่วนตัว สอดคล้องกับ จิตนภา จรุงโรจน์ ณ อยุธยา (2558) ได้มีการศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจ พื้นที่ให้เข้าทำงานอิสระ Ekamai Co-working Space พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการในการมีล็อกเกอร์เก็บของใช้ส่วนตัว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการควรนำแนวทางการบริการ “FUN” ของพื้นที่ร่วมทำงาน บีเอ็ม เซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ที่ได้ไปใช้ในการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน ที่ตอบโจทย์และตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย
2. เมื่อนำโครงการไปใช้แล้ว ควรมีการประเมินผลกิจกรรมภายใต้โครงการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

1. ควรมีการนำองค์ประกอบใหม่ที่ได้ไปใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามแนวทาง “FUN”
2. ควรมีการนำแบบสอบถามภายใต้องค์ประกอบใหม่ที่ได้ ไปใช้ในการวิจัยในต่างพื้นที่ เพื่อเกิดการศึกษาที่กว้างมากยิ่งขึ้นในธุรกิจการบริการพื้นที่ร่วมทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กิตติวัฒน์ สุวรรณวรานกูร. (2559). *แผนธุรกิจร้าน Coworking Space*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030279_5868_4223.pdf
- จังหวัดอุบลราชธานี. (2563). *เกี่ยวกับจังหวัด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2564, จาก <http://ubonratchathani.go.th/home/464.html>
- จิตนภา จรูญโรจน์ ณ อยู่ธยา. (2558). *แผนธุรกิจ พื้นที่ให้เช่าทำงานอิสระ Ekamai Co-workingSpace*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/2968/1/Chitnapha.somm.pdf>
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนเดช ทักษะเทวีศิริ. (2558). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดธุรกิจ Coworking Space ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://mba.kku.ac.th/ncbmi/proceeding/2015/national/files/673.pdf>
- ปริยานุช อภิบุญโยภาส. (2559). *การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการวิจัยองค์การ*. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 13(2), 38-39.

- ปวันรัตน์ อัมเจริญกุล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการสถานที่ให้บริการพื้นที่ทำงาน *Co-Working Space* ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031847_7357_6054.pdf
- มนต์ธร บุญรินทร์. (2561). แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้เข้าพื้นที่ร่วมทำงานในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด: วิจัยแบบผสมผสานวิธีการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://mba.kku.ac.th/fulltext/viewfile.php?id=3817&no=7>
- ศศิมา สุขสว่าง. (2562). การระดมความคิด (Brainstorm) เทคนิคความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.sasimasuk.com/15842591/brainstorm-เทคนิคพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม>
- สมพิศ รุจิบรรจงกุล. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ Coworking Space ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902030310_8023_6766.pdf
- สรศักดิ์ พิลาเกิด. (2564). แนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการร้านอาหารประเภทหมูกระทะของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(1), 115-129.
- อรรถไกร พันธุ์กักดี. (2559). การเปรียบเทียบผลการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดทุนทางสังคมระหว่างการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจกับ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. วารสารบริหาร เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 11(2), 48-59.
- อ้อมจันทร์ วงศ์วิเศษ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://repository.rmutp.ac.th/handle/123456789/2928?show=full>
- Comrey, A. L., and Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis*. New York: Psychology Press.
- Coworking Resources. (2020). *Global Coworking Growth Study 2020*. Retrieved 4 January 2021 from <https://www.coworkingresources.org/blog/key-figures-coworking-growth>
- Kim, J.-O., and Mueller, C. W. (1978). *Factor Analysis: Statistical Methods and Practical*. Newbury park, California: Issues.Sage.
- Wiersma, W. (1991). *Research Methods in Education: An Introduction*. Boston: Allyn and Bacon.