

นวัตกรรมการระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ

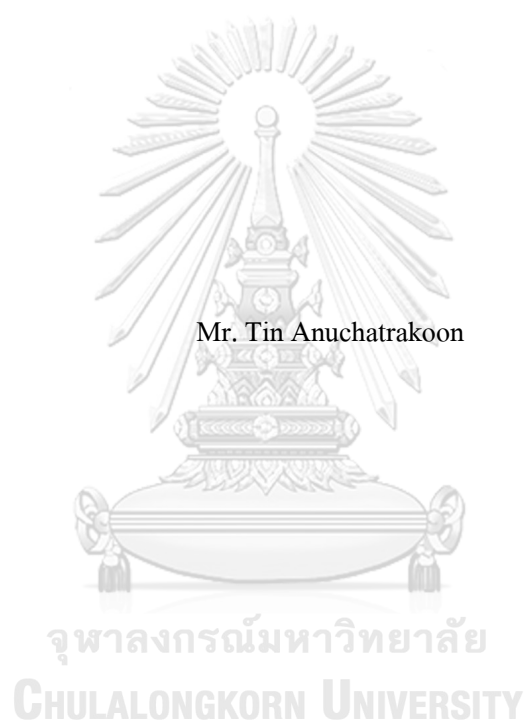
นวัตกรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Innovative Website Searching System based on Experience of Co-working Space User



Mr. Tin Anuchatrakoon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Technopreneurship and Innovation Management
Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management
GRADUATE SCHOOL
Chulalongkorn University
Academic Year 2019
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นวัตกรรมการระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
โดย	นายดิฉณ์ อนุชาตระกูล
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรสินี ภัทร โกศล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร.ศันชยา กิตติโกวิท

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมนุญ หนูจักร)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(ดร.ชูพรรณ โกวานิชย์)	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรสินี ภัทร โกศล)	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
.....	
(ดร.ศันชยา กิตติโกวิท)	กรรมการ
.....	
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวิน อัสวานันท์)	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทศนวงศ์)	

ดิฉันทน์ อนุชาตระกูล : นวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งาน
ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน. (Innovative Website Searching System based on Experience of
Co-working Space User) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.ภัทรสินี ภัทร โกลศ, อ.ที่ปรึกษา
ร่วม : ดร.ศันชยา กิตติโกวิท

การทำงานในยุคปัจจุบันนี้ มีการให้ความสนใจเกี่ยวกับความยืดหยุ่นในสถานที่ทำงานมากขึ้น ประกอบกับแรงงานมีแนวโน้มที่จะทำงานในรูปแบบการทำงานอิสระ (freelance) มากขึ้น ดังนั้นจึงมีการพัฒนาสถานที่ทำงานรูปแบบใหม่ซึ่งก็คือออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) มาตอบสนองต่อรูปแบบการทำงานในข้างต้น ส่งผลให้ธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้รับความนิยมและทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น นอกจากนั้นแล้วจากการเติบโตของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี ส่งผลให้ข้อมูลต่าง ๆ นั้นมีการย้ายเข้าไปสู่ฐานข้อมูลภายในอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จากการเติบโตของข้อมูลสารสนเทศก่อให้เกิดปัญหาภาวะข้อมูลมากเกินไป (Information Overload) ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการหาข้อมูลเพื่อใช้ทำงานเช่น ใช้เวลาในการหาข้อมูลมากขึ้นหรือแม้กระทั่งไม่สามารถพบข้อมูลที่ต้องการได้ จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้ทางผู้วิจัยมีความสนใจในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทางผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำนวัตกรรมการระบบค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันขึ้นมา งานวิจัยฉบับนี้ได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อศึกษาด้านความต้องการและภาพรวมทางธุรกิจของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน จากนั้นใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความต้องการของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยการสอบถามถึงปัญหาที่พบและฟังก์ชันการทำงานของนวัตกรรมที่สนใจ และสุดท้ายทางผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจต่อนวัตกรรมนี้โดยคิดเป็นจำนวนร้อยละ 94.1 ต่อมาทางผู้วิจัยได้พัฒนาต้นแบบนวัตกรรมระบบค้นหาเว็บไซต์ขึ้นแล้วจึงศึกษาการยอมรับ ซึ่งทางผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากนวัตกรรม นอกจากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรมนี้ ส่งผลให้ทางผู้วิจัยเห็นความเป็นไปได้ที่จะพัฒนานวัตกรรมนี้ต่อไป

สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม	ลายมือชื่อนิติกร
ปีการศึกษา	2562	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

6087142520 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: CO-WORKING SPACE, WEB APPLICATION, SHARING INFORMATION

Tin Anuchatrakoon : Innovative Website Searching System based on Experience of Co-working Space User. Advisor: Assoc. Prof. PATTARASINEE BHATTARAKOSOL Co-advisor: SANTHAYA KITTIKOWIT

Nowadays, an interest in the flexibility of the workplace is increasing. Moreover, working as a freelancer becomes more popular. These require a new workplace to respond to the new working trend. Therefore, the Co-working Space is established, which becomes popular, in the meantime, a highly competitive business. According to the development of the Internet and Technology, it affects the transfer of the information to the online database. However, the increase of the information on the internet becomes a problem. It causes an Information Overload, which lessens the efficiency of finding the information such as, time consuming or even unable to find the required information at all. According to the aforementioned problem, the researcher is interested in solving such problems by developing an Innovative Website Searching System based on Experience of Co-working Space User (refer as “Innovation”). This research studies by both interviewing and using questionnaires. The Co-working Space owners were interviewed to study the need and the overview of the Co-working Space. Then, the questionnaires were filled by the Co-working Space users to study the problem of finding the information through the internet and the functions of the Innovation that interest the Co-working Space users. Furthermore, the Co-working Space users are interested in this Innovation with the percentage of 94.1. The researcher develops a prototype Innovation then studies the acceptance of this Innovation by asking the Co-working Space users. Most of the Co-working Space users can notice the benefit of this Innovation and they are interested in using this Innovation. As a consequence, the researcher acknowledges the possibility of developing this Innovation.

Field of Study:	Technopreneurship and Innovation Management	Student's Signature
Academic Year:	2019	Advisor's Signature
		Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

จากการดำเนินโครงการวิจัยนี้ในครั้งนี้นี้ที่สามารถผ่านไปได้อย่างดี ทางผู้ดำเนินการวิจัยขอกราบขอบขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรลินี ภัทร โภศล และอาจารย์ที่ปรึกษา ร่วม ดร.ศันธยา กิตติโกวิท ที่ได้ให้ความกรุณาในการสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ทางผู้วิจัยได้ทำการปรึกษา ขอคำแนะนำตรวจสอบความผิดพลาดทางการเขียนของผู้วิจัย ให้กำลังใจ และให้ความเมตตา กับผู้วิจัย เพื่อให้ทางผู้วิจัยนั้นสามารถเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ออกมาเป็นที่สำเร็จไปได้ด้วยดี

ทางผู้วิจัยขอกราบขอบคุณประธานและกรรมการสอบทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อจัดการสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ให้กับทางผู้วิจัย ซึ่งทางผู้วิจัยนั้นนำข้อคิดเห็น ข้อติชม และ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ทางผู้วิจัยได้นำมาขัดเกลา และพัฒนาโครงการวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบคุณอาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม และผู้บรรยายพิเศษทุกท่านที่ทางหลักสูตรจัดหามา ที่ช่วยให้ความรู้ และประสบการณ์ในรูปแบบที่ ทางผู้วิจัยไม่เคยรู้มาก่อน ส่งผลให้ทางผู้วิจัยนั้นสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้มานั้นเพื่อนำมาถนองกรอง ตกผลึก จนเป็นองค์ความรู้เพื่อการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นอกจากนี้ยังเป็นองค์ความรู้ให้ทางผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ได้ในอนาคตต่อไป

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลใน โครงการวิจัยทั้งในรูปแบบการสัมภาษณ์ และ รูปแบบการแบบสอบถาม ทั้งผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และผู้รับบริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ทางผู้วิจัยเก็บข้อมูล

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ ครอบครัว ญาติผู้ใหญ่ เพื่อน และเพื่อนร่วมหลักสูตร ที่คอยช่วยเหลือผู้วิจัยในหลากหลายด้านทั้งในด้านของกำลังใจที่ดี ด้านวิชาการที่ดี และ การสนับสนุนกับในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลให้ทางผู้วิจัยนั้นสามารถทำการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ดิฉัน อนุชาตระกูล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1. ความเป็นมา ความสำคัญของปัญหา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1
1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3. วิธีดำเนินงานวิจัย:.....	4
1.4. ขอบเขต/ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	4
1.5. ขั้นตอนในการนำเสนองานวิจัย.....	4
1.6. ตารางเวลาการดำเนินงาน	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1. ทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม	8
2.1.1. นิยามและความหมายของนวัตกรรม.....	8
2.1.2. แนวคิดและทฤษฎีของนวัตกรรม	9
2.1.3. การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)	12
2.1.4. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology acceptance model.....	13
2.2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
2.2.1. แนวคิดทฤษฎีของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	13

2.2.2. การสร้างแบบจำลอง (Prototype model).....	20
2.2.3. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theories of motivation).....	24
2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
2.3.1. พฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	26
2.3.2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information seeking behavior model)	27
2.3.3. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ	30
2.3.4. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theories of motivation).....	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	34
3.1. ระยะเวลาที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง	36
3.2. ระยะเวลาที่ 2 ศึกษาข้อมูลความต้องการของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	36
3.3. ระยะเวลาที่ 3 ศึกษาแนวคิด พฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันและการยอมรับนวัตกรรม ของผู้เข้าใช้งาน.....	43
3.4. ระยะเวลาที่ 4 พัฒนาดัชนีแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศ ร่วมแบ่งปัน.....	46
3.5. ระยะเวลาที่ 5 ศึกษาการยอมรับนวัตกรรม	51
3.6. ระยะเวลาที่ 6 ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	52
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	53
4.1 ผลการเก็บข้อมูลเพื่อค้นหาความต้องการและปัญหา	53
4.2. การพัฒนาระบบนวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	71
4.3. ผลการศึกษาการยอมรับนวัตกรรม ผลของการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิภาพการ ทำงานของระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	80
บทที่ 5 การศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ.....	84
5.1. การวิเคราะห์ปัจจัยระดับมหภาค PEST Analysis.....	84
5.2. การวิเคราะห์ Five Force Model Analysis	86

5.3. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT).....	91
5.4. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix / 4Ps).....	92
5.5. กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด STP Analysis	93
5.6. แบบจำลองการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19.....	95
5.7. แบบจำลองธุรกิจ (Business model canvas)	96
บทที่ 6 ความเป็นไปได้ทางการเงิน	100
6.1. ที่มาของแหล่งทุน	100
6.2. ประเมินการโครงสร้างรายได้ ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	100
6.3. งบกำไรขาดทุน.....	103
6.4. งบดุล.....	104
6.5. งบกระแสเงินสด.....	105
6.6. บทสรุปทางการเงิน	106
6.7.การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ.....	106
6.8. การบริหารความเสี่ยง	107
บทที่ 7 ผลสรุปงานวิจัย	109
บรรณานุกรม	112
ภาคผนวก	118
ภาคผนวก ก	119
ภาคผนวก ข	140
ประวัติผู้เขียน	163

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1. ตารางเวลาการดำเนินงาน.....	6
ตารางที่ 2.1 ชนิดของแรงจูงใจ รูปแบบการควบคุม และที่มาของแรงจูงใจ.....	24
ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ.....	29
ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ.....	31
ตารางที่ 2.4 สรุปงานวิจัยทฤษฎีแรงจูงใจ.....	33
ตารางที่ 3.1 ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	37
ตารางที่ 3.2 การทำความรู้จักผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	38
ตารางที่ 3.3 การทำความรู้จักกับธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	38
ตารางที่ 3.4 การทำความรู้จักลูกค้าของธุรกิจ.....	39
ตารางที่ 3.5 การสอบถาม วิสัยทัศน์/พันธกิจ.....	39
ตารางที่ 3.6 การทำความรู้จักผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	40
ตารางที่ 3.7 การทำความรู้จักการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการ.....	40
ตารางที่ 3.8 การทำความรู้จักกับกิจกรรมของผู้ใช้บริการและแนวทางการพัฒนานวัตกรรม....	41
ตารางที่ 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยในการเลือกสิ่งอำนวยความสะดวก.....	60
ตารางที่ 4.2. ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ใช้บริการกับปัจจัยในการเลือกออฟฟิศ ร่วมแบ่งปันจากคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ.....	64
ตารางที่ 4.3. ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้งานกับปัจจัยในการเลือกออฟฟิศ ร่วมแบ่งปันจากคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ.....	67
ตารางที่ 6.1 ตารางค่าตัดจำหน่ายและค่าเสื่อม.....	101
ตารางที่ 6.2 ตารางรายได้รวมต่อปี.....	102
ตารางที่ 6.3 ค่าจ้างพนักงานประจำ.....	102
ตารางที่ 6.4 ค่าจ้างพนักงานภายนอก.....	102

ตารางที่ 6.5 งบกำไรขาดทุน.....	103
ตารางที่ 6.6 งบดุล.....	104
ตารางที่ 6.6 งบดุล(ต่อ).....	105
ตารางที่ 6.7 งบกระแสเงินสด.....	105
ตารางที่ 6.8 บทสรุปทางการเงิน.....	106
ตารางที่ 6.9 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ.....	107
ตารางที่ 6.10 การบริหารความเสี่ยง.....	108



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 ขั้นตอนการหาข้อมูล.....	3
ภาพที่ 2.1 Technology push (First Generation)	9
ภาพที่ 2.2 Market pull (Second Generation).....	10
ภาพที่ 2.3 Coupling model (Third Generation).....	10
ภาพที่ 2.4 Integrated Innovation model (Fourth Generation).....	11
ภาพที่ 2.5 Open Innovation model.....	11
ภาพที่ 2.6 Technology acceptance model.....	13
ภาพที่ 2.7 โมเดลของการพัฒนาต้นแบบ.....	20
ภาพที่ 2.8 พฤติกรรมของการแสวงหาสารสนเทศ.....	21
ภาพที่ 2.9. โมเดลของพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของผู้ใช้บริการมือถือ.....	23
ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	35
ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	42
ภาพที่ 3.3 แผนภาพการทำงานของระบบ.....	49
ภาพที่ 3.4 รูปแบบสถาปัตยกรรมระบบ (System Architecture).....	51
ภาพที่ 4.1 ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	54
ภาพที่ 4.2 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบน อินเทอร์เน็ต.....	55
ภาพที่ 4.3 ปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ.....	55
ภาพที่ 4.4 ความสนใจในฟังก์ชันการทำงานของระบบ.....	56
ภาพที่ 4.5 ประสิทธิภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ.....	57
ภาพที่ 4.6. UML Use Case.....	72
ภาพที่ 4.7. หน้า Log in.....	74

ภาพที่ 4.8. หน้าสมัครสมาชิก.....	74
ภาพที่ 4.9. หน้าแรกของระบบสำหรับ ผู้ใช้บริการที่ไม่เป็นสมาชิก.....	75
ภาพที่ 4.10. หน้าแรกของระบบสำหรับผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิก.....	76
ภาพที่ 4.11. หน้าการค้นหา (หน้าจอรูปแบบสมาร์ตโฟน).....	76
ภาพที่ 4.12. หน้าการนำเสนอเว็บไซต์ให้กับทางระบบ.....	77
ภาพที่ 4.13. หน้าส่งรีวิวเว็บไซต์ให้กับทางระบบ.....	78
ภาพที่ 4.14. หน้าแสดงคะแนนที่มีของผู้ใช้บริการ.....	78
ภาพที่ 4.15. หน้าแลกคะแนนสำหรับสิทธิพิเศษจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน.....	79
ภาพที่ 4.16. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน.....	80
ภาพที่ 4.17 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ.....	81
ภาพที่ 4.18. ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม.....	82
ภาพที่ 5.1. เครื่องหมายการค้า บริษัท โคลเฮลเปอร์ จำกัด.....	87
ภาพที่ 5.2. TrueSpace.....	88
ภาพที่ 5.3. Ais d.c.....	88
ภาพที่ 5.4. Coworker.....	89
ภาพที่ 5.5. PLUG-INS.....	90
ภาพที่ 5.6. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	94
ภาพที่ 5.7. แบบจำลองการทำงานก่อนสถานการณ์โรคระบาด Covid-19.....	95
ภาพที่ 5.8. แบบจำลองการทำงานภายใต้สถานการณ์โรคระบาด Covid-19.....	95
ภาพที่ 5.9. แบบจำลองธุรกิจ Business model canvas.....	96

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความเป็นมา ความสำคัญของปัญหา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Co-working Space หรือออฟฟิศร่วมแบ่งปัน คือสถานที่ทำงานร่วมกันซึ่งรวบรวม ผู้ใช้บริการที่มาจากความเชี่ยวชาญ และอาชีพที่แตกต่างกันเข้ามาทำงานในสถานที่เดียวกัน (Gandini, 2015) ในสถานที่นี้จะประกอบไปด้วย อุปกรณ์อำนวยความสะดวก พื้นที่ทำงาน เช่น ห้องประชุม โต๊ะทำงาน และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น Wi-Fi, เครื่องพิมพ์ การจัดตั้งออฟฟิศร่วม แบ่งปันนี้เป็นการนำเสนอรูปแบบการทำงานในอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งอยู่ระหว่างรูปแบบการทำงาน แบบเดิมของ พนักงานที่ทำงานในออฟฟิศ (White Collars) ที่มีการจัดการและมีสังคมภายใน กับ รูปแบบการทำงานอิสระ (Freelance) ซึ่งผู้ทำงานมีความเป็นอิสระในการเลือกสถานที่ทำงาน เช่น การทำงานที่บ้าน อย่างไรก็ตามรูปแบบการทำงานอิสระนี้อาจพบปัญหาของความอึดอัดและปัญหา ของความจืดจางในการทำงานได้ ดังนั้น ออฟฟิศร่วมแบ่งปันจึงเป็นการนำเสนอพื้นที่ทำงานอิสระ ในสภาพแวดล้อมการทำงานร่วมกัน อันเป็นทางเลือกในการทำงานสำหรับผู้ให้บริการในรูปแบบ ต่าง ๆ เช่น ผู้ประกอบอาชีพอิสระ พนักงานออฟฟิศ เจ้าของกิจการขนาดเล็ก และนักศึกษา ให้ สามารถเข้ามาใช้สถานที่เดียวกันในการทำกิจกรรมที่ต้องการนี้ได้

ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งแรกเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2005 ในเมืองซานฟรานซิสโก จากการจัดตั้ง ของนายเบรด นิวเบิร์ก (Foertsch And Cagnol, 2013) ภายใต้วัตถุประสงค์คือ การเป็นศูนย์กลาง ของคนทำงานในสายเทคโนโลยีสารสนเทศ ภายหลังได้มีการขยายขอบเขตไปยังสายงานอื่น ๆ ซึ่ง Global Co-Working Space Unconference Conference (ประชาชาติธุรกิจ, 2018) ได้วิเคราะห์ว่า ภายในปี ค.ศ. 2022 จำนวนผู้ให้บริการ Co-working Space ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้น 5.1 ล้านรายจาก ปัจจุบัน โดยในปี ค.ศ. 2018 พื้นที่ออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีจำนวน 17,725 แห่ง เติบโตเฉลี่ย 16% ต่อปี และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 30,432 แห่งทั่วโลกในปี ค.ศ. 2022

ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งแรกในประเทศไทยเกิดขึ้นในปี ค.ศ.2011 โดย นายอมฤต เจริญ พันธุ์ และ นายชาติ เจริญพันธุ์ ได้ก่อตั้ง HUBBA Thailand (ศิขรินทร์ ลางกุลเสน, 2013) ซึ่งต้องการ สร้างสถานที่ทำงานในรูปแบบที่เหมาะสมกับ Freelance Startups และนักธุรกิจใหม่ ให้ได้ปลดปล่อย ความคิดและเป็นแหล่งรวบรวมคนรุ่นใหม่ จากจุดประสงค์ดังกล่าว จึงเป็นที่มาของชื่อ HUBBA

จาก Hub (จตุรรม) และ Ba (อาคาร"บ้า"ที่อยากให้ปลดปล่อย) ในปี ค.ศ. 2011 นั้นประเทศไทยมีพื้นที่ออฟฟิศร่วมแบ่งปันจำนวน 91 แห่งทั่วประเทศ โดย 70% อยู่ในกรุงเทพฯ และ 30% กระจายตัวในต่างจังหวัดหลักของแต่ละภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา หาดใหญ่ เป็นต้น

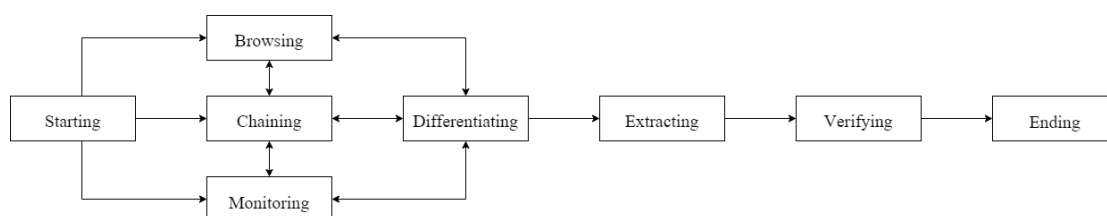
นอกจากธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันแล้วธุรกิจอื่น ๆ เช่น ร้านกาแฟ (café) ธุรกิจจัดหาออฟฟิศ ห้างสรรพสินค้า และ ห้องสมุด ก็มีความพยายามในการนำแนวคิดพื้นที่ใช้งานร่วมกันเข้าไปประยุกต์ในธุรกิจของตน ส่งผลให้การแข่งขันภายในธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันสูงขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการไม่เห็นความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในแง่ของการใช้บริการในแต่ละสถานที่ ทำให้ผู้ใช้ใช้งานอาจเกิดการเปลี่ยนสถานที่ทำงานจากออฟฟิศร่วมแบ่งปันเป็นสถานที่บริการในรูปแบบอื่นได้

ข้อดีของออฟฟิศร่วมแบ่งปันตามทฤษฎี คือ การแลกเปลี่ยนความรู้ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Parrino, 2015) แต่ในสภาวะความเป็นจริงแล้ว การแลกเปลี่ยนความรู้ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่ได้เกิดขึ้นจริง เนื่องจากการใช้งานของผู้เข้าใช้งานแต่ละคนต่างก็ทำงานของตัวเองจึงไม่เกิดปฏิสัมพันธ์ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้น ดังนั้น การสอบถามข้อมูลอันเกิดจากการที่ผู้เข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันพบปัญหาของการทำงานก็จะไม่สามารถสอบถามวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นกับผู้อื่นที่อยู่ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้น ๆ ได้

วิธีการแก้ไขปัญหานั้นที่เหมาะสมและใช้ในปัจจุบัน คือ การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้กันในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยในออฟฟิศร่วมแบ่งปันแต่ละแห่งนั้นมีความพยายามสร้างชุมชน (Community) เพื่อที่จะสร้างกิจกรรมให้ผู้ใช้บริการได้ทำความรู้จักกันเพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน แต่ปัญหาที่พบได้ในออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการชาวไทย คือ คนที่เข้ามาใช้งานในออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นมีช่วงเวลาที่เข้ามาใช้งานที่แตกต่างกัน และรูปแบบของการทำงานที่แตกต่างกันภายในสภาพแวดล้อมที่ใช้งานร่วมกัน ทำให้การปฏิสัมพันธ์ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นมีน้อย

จากความเป็นจริงที่ว่า การหาข้อมูลสารสนเทศนั้นได้เข้ามามีบทบาทต่อการทำงานเป็นอย่างมากทั้งในรูปแบบของการหาข้อมูลเพื่อการประกอบอาชีพโดยไม่จำกัดเพียงอาชีพสายสังคมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงอาชีพสายวิทยาศาสตร์ สายอาชีพอื่น ๆ และการหาข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย นอกจากนั้นแล้ว จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของสารสนเทศที่มีอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของโลกที่มีจำนวนมากขึ้น (Ricci, Rokach, And Shapira, 2011)

ทำให้การค้นหาข้อมูลในปัจจุบันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ผู้ใช้บริการต้องการนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากปัญหาภาวะข้อมูลมากเกินไป (Information Overload) ทำให้ทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับการแสวงหาข้อมูลสารสนเทศเป็นอีกทักษะหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตปัจจุบัน จากการศึกษาของ Ellis (Ellis, 1997) ได้จำแนกขั้นตอนการหาข้อมูลออกเป็นดังภาพที่ 1.1. นี้



ภาพที่ 1.1 ขั้นตอนการหาข้อมูล

เราสามารถนำขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลสารสนเทศร่วมกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาประยุกต์ใช้ในการสร้างระบบสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยการพัฒนาต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันซึ่งเป็น โปรแกรมช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างผู้เข้าใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันนี้จะ เป็นระบบการค้นหาข้อมูลสารสนเทศสำหรับการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการแนะนำถึงเครื่องมือใหม่ที่จะช่วยในการทำงานของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่ทำงานในรูปแบบเดียวกันสามารถลด ปัญหาของการค้นหาข้อมูล

1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการค้นหาสารสนเทศจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
2. เพื่อสร้างต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการนำต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

1.3. วิธีดำเนินงานวิจัย:

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ออกแบบและพัฒนาแบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรม
3. ออกแบบและพัฒนาแบบสอบถามเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรม
4. พัฒนาต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
5. ศึกษาระดับความพึงพอใจและการยอมรับนวัตกรรมต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
6. ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
7. สรุปผลการวิจัย

1.4. ขอบเขต/ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. งานวิจัยฉบับนี้จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างออฟฟิศร่วมแบ่งปันภายในกรุงเทพมหานครเท่านั้น
2. งานวิจัยฉบับนี้จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันคนไทยเท่านั้น

1.5. ขั้นตอนในการนำเสนองานวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง
2. ออกแบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนานวัตกรรมต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
3. เก็บข้อมูลผู้ให้บริการและผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันจากแบบสัมภาษณ์
4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับโดยการพิจารณาจากบทสัมภาษณ์
5. ออกแบบแบบสอบถามเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนานวัตกรรม
6. เก็บข้อมูลผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันจากแบบสอบถาม
7. ประมวลผลข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้วิธีทางสถิติ
8. พัฒนานวัตกรรมต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

9. ศึกษาความพึงพอใจและการยอมรับที่มีต่อนวัตกรรมนี้ทั้งในแง่ของผู้ให้บริการและผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
10. พัฒนาแผนธุรกิจเพื่อนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
11. สรุปผลและเขียนรายงาน



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในเรื่องระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศ
ร่วมแบ่งปันนั้นทางผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1. นวัตกรรม

- 2.1.1. นิยามและความหมายของนวัตกรรม
- 2.1.2. แนวคิดและทฤษฎีของนวัตกรรม
- 2.1.3. การแพร่กระจายนวัตกรรม
- 2.1.4. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model)

2.2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.2.1. แนวคิดทฤษฎีของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
- 2.2.2. การสร้างแบบจำลอง (prototype model)
- 2.2.3. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information seeking behavior model)
- 2.2.4. ทฤษฎีแรงจูงใจ

2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.3.1. พฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
- 2.3.2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
- 2.3.3. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
- 2.3.4. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theories of motivation)

2.1. ทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม

2.1.1. นิยามและความหมายของนวัตกรรม

คำว่า “นวัตกรรม” นั้นได้มีการนิยามความหมายที่แตกต่างกันไปตามผู้ให้คำนิยามแต่ละคน ดังนี้

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2007) : นวัตกรรม เกิดจากการนำคำว่า “นวตา” ซึ่งแปลว่า ความใหม่ กับคำว่า “กรรม” ซึ่งแปลว่า การกระทำ มาเข้าสมาสกัน แล้วใช้ในความหมายว่า การซ่อมใหม่ การซ่อมแซม เช่น นวัตกรรมในการศึกษา หมายถึง การปรับปรุงแก้ไขระบบการศึกษา

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2006) : นวัตกรรม คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” โดยนวัตกรรมนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

พันธุ้อาจ ชัยรัตน์ (2004) : นวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ การนำแนวคิดใหม่ หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ รวมทั้งได้กล่าวว่า ความหมายในเชิงแคบของนวัตกรรม คือ ผลผลิตของความสำเร็จทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับพลวัตของกิจกรรมทางสังคม ในขณะที่ความหมายในเชิงกว้าง หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ใหม่ต่อตัวปัจเจก หรือหน่วยที่รับเอาสิ่งเหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ การรวมเอากิจกรรมที่นำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์ การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็น โอกาส และนำไปสู่แนวคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และสังคม

Druker (1986) : นวัตกรรม คือ เครื่องมือเฉพาะที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงในการสร้างให้เกิด โอกาสในธุรกิจหรือการบริการในรูปแบบใหม่ โดยเป็นศาสตร์วิชาที่สามารถเรียน และฝึกฝนได้

Katz (2006) : นวัตกรรม คือ การรวบรวม การผสมผสาน หรือการสร้างสรรค์ความรู้ที่ไม่เคยมีมาก่อน ความรู้ที่มีความเกี่ยวข้อง และการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการรูปแบบใหม่

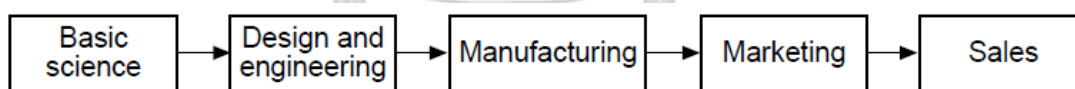
จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปนิยามของคำว่า “นวัตกรรม” โดยใช้องค์ประกอบที่สำคัญคือ สิ่งใหม่/วิธีการใหม่/กระบวนการใหม่ ที่พัฒนาต่อยอดจากของเดิมหรือเป็นการพัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรก โดยอาศัยกระบวนการคิดและความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นมาเป็นสิ่งใหม่ และนำสิ่งใหม่นั้นต่อยอดไปสู่สังคม จนเป็นที่ยอมรับของบุคคลโดยทั่วไป

2.1.2. แนวคิดและทฤษฎีของนวัตกรรม

Rothwell (1994) ได้เสนอถึงรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมออกเป็น 4 ยุค คือ

2.1.2.1. เทคโนโลยีผลักดัน (Technology push)

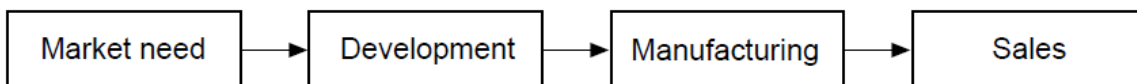
ในยุคแรกราวปี ค.ศ. 1950-1960 หลังจากการเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น ภาวะเศรษฐกิจก็มีการขยายตัวขึ้นจากการขยายตัวที่รวดเร็วของโรงงานอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีเกิดขึ้นมาจากสงครามและหลังสงคราม ทำให้ในช่วงเวลานี้ ผู้คนได้คิดค้นประดิษฐ์สิ่งของขึ้นมาจากช่วงการเจริญเติบโตของเทคโนโลยี โดยการนำเทคโนโลยีนั้นมาคิดค้นประดิษฐ์สิ่งของ ก่อนที่จะผลิต และจัดจำหน่ายต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 Technology push (First Generation) (ที่มา : Rothwell, 1994)

2.1.2.2. ตลาดดึง (Market pull)

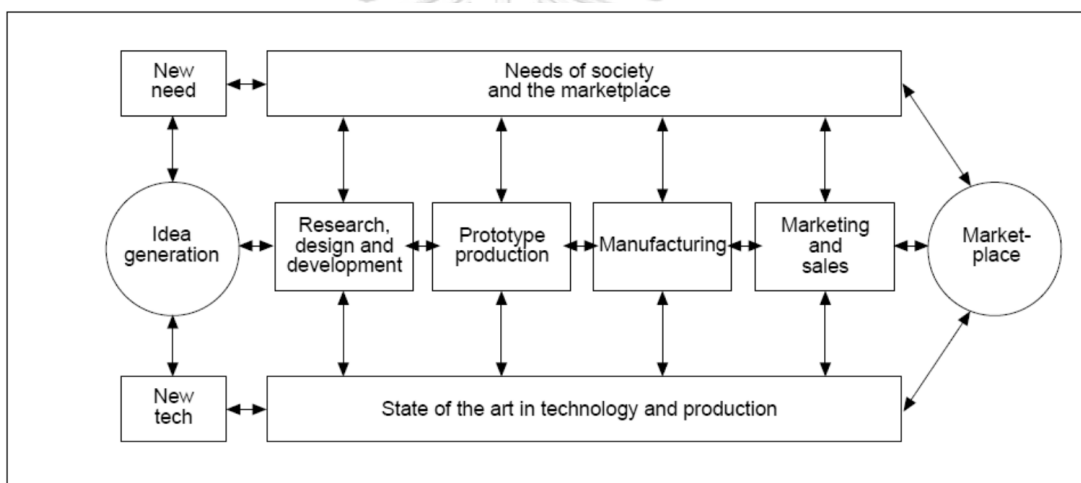
ต่อมาราวปี ค.ศ. 1960-1970 อุตสาหกรรมนั้นได้เติบโตมากขึ้น และผู้ประกอบการต่าง ๆ ก็ได้นำเสนอสินค้าเข้ามาสู่ตลาด ส่งผลให้ช่วงนี้เกิดภาวะสินค้ามีมากเกินไป และสินค้าบางชนิดก็ไม่ได้ได้รับความสนใจจากลูกค้าเนื่องจากไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ผู้ดำเนินธุรกิจในยุคนี้ได้ให้ความสนใจกับตลาดมากขึ้นด้วยการผลิตสินค้าใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอยู่เสมอ นอกจากนั้นในสมัยนี้ได้มีการสำรวจตลาดเพื่อหาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย จากนั้นก็นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด จากนั้นจึงนำมาผลิต และออกจำหน่ายต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 Market pull (Second Generation) (ที่มา : Rothwell, 1994)

2.1.2.3. Coupling model

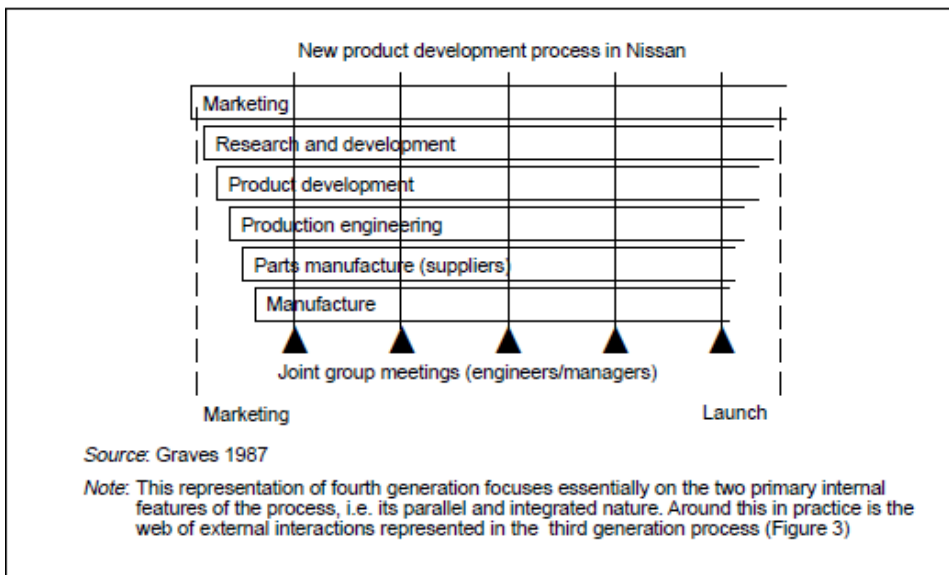
ต่อมาในปี ค.ศ. 1970-1980 การพัฒนาสินค้าเริ่มพบกับปัญหาทั้งจากการผลิตสินค้าใหม่แล้วไม่มีตลาดรองรับ กับเมื่อสำรวจตลาดแล้วพบว่า ความต้องการสินค้านั้นขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีที่มีค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไปสำหรับนำมาพัฒนาสินค้า ทำให้เกิดการคิดค้น โมเดลทางการผลิตใหม่ขึ้นมา โดยการนำโมเดลในรูปแบบเดิม เทคโนโลยีหลัก กับตลาดดั้งเพื่อนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อเป็นการเชื่อมโยง ทั้งความต้องการของตลาดและปัจจัยด้านเทคโนโลยีขึ้นมา ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 Coupling model (Third Generation) (ที่มา: Rothwell, 1994)

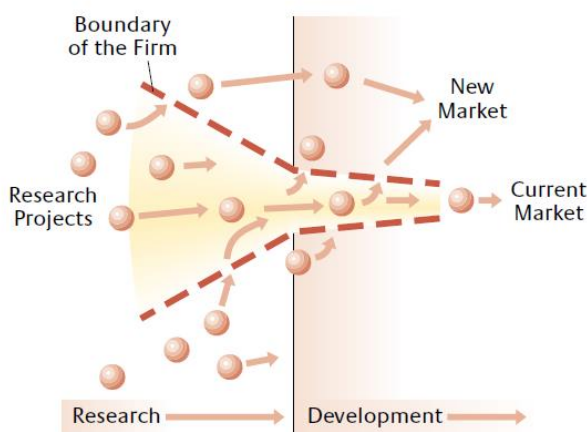
2.1.2.4. Integrated Innovation model

ในปี ค.ศ. 1980-1990 จากการเข้ามาของเทคโนโลยีด้านการสารสนเทศผนวกกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่สั้นลงได้เข้ามามีบทบาทในการผลิตสินค้าต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการต่าง ๆ นั้นต่างก็มีความจำเป็นที่จะต้องคิดค้นสินค้าใหม่ ๆ และต้องการผลิตสินค้าต่าง ๆ ออกมาให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นต้องคิดโมเดลในการพัฒนาสินค้าขึ้นมา โดยเปลี่ยนรูปแบบจากการพัฒนาสินค้าแบบเดิมที่ทำงานและส่งต่อกันเป็นทอด ๆ ให้เป็นรูปแบบการทำงานร่วมกันที่มีการติดต่อประสานงานในแต่ละแผนกเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการทำงานและความรวดเร็วในการออกสินค้าใหม่ ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 Integrated Innovation model (Fourth Generation) (ที่มา: Rothwell, 1994)

Chesbrough (2006) ได้เสนอถึงโมเดลนวัตกรรม Open Innovation ซึ่งเป็นการพูดถึงการพัฒนา นวัตกรรมรูปแบบใหม่ ที่นำเสนอถึงรูปแบบการทำงานในองค์กรรูปแบบใหม่ที่มีการร่วมมือกันระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร ในการคิดค้นพัฒนา นวัตกรรมออกมา ทั้งนี้ องค์กรภายนอกที่ไปร่วมมือกันนั้น อาจอยู่ในรูปแบบของมหาวิทยาลัย บริษัทอื่น ๆ หรือ สตาร์ทอัพ ที่อาจอยู่หรือไม่อยู่ในตลาดรูปแบบเดียวกัน เพื่อเป็นการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการพัฒนาสินค้า ก่อให้เกิดสินค้าใหม่ ที่อาจอยู่ในตลาดเดิมขององค์กร หรือเป็นการเปิดตลาดใหม่ สำหรับสินค้าแบบใหม่ ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 Open Innovation model (ที่มา : Chesbrough, 2006)

2.1.3. การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

Rogers (2010) กล่าวถึง “การแพร่กระจายนวัตกรรม” คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นการติดต่อสื่อสารทำให้เกิดการแบ่งปันข่าวสารความคิดใหม่ ๆ จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง และไปสู่คนจำนวนมาก อีกทั้งการกระจายยังเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกอย่างหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อเกิดสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ขึ้นก็จะมีเผยแพร่ ซึ่งจะมีทั้งผู้ยอมรับและไม่ยอมรับ ทั้งหมดจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมีปัจจัยที่มีผลต่อแพร่กระจายนวัตกรรมดังต่อไปนี้

2.1.3.1. ลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation) องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในด้านการจำแนกนวัตกรรม ซึ่งสามารถแบ่งนวัตกรรมออกได้เป็น 2 รูปแบบได้แก่นวัตกรรมรูปแบบ Hardware และนวัตกรรมรูปแบบ Software

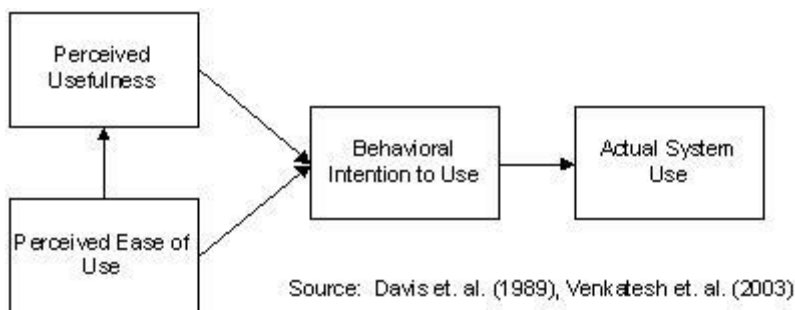
2.1.3.2. ช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Communication Channels) เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม ในด้านของช่องทางการนำเสนอนวัตกรรมเพื่อผ่านทางช่องทางการติดต่อสื่อสาร ในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับรู้ถึงการมีอยู่ของนวัตกรรมนี้มากขึ้น

2.1.3.3. ระยะเวลา (Time) เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม ในด้านของระยะเวลาในการตัดสินใจของผู้รับสารเพื่อทำการยอมรับหรือปฏิเสธการตัดสินใจที่การนำนวัตกรรมมาใช้งานผ่านขั้นตอนต่อไปนี้ การหาความรู้ การชักชวน การตัดสินใจ การนำไปใช้ และการยืนยันว่าจะทำการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

2.1.3.4. ระบบสังคม (Social System) เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องในด้านความง่ายของการแพร่กระจายนวัตกรรมในระบบสังคมนั้น บรรทัดฐานทางสังคมของผู้รับนวัตกรรมที่มีความแตกต่างกันออกไปทั้ง โครงสร้างทางสังคม ระบบบรรทัดฐานทางสังคม ความคิดเห็นของผู้นำ และความคิดในการตัดสินใจที่เกี่ยวกับนวัตกรรม มีผลโดยตรงต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

2.1.4. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology acceptance model

Davis (1985) กล่าวถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model) โดยใช้ในการศึกษาถึงการทำนายการยอมรับด้านเทคโนโลยี ภายใต้องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ 3 ข้อ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 Technology acceptance model (ที่มา : Davis, 1989)

จากภาพที่ 2.6 สามารถอธิบายการทำงานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีได้ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) เป็นปัจจัยของผู้ใช้บริการที่สามารถคาดหวังในการใช้งานเทคโนโลยีได้ง่าย ไม่มีความซับซ้อน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความสนใจในการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี และส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น

2.การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (perceived usefulness) เป็นปัจจัยในแง่ของผู้ใช้บริการที่คาดหวังถึงประโยชน์ที่จะได้รับต่อตนเอง อันส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น

3.พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavioral intention to use) จากปัจจัยทั้ง 2 ข้อที่ได้กล่าวก่อนหน้านี ส่งผลถึงความต้องการที่จะใช้งานเทคโนโลยีเพื่อ นำไปสู่การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้บริการในที่สุด

2.2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1. แนวคิดทฤษฎีของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

2.2.1.1. รูปแบบการทำงานในปัจจุบัน

Gibson (2003) ได้ศึกษารูปแบบการทำงานรูปแบบใหม่โดยเป็นการทำงานในรูปแบบที่มีความยืดหยุ่นในการทำงาน โดยศึกษาถึงสาเหตุและรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน สัญญาจ้างงานและสถานที่ทำงาน

Gibson and Lizieri (1999) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร โดยการลดขนาดขององค์กรลง ด้วยการทำสัญญาจ้างให้องค์กรหรือบุคคลภายนอกเพื่อทำงานบางประเภทที่ไม่ใช่งานหลักของบริษัท ทำให้เกิดแนวคิดในการทำงานแบบอาชีพอิสระมากขึ้น

Dex and Scheibl (1999) ได้กล่าวถึงการเข้ามาของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work life Balance) ที่ส่งผลต่อรูปแบบการทำงาน เป็นการกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของชั่วโมงการทำงาน และรูปแบบการทำงานที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเข้ามาของเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้พนักงานนั้นสามารถทำงานจากสถานที่อื่นได้

Gibson (2003) จำแนกความยืดหยุ่นในการทำงานได้ 3 รูปแบบ คือ

1. ความยืดหยุ่นด้านสัญญา (Contractual Flexibility)

องค์กรจะมีรูปแบบสัญญาการว่าจ้างพนักงานที่มีความแตกต่างกันหลายรูปแบบ เช่น สัญญาจ้างมีกำหนดระยะเวลาแน่นอน สัญญาจ้างไม่มีกำหนดระยะเวลาแน่นอน สัญญาจ้างเหมา และสัญญาจ้างอิสระ

2. ความยืดหยุ่นด้านเวลา (Time Flexibility)

พนักงานสามารถทำงานในหลายรูปแบบของช่วงเวลาทำงาน เช่น การทำงานตามช่วงเวลา (Part-time, School hours, Office hours) หรือการทำงานกำหนดเวลา (การทำงานให้ถึงช่วงเวลาที่กำหนด)

3. ความยืดหยุ่นด้านสถานที่ (Locational Flexibility)

พนักงานสามารถทำงานจากสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ออฟฟิศได้ เช่น การทำงานที่บ้าน หรือการทำงานในร้านกาแฟ เป็นต้น

2.2.1.2. สตาร์ทอัพ

Blank (2010) กล่าวถึงนิยามของ “สตาร์ทอัพ” ว่าเป็นกิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจที่ทำซ้ำได้และขยายตัวต่อไปได้ โดยตัวอย่างของสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ เช่น Grab ที่เป็นบริการขนส่งโดยที่ไม่มีรถเป็นของตัวเอง แต่ใช้แอปพลิเคชันมาเพื่อจับคู่รถที่อยู่ในระบบกับผู้โดยสาร ซึ่งหากพิจารณาตามคำนิยามจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นแผนธุรกิจที่สามารถทำซ้ำได้ในสถานที่อื่น ๆ และมีความสามารถในการขยายตัวเองเพื่อรองรับผู้โดยสาร

- การสนับสนุนการสร้างสตาร์ทอัพ ในประเทศไทย

จากข้อมูลของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : 2017) รัฐบาลได้มีการจัดทำนโยบาย ประเทศไทย 4.0 โดยมีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านนวัตกรรม โดยมีโครงการต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการ เช่น โครงการพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ และ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (StartUp) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการระดับชุมชน สร้างสังคมผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ และ โครงการเกี่ยวกับภาษี เพื่อเป็นการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ และ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

2.2.1.3. ฟรีแลนซ์

“ฟรีแลนซ์” คือ ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่ไม่ได้อยู่ภายใต้สังกัดหรือขึ้นตรงกับหน่วยงานหรือบริษัทใด ๆ โดยฟรีแลนซ์นั้นถือเป็นแรงงานชั่วคราวให้กับลูกค้า รับงานตามสัญญาจ้าง (FastWork : 2018) ฟรีแลนซ์มีความแตกต่างกับพนักงานประจำ เนื่องจากอิสระในการทำงาน ทั้งในด้านของเวลาการทำงาน สถานที่ทำงาน รวมถึงปัญหาในด้านของความมั่นคง ทั้งในแง่ของรายได้ ปริมาณงาน และสวัสดิการในด้านต่าง ๆ

การเข้ามาของระบบเศรษฐกิจอิสระ (Gig Economy) โดยเป็นกระแสการทำงานในปัจจุบันที่เกิดจากการพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน และวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ ที่ส่งผลให้คนออกจากการทำงานประจำมากขึ้น โดยคนยุคใหม่นั้นมีความนิยมที่จะประกอบอาชีพอิสระมากขึ้น ด้วยการรับงานชั่วคราวหรืองานรับจ้างเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ และรับงานเป็นครั้งคราว นอกจากนี้แล้ว เว็บไซต์ Upwork (2018) ได้ศึกษาฟรีแลนซ์ในอเมริกาพบว่า จำนวนฟรีแลนซ์ในอเมริกามีจำนวน 56.7 ล้านคน ทั้งนี้ ผู้คนอายุ 18-34 ปี นิยมหันมาประกอบอาชีพฟรีแลนซ์กัน

มากขึ้น อีกทั้งมีค่านิยมในการหางานจากอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นด้วย แต่ในประเทศไทยนั้นยังไม่มี การจัดทำสถิติของฟรีแลนซ์อย่างเป็นทางการ

พสุ เศษะรินทร์ (2018) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการทำงานในรูปแบบของของ Digital Nomad โดย ผู้เร่ร่อนดิจิทัล (Digital Nomad) นั่นคือ กลุ่มบุคคลที่ทำงานในธุรกิจออนไลน์ และออกทำงาน ในสถานที่ต่าง ๆ หรือออกเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับทำงานที่ได้รับมอบหมาย คนกลุ่มนี้เกิดขึ้นมา จากการเติบโตของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้เกิดงานในรูปแบบใหม่ ซึ่งคนกลุ่มนี้มักจะทำงานกันในบ้าน กาแฟ หรือออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ส่วนในประเทศไทยนั้นถือเป็นจุดหมายที่น่าสนใจของผู้เร่ร่อน ดิจิทัล เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการใช้ชีวิตประจำวันที่ต่ำ อินเทอร์เน็ตที่มีผู้ให้บริการหลากหลาย รวมถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนไทยมีสูง

2.2.1.4. รูปแบบสถานที่ทำงาน

Coloso (2015) ได้เสนอรูปแบบสถานที่ทำงานของผู้ประกอบการและสตาร์ทอัพ 5 แห่งคือ

1. Home Offices

Home Office เป็นรูปแบบของการเริ่มต้นธุรกิจที่มีความสะดวกด้วยการเปลี่ยนบ้านหรือที่ พักอาศัยให้เป็นสถานที่ทำงาน บริษัทที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ เช่น Apple Facebook และ Alibaba ต่างก็ เริ่มต้นธุรกิจด้วย Home Office ทั้งสิ้นข้อดีของการทำงานในรูปแบบนี้ คือ ค่าใช้จ่ายที่ประหยัด มีความ สะดวก และสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว

2.Virtual Offices

Virtual Offices เป็นรูปแบบของการนำเทคโนโลยีมาเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถทำงานได้ เสมือนว่าอยู่ในออฟฟิศนั้นแม้จะไม่ได้ทำงานอยู่ในออฟฟิศนั้นอย่างแท้จริง การบริการออฟฟิศ เสมือนนั้นคือ การเช่าบริการออฟฟิศภายในทำเลทางธุรกิจสำคัญเพื่อเป็นสถานที่สำหรับการติดต่อ งาน และนัดพบกับลูกค้า ทั้งนี้ ไม่รวมถึงสถานที่ในการทำงาน เช่น บริการรับสายติดต่อ บริการ รับส่งเอกสาร บริการห้องรับรองธุรกิจ ข้อดีของสถานที่ทำงานในรูปแบบนี้ คือ ความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีสถานที่เป็นสำนักงานชัดเจน และมีการบริการต่าง ๆ ที่ช่วยให้การทำงานเป็นไป ได้ สะดวกมากขึ้น

3. Rental/ Leased Offices

Rental/ Leased Offices เป็นรูปแบบสถานที่ทำงานที่เกิดจากการเช่าออฟฟิศ อาจเช่าเป็นรายเดือนหรือตามข้อตกลงกับเจ้าของสถานที่ การเช่าในลักษณะนี้จะมีสถานที่ทำงานจริง ทางผู้เช่าจะจัดการค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยตัวเอง ข้อดีของวิธีนี้ คือ มีสถานที่ใช้สำหรับการทำงานและการติดต่ออย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม สนับสนุนให้เกิดการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความน่าเชื่อถือ

4. Purchased Office Spaces

Purchased Office Spaces เป็นรูปแบบของการซื้อพื้นที่สำหรับการทำงาน วิธีนี้เหมาะสมกับกิจการที่มีความมั่นคงหรือกิจการที่มีขนาดกลางขึ้นไป ออฟฟิศที่ซื้อมานั้นมีข้อดี คือ มีสถานที่เป็นหลักแหล่ง มีความน่าเชื่อถือ และเป็นการเพิ่มสินทรัพย์ให้แก่บริษัท

5. Co-working Spaces

Co-working Spaces เป็นรูปแบบสถานที่ที่เป็นการใช้สถานที่การทำงานร่วมกัน โดยมีลักษณะสถานที่ที่มีหลายกิจการเข้ามาทำงานในสถานที่เดียวกัน โดยรายละเอียดของการทำงานและรูปแบบของออฟฟิศร่วมแบ่งปันนี้จะมีการกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

2.2.1.5. ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ความหมายของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

1. Pohler (2011) ได้ให้คำนิยาม ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน คือ พื้นที่ทำงานที่มีการออกแบบสำหรับการสนับสนุนการทำงาน โดยเป็นสถานที่ทำงานที่ไม่จำกัดสำหรับบุคคลหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่งโดยเฉพาะ

2. Gratton (2013) ได้ให้คำนิยาม ออฟฟิศร่วมแบ่งปันคือ พื้นที่ที่สร้างมาเพื่อการสนับสนุนการทำงานในรูปแบบ Virtual Work ที่เป็นรูปแบบการทำงานที่ใช้เทคโนโลยีให้สามารถทำงานได้จากสถานที่ใด ๆ ก็ตาม การสร้างสถานที่ที่มีจุดสำคัญ 3 จุด ได้แก่ การสร้างการโต้ตอบกับผู้ใช้บริการรายอื่น สภาพเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่น และสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการทำงาน

3.Gandini (2015) ได้ให้คำนิยาม ออฟฟิศร่วมแบ่งปันคือ พื้นที่ที่ให้คนทำงานภายใต้พื้นที่ใช้งานร่วมกัน สร้างปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ สร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจใหม่ และการสร้างสังคมภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ออฟฟิศร่วมแบ่งปันจะมีการจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และอุปกรณ์สำนักงาน

สรุปแล้วตามความเห็นของผู้วิจัยออฟฟิศร่วมแบ่งปัน คือ สถานที่ที่มีการสร้างขึ้นมาจากแนวคิดเพื่อสนับสนุนการทำงานของแรงงานในยุคปัจจุบันที่สามารถทำงานได้โดยไม่จำกัดสถานที่ โดยสนับสนุนทั้งในด้านสถานที่ ด้านสังคม และด้านการสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ

ประวัติความเป็นมาของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

Foertsch and Cagnol (2013) กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยในปี ค.ศ. 1999 นาย Bernie Dekoven ได้คิดค้นคำว่า “coworking” สำหรับนิยามระบบการทำงานที่มีการประสานงานทำงานร่วมกันภายในพื้นที่หนึ่ง ๆ โดยในช่วงแรกนั้นเป็นการให้ความหมายของการรวมตัวของคนทำงานในสายเทคโนโลยีสารสนเทศ หลังจากนั้นในปี ค.ศ. 2005 นาย Brad Neuberg ได้เปิดออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) แห่งแรกในรูปแบบขององค์กรไม่แสวงหากำไรที่เมืองซานฟรานซิสโกก่อนที่แนวคิดของธุรกิจรูปแบบนี้จะเป็นที่สนใจแล้วกระจายไปยังรัฐต่าง ๆ ในสหรัฐ ก่อนที่จะกระจายต่อไปทั่วโลก

ลักษณะของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ทางผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะสำคัญที่ทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีร่วมกันออกได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่

1.ด้านสถานที่

ด้านสถานที่โดยออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นมีการออกแบบที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใช้บริการและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการทำงาน นอกจากนั้นยังประกอบไปด้วยบริเวณพักผ่อน ห้องน้ำ ห้องประชุม และสถานที่จัดกิจกรรม สถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีหลากหลายแห่ง ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกเข้าใช้งานได้สะดวก มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการที่ต่ำกว่าการเช่าออฟฟิศ และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมทั้งค่าใช้จ่ายด้านค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

2.ด้านสังคม

ด้านสังคม ณ ออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นมีผู้คนจากหลากหลายอาชีพและความเชี่ยวชาญเข้ามาอยู่ในสถานที่เดียวกันเพื่อเป็นการส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และก่อให้เกิดเป็น “ชุมชน” (Community) จากการร่วมมือกันของผู้คนที่ได้มาพบเจอกันในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน นอกจากนี้ การที่แต่ละผู้เข้าใช้งานมาจากสาขาอาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลายในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และเป็นจุดศูนย์กลางที่รวบรวมผู้เข้าใช้งานเข้ามาในสถานที่เดียวกันเพื่อทำงาน และแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่กันและกัน

3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

การสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบของอุปกรณ์สำนักงาน ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต โต๊ะทำงาน เครื่องพิมพ์ เครื่องดื่ม และของทานเล่น เพื่อให้ผู้เข้าใช้บริการที่มีความสนใจในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันสามารถเข้ามาทำงานได้โดยสะดวก

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

เนื่องจากออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นเป็นแหล่งรวมของผู้ใช้บริการหลากหลายกลุ่มอาชีพ ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นเข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างออกไป ผู้วิจัยได้แบ่งพฤติกรรมการใช้บริการออกเป็น 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1.การหาเครือข่ายเพื่อส่งเสริมธุรกิจ

ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นสามารถหาเครือข่ายเพื่อส่งเสริมธุรกิจของตนเองทั้งในด้านของลูกค้า หุ่นส่วนทางธุรกิจ และฟรีแลนซ์

2.การทำงานของตนเอง

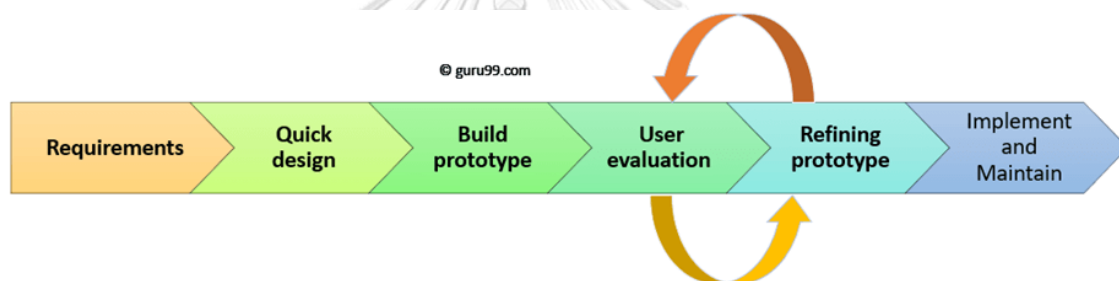
ผู้ใช้นั้นเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันเนื่องจากเป็นสถานที่ทำงานที่ส่งเสริมการทำงานของผู้ใช้บริการจากการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น การให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต การให้บริการด้านการพิมพ์ การให้บริการด้านสถานที่ และบรรยากาศที่เหมาะสมในการทำงาน

3.การทำงานกลุ่ม การประชุม หรือการจัดกิจกรรม

ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันส่วนมากประกอบไปด้วยห้องส่วนตัวที่สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งในด้านของสถานที่เพื่อการประชุมงาน และการทำงานกลุ่มโดยไม่เป็นการรบกวนผู้ใช้บริการรายอื่น

2.2.2. การสร้างแบบจำลอง (Prototype model)

ทฤษฎีการสร้างแบบจำลอง เป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการพัฒนาผลงานต้นแบบตามหลักการของการพัฒนาซอฟต์แวร์ เพื่อเป็นการสร้างและทดสอบผลงานที่จะนำมาพัฒนาเพื่อเป็นผลงานจริงต่อไป การสร้างต้นแบบนี้สามารถสร้างได้แม้จะไม่ทราบความต้องการทั้งหมดของโครงการ เนื่องจากการทดสอบและพัฒนาที่เกิดขึ้นจากทั้งผู้ใช้บริการและนักพัฒนาซอฟต์แวร์ดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 โมเดลของการพัฒนาต้นแบบ (ที่มา : guru99.com)

โดยมีรูปแบบขั้นตอนการทำงานดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการ (Requirements)

ผู้พัฒนาค้นหาถึงจุดประสงค์และความต้องการในการพัฒนาซอฟต์แวร์ โดยศึกษาจากความต้องการจากผู้ที่ทำงานในองค์กรแล้วนำมาสรุปผลเป็นความต้องการ และความสามารถของซอฟต์แวร์

2. การออกแบบอย่างรวดเร็ว (Quick design)

ผู้พัฒนาออกแบบซอฟต์แวร์เบื้องต้น โดยเฉพาะจุดสำคัญตามความต้องการพื้นฐานที่ได้กำหนดไว้ เพื่อใช้ทดสอบแนวคิดของผู้พัฒนาและผู้ใช้งาน

3. การสร้างผลงานต้นแบบ (Build a Prototype)

ผู้พัฒนานำข้อมูลที่ได้รับจากการออกแบบเบื้องต้นมาพัฒนาผลงานต้นแบบที่สามารถใช้งานได้จริง

4. การประเมินของผู้ใช้งานเบื้องต้น (Initial user evaluation)

ผู้พัฒนานำผลงานต้นแบบมาทดสอบและประเมินผล โดยผู้ใช้งานศึกษาจุดเด่นและจุดด้อยของต้นแบบ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่มีต่อผลงานต้นแบบนั้น

5. การดัดแปลงผลงาน (Refining prototype)

ผู้พัฒนาปรับปรุงและพัฒนาผลงานต้นแบบตามผลการตอบรับและข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน หลังจากนั้นนำไปทดสอบกับผู้ใช้งานอีกครั้งเพื่อประเมินผลงานจนกว่าผู้ใช้งานจะยอมรับผลงานต้นแบบนั้น

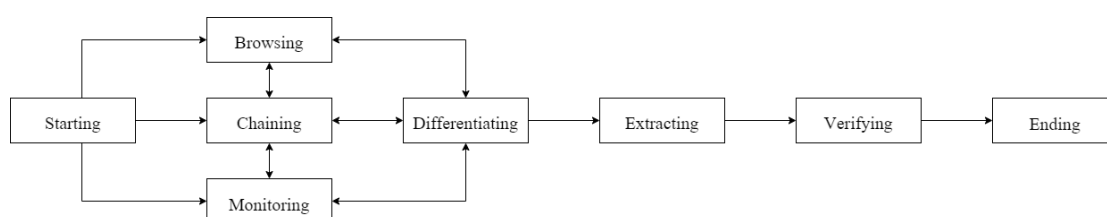
6. ทดสอบผลิตภัณฑ์และการบำรุงรักษา (Implement Product and Maintain)

ผู้พัฒนาดำเนินการทดสอบผลิตภัณฑ์ รวมถึงดำเนินการบำรุงรักษาซอฟต์แวร์ที่ติดตั้งเสร็จสิ้นเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากผลงานต้นแบบ และเมื่อขยายขอบเขตงานในระยะต่อไป

2.2.3. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information seeking behavior models)

2.2.3.1 พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของเอลลิส (Ellis' Behavior Model of Information Seeking)

David Ellis (1989,1993,1997) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ และได้เสนอการแบ่งพฤติกรรมของการแสวงหาสารสนเทศออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 พฤติกรรมของการแสวงหาสารสนเทศ (ที่มา : Ellis, 1997)

1. การเริ่มต้น (Starting)

การเริ่มต้น คือขั้นตอนของการกำหนดหัวข้อของสารสนเทศที่ต้องการค้นหาโดยมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งการหาข้อมูลจากศาสตร์ใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อนด้วยการใช้วิธีการดังต่อไปนี้ เช่น ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์นั้น ๆ การปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และการหาข้อมูลจากศาสตร์วิชาเดิมที่มีความรู้อยู่แล้ว เป็นต้น

2. การเชื่อมโยงร้อยเรียง (Chaining)

การเชื่อมโยงร้อยเรียง คือ ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากแหล่งข้อมูลหนึ่งไปสู่อีกข้อมูลหนึ่งจากการอาศัยหลักการเชื่อมโยงของแต่ละข้อมูลในรูปแบบของ บรรณานุกรม ดัชนี และ คำสำคัญเพื่อค้นหาติดตามข้อมูลที่สนใจเพื่อการหาข้อมูล

3. การค้นหา (Browsing)

การค้นหา คือ ขั้นตอนการหาข้อมูลสารสนเทศโดยใช้การสืบค้นถึงทิศทางที่มีการกำหนดหัวข้อที่ต้องการหาข้อมูลและใช้วิธีการหาข้อมูลในหลากหลายรูปแบบ

4. การแยกแยะความแตกต่าง (Differentiating)

การแยกแยะความแตกต่าง คือ ขั้นตอนการคัดกรองและการจัดจำแนกสารสนเทศที่ดูจากแหล่งข้อมูลเพื่อตรวจสอบถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลนั้น

5. การติดตามเฝ้าสังเกต (Monitoring)

การติดตามเฝ้าสังเกต คือ ขั้นตอนการตรวจสอบ ติดตาม ข้อมูลสารสนเทศที่อยู่ในสาขาที่มีความเกี่ยวข้อง

6. การดึงข้อมูล (Extracting)

การดึงข้อมูล คือ ขั้นตอนการดึงข้อมูลที่ต้องการออกมาจากสารสนเทศที่ค้นหาได้

7. การตรวจสอบความถูกต้อง (Verifying)

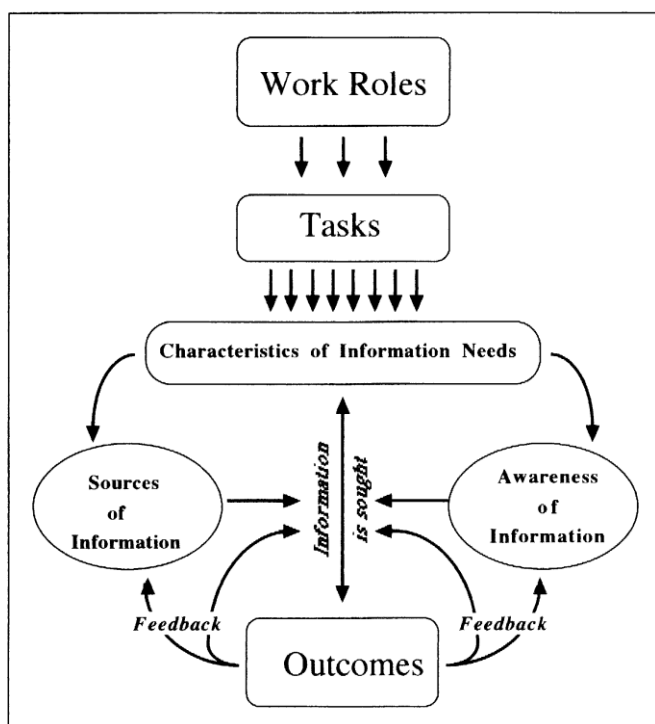
การตรวจสอบความถูกต้อง คือ ขั้นตอนการตรวจสอบถึงความถูกต้องของสารสนเทศที่มีการค้นหา

8.การจบกระบวนการ (Ending)

การจบกระบวนการ คือ ขั้นตอนของการจบพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศ

2.2.3.2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศของบุคคลในวิชาชีพ (Modeling the Information Seeking of Professionals)

Gloria Leckie (1996) ศึกษาพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศด้วยการศึกษาในกลุ่มอาชีพวิศวกรรม เจ้าหน้าที่ด้านสุขภาพ และทนาย และได้เสนอโมเดลการค้นหาสารสนเทศของวิชาชีพ โดยใช้หลักการการทำงานจากผู้ใช้บริการในแต่ละอาชีพที่มีภาระงานที่แตกต่างกันออกไปทำให้ขั้นตอนการแสวงหาสืบค้นสารสนเทศนั้นมีความแตกต่างกันจากลักษณะของข้อมูลที่ต้องการค้นหา ตัวแปรที่สำคัญมี 2 ตัวแปร คือ 1.แหล่งที่มาของข้อมูลสารสนเทศ 2.การตระหนักรู้ในความต้องการสารสนเทศ จากนั้นจึงดำเนินการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ แล้วตรวจสอบข้อมูลที่ค้นหาได้ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หากข้อมูลที่ค้นหาได้ไม่ตรงกับความต้องการก็จะดำเนินการแสวงหาสารสนเทศต่อไป หากตรงกับความต้องการก็จะหยุดการแสวงหาสารสนเทศนั้น



ภาพที่ 2.9. โมเดลของพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศของผู้ใช้บริการมืออาชีพ (ที่มา : Leckie 1996)

2.2.3. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theories of motivation)

2.2.3.1. ทฤษฎีการตัดสินใจด้วยตนเอง Self-determination theory

ทฤษฎีการตัดสินใจด้วยตนเองเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการอธิบายถึงที่มาของพฤติกรรม โดยกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการกระทำ ประกอบไปด้วยปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน มีกรอบแนวคิดของทฤษฎีดังตารางที่ 2.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 ชนิดของแรงจูงใจ รูปแบบการควบคุม และที่มาของแรงจูงใจ (ที่มา : Ryan and Deci, 2000)

แรงจูงใจ Motivation	ไม่มีแรงจูงใจ Amotivation	แรงจูงใจภายนอก Extrinsic motivation				แรงจูงใจ ภายใน Intrinsic motivation
รูปแบบการควบคุม Regulatory Styles	ไม่มีการ ควบคุม Non- Regulation	การควบคุม โดยปัจจัย ภายนอก External regulation	การควบคุม โดยถูกกดดัน Introjected regulation	การควบคุม โดยสิ่งที่ ตนเองเห็น ความสำคัญ Identified regulation	การควบคุม โดยสิ่งที่ สอดคล้อง กับตน Integrated regulation	การควบคุม โดยแรงจูงใจ ภายใน Intrinsic regulation
ที่มาของแรงจูงใจ Source of Motivation	ไม่มีปัจจัย Impersonal	ปัจจัย ภายนอก External	ปัจจัย ภายนอกโดย ส่วนใหญ่ Somewhat external	ปัจจัยภายใน โดยส่วนใหญ่ Somewhat internal	ปัจจัยภายใน internal	ปัจจัยภายใน internal

Ryan and Deci ได้เสนอแรงจูงใจ 3 รูปแบบ แบ่งตามที่มาของปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจอันประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

1. ไม่มีแรงจูงใจ (Amotivation)

ไม่มีการควบคุม (Non-Regulation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยไม่ต้องอาศัยแรงจูงใจ เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว หรือ พฤติกรรมที่กระทำโดยไม่มีอาจควบคุมได้

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation)

การควบคุมโดยปัจจัยภายนอก (External regulation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการควบคุมของปัจจัยภายนอกอย่างเดียวนั้น เป็นการกระทำที่เกิดจากความต้องการรางวัล หรือทำเพื่อหลีกเลี่ยงการลงโทษ เช่น การทำงานเพื่อต้องการเงินรางวัล การตั้งใจเรียนเพื่อต้องการเพิ่มรางวัล

การควบคุมโดยถูกกดดัน (Introjected regulation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการควบคุมของปัจจัยภายนอกเป็นส่วนใหญ่ โดยเป็นการกระทำเพื่อตอบสนองต่ออึดตา (Ego) ของตนเอง หรือ การกระทำเพื่อหลีกเลี่ยงความรู้สึกผิด เช่น การทำงานเพื่อการยอมรับจากผู้อื่น การตั้งใจเรียนเพื่อต้องการให้รู้สึกมีความมั่นใจมากขึ้น

การควบคุมโดยสิ่งที่ตนเองเห็นความสำคัญ (Identified regulation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการควบคุมของปัจจัยภายในเป็นส่วนใหญ่ เป็นการกระทำอันเนื่องจากการเห็นค่าความสำคัญของการกระทำนั้น เช่น การหาความรู้เพื่อทำให้ตัวเองรู้สึกมีความรู้มากขึ้น การเรียนภาษาอังกฤษเนื่องจากเห็นความสำคัญในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อทำธุรกิจ เป็นต้น

การควบคุมโดยสิ่งที่สอดคล้องกับตน (Integrated regulation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการควบคุมของปัจจัยภายใน เป็นการกระทำเนื่องจากความรู้สึกว่าควรทำ การกระทำเนื่องจากสอดคล้องกับแนวคิดของตนเอง การกระทำเนื่องจากความสนใจ เช่น การทำงานเนื่องจากเป็นหน้าที่ที่ควรกระทำ การเข้าร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ เป็นต้น

3. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation)

การควบคุมโดยแรงจูงใจภายใน (Intrinsic regulation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการควบคุมของปัจจัยภายใน เป็นการกระทำเนื่องจากความรู้สึกว่าทำแล้วสนุก การกระทำเนื่องจากทำแล้วมีความสุข เช่น การทำงานอดิเรก การออกกำลังกายเพราะสนุก เป็นต้น

2.2.3.2. ทฤษฎีความคาดหวัง Expectancy-value theory

ทฤษฎีความคาดหวังเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการอธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคล โดยในทฤษฎีนี้กล่าวว่า แรงจูงใจของการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นประกอบจาก ปัจจัยด้านความคาดหวัง และ

คุณค่า (Motivation = Expectancy X Value) ทฤษฎีความคาดหวังสามารถนำมาอธิบายถึงแรงจูงใจในการเลือกที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลได้ (Reijo, 2012)

นิยามของความคาดหวัง และคุณค่าที่ (Reijo, 2012) ได้กล่าวไว้มีดังนี้

1. ความคาดหวัง (Expectations) คือ การที่บุคคลนั้นมีความคาดหวังต่อผลลัพธ์ของการกระทำ ว่าหากกระทำแล้วจะมีผลตามมาในรูปแบบใดบ้าง เช่น ผลของการกระทำ(สำเร็จ, ล้มเหลว) และประสิทธิภาพของการกระทำ (ดี, ปานกลาง, แย่) โดยปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวัง เช่น ประสบการณ์ในอดีต ความสามารถของบุคคล เป็นต้น

2. คุณค่า (Values) คือ การที่บุคคลใดนั้นรับรู้ถึงประโยชน์หรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการกระทำซึ่งส่งผลให้บุคคลนั้นเล็งเห็นถึงคุณค่าของการกระทำนั้น ๆ ว่ามีผลกระทบต่อผู้กระทำอย่างไร โดยประโยชน์ที่ได้รับนั้นอาจอยู่ในรูปแบบของการตอบแทนที่เห็นได้จากภายนอก เช่น เงินรางวัล การเลื่อนตำแหน่ง ผลประโยชน์ตอบแทนอื่น ๆ หรือรูปแบบของการตอบแทนที่อยู่ภายใน เช่น ความรู้สึกของความสำเร็จในการทำงานที่มีความท้าทาย ความกตัญญู การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น เป็นต้น

จากปัจจัยด้านความคาดหวังและคุณค่าของบุคคลที่มีต่อการกระทำต่าง ๆ จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะกระทำบางอย่าง โดยหากผู้กระทำนั้นมีการรับรู้ถึงความคาดหวังและคุณค่าของงานที่กระทำ จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดแรงกระตุ้นที่จะกระทำงานนั้นมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีที่บุคคลนั้นไม่ทราบถึงความคาดหวังและคุณค่าของการกระทำ

2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1. พฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ระบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เป็นระบบที่มีการแบ่งปันทรัพยากรในหลายรูปแบบและเป็นระบบที่มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากงานวิจัยของ Chan and Zhang (2018) ในเรื่องการเติบโตของเศรษฐกิจแบ่งปันนั้นมีการกล่าวถึงการแบ่งปันในหลายรูปแบบ เช่น ระบบขนส่ง การแบ่งปันในที่พักอาศัย และการแบ่งปันในสถานที่ทำงาน (Co-working Space) หรือที่เรียกว่าออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ซึ่งระบบเศรษฐกิจแบ่งปันเหล่านี้มีทิศทางความต้องการที่จะสูงขึ้น

ด้านจุดเด่นของการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน คือ ผู้เข้าใช้งานมีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้นเนื่องจากการลดสิ่งรบกวนจากภายนอกขณะทำงาน สร้างความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานจากสภาพแวดล้อมใหม่ สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการอื่นเพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจและเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ส่งผลทำให้ผู้เข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีรายได้ที่ดีขึ้น โดยมีรายงานว่า 52% ของผู้เข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีรายได้เพิ่มขึ้นหลังจากเข้าใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Colleoni and Arvidsson, 2014)

สุชาดา ชุติมาวรพันธ์ (2013) ได้ศึกษาปัจจัยที่จะมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งนำเสนอผ่านทางทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ที่เหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต เครื่องพิมพ์ ส่วนปัจจัยรองก็จะเป็นเรื่องการตลาดและประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันและมีความคิดเห็นให้ผู้ประกอบการนั้นมีการพัฒนาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

Parrino (2015) ได้กล่าวถึงออฟฟิศร่วมแบ่งปันว่า นอกจากจะเป็นการแบ่งปันสถานที่ทำงานแล้วยังเป็นสถานที่พบปะผู้เข้าใช้งานที่มีความหลากหลายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์แลกเปลี่ยนความรู้ได้มากกว่าสถานที่ทำงานส่วนตัว เนื่องจากการติดต่อกันอย่างเผชิญหน้าและใกล้ชิด

2.3.2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information seeking behavior model)

Arthur Taylor (2012) ได้ศึกษาถึงรูปแบบพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของมนุษย์ในช่วงยุคมิลเลนเนียลได้มีผลการศึกษาผู้ที่เกิดในยุคมิลเลนเนียลหรือผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1980S-1990S นั้นมีรูปแบบการหาข้อมูลที่เปลี่ยนไปจากรูปแบบดั้งเดิม โดยมนุษย์ในยุคนี้นิยมหาข้อมูลจากโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็จะหาข้อมูลจากเอกสารน้อยลง อีกทั้งยังมีปัญหาในด้านของการยืนยันความถูกต้องของแหล่งข้อมูลเพิ่มขึ้นกว่าเดิม

Polona Vilar (2015) ได้ศึกษาพฤติกรรมสารสนเทศของนักวิชาการในยุคดิจิทัลที่มีพฤติกรรมในการหาสารสนเทศหลากหลายแง่มุม ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่มีอยู่เดิมในห้องสมุดนั้นไม่เพียงพอต่อการหาข้อมูลในยุคปัจจุบัน เนื่องจากแหล่งข้อมูลหลายแห่งได้ย้ายไปสู่โลกอินเทอร์เน็ต ทำให้ความสามารถในการหาข้อมูลโดยใช้อินเทอร์เน็ตนั้นมีความสำคัญ เนื่องจาก

การหาข้อมูลอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยลดเวลาในการค้นหาสารสนเทศ และยังได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์และทันสมัย

Adetola A. Kehinde (2016) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาลัยการสื่อสารและสารสนเทศ ผลการศึกษาพบว่า จุดประสงค์หลักของการหาข้อมูลสารสนเทศคือ การหาข้อมูลเพื่อการศึกษา โดยแหล่งข้อมูลแห่งแรกที่เข้าค้นหาคืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ ที่มาของแหล่งข้อมูลมักจะได้จากอาจารย์หรือนักศึกษารายอื่น ขั้นตอนการหาสารสนเทศนั้นสามารถอธิบายได้โดยใช้ทฤษฎีสารสนเทศของเอลลิสที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น

ปาหนัน พันธุ์พัฒน์ (2017) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนของสำนักงานปลัดกระทรวงธรรมชาติและ การพัฒนาสิ่งแวดล้อม การศึกษารูปแบบพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนนี้ทำเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการทรัพยากรสารสนเทศ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนนั้นมีพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศบุคคลมากที่สุด

แถมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2017) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศเพื่อทำโครงการสารสนเทศศาสตร์ของนิสิตปริญญาตรี ซึ่งการศึกษารูปแบบพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนิสิต สามารถสรุปได้ว่า ในการทำงานเพื่อการแสวงหาข้อมูลสารสนเทศของนิสิตพบปัญหาที่สำคัญ คือ ปัญหาในการกำหนดคำค้น อุปสรรคด้านการลงพื้นที่ และ ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงตัวข้อมูลสารสนเทศ

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น สามารถนำมาสร้างตารางเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศจากงานวิจัยต่าง ๆ ได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยพฤติกรรมสารสนเทศ

ปี	ผู้เขียน	จุดประสงค์การวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	สิ่งที่ค้นพบ
2012	Arthur Taylor	ศึกษาถึงรูปแบบพฤติกรรมสารสนเทศ แสวงหาสารสนเทศ	นักศึกษามหาวิทยาลัย ในอเมริกา อายุเฉลี่ย 19-22 ปี 80 คน	1.มีความนิยมหาข้อมูลจากโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้น 2.พบปัญหาในด้านการยืนยันความถูกต้องของแหล่งข้อมูลเพิ่มขึ้น
2015	Polona Vilar	ศึกษาพฤติกรรมสารสนเทศของนักวิชาการในยุคดิจิทัล		1.แหล่งข้อมูลหลายแห่งได้ย้ายไปสู่อินเทอร์เน็ต 2.ความสามารถในการหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสำคัญมากขึ้น
2016	Adetola A. Kehinde	ศึกษาพฤติกรรมสารสนเทศของนักศึกษา	นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการสื่อสาร และสารสนเทศ 117 คน	1.แหล่งข้อมูลแห่งแรกที่เข้าค้นหาคือ อินเทอร์เน็ต 2.ที่มาของแหล่งข้อมูลมักจะได้จากอาจารย์หรือนักศึกษารายอื่น
2017	ปาหนัน พันธุ์พัฒน์	ศึกษาการแสวงหาสารสนเทศในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ นโยบายและแผน	1.การเริ่มต้นการค้นหาข้อมูลสารสนเทศมีที่มาจากแหล่งบุคคลมากที่สุด
2017	แกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี	ศึกษาพฤติกรรมสารสนเทศเพื่อทำโครงการสารสนเทศศาสตร์	นิสิตปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศ ศาสตร์ คณะวิทยาการ สารสนเทศ 12 คน	1.พบปัญหาหาข้อมูลในด้านการกำหนดคำค้น อุปสรรคด้านการลงพื้นที่ และ ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงตัวข้อมูลสารสนเทศ

2.3.3. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

Paul H. Cleverley (2017) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการหาข้อมูลสารสนเทศในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพของงานในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่พบในการหาข้อมูลคือ ปัญหาเรื่อง การที่ข้อมูลที่มีมากเกินไป (Information Overload) ทำให้ไม่สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ และผู้ใช้งานบางรายอาจมีปัญหว่าตนเองนั้นไม่รู้ว่าตนเองไม่มีความรู้ในเรื่องใด ดังนั้น จากปัญหาที่กล่าวมานั้นทำให้ทางผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา คือ การพัฒนาระบบที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

Wura Jacobs (2017) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการหาข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพของประชากรสหรัฐอเมริกา ซึ่งผลการศึกษาสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีความสามารถด้านการหาข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพสูง และกลุ่มที่มีความสามารถด้านการหาข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพต่ำ ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องคือ ปัจจัยด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการหาความรู้ อายุ และการศึกษา นอกจากนี้แล้วงานวิจัยฉบับนี้ได้แนะนำให้สร้างระบบให้ความรู้ด้านสุขภาพที่ใช้งานได้สะดวกเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้กับกลุ่มที่มีความสามารถในกลุ่มที่มีความสามารถด้านการหาข้อมูลต่ำ

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น สามารถนำมาสร้างตารางเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศจากงานวิจัยต่าง ๆ ได้ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

ปี	ผู้เขียน	จุดประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สิ่งที่ค้นพบ
2017	Paul H. Cleverley	ศึกษาปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การหาข้อมูลสารสนเทศในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพของงาน	ผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลสารสนเทศภายในบริษัท	1.พบปัญหา Information Overload ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน 2.พบปัญหาว่าตนเองนั้นไม่รู้ว่าตนเองไม่มีความรู้ในเรื่องใด 3.แนะนำการพัฒนาระบบช่วยในการค้นหาข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
2017	Wura Jacobs	ศึกษาถึงรูปแบบการหาข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพของประชากร	ประชากรสหรัฐ 14,129 คน	1.ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการหาข้อมูลสารสนเทศ 2.เสนอแนะถึงระบบที่ช่วยให้การค้นหาข้อมูลเพื่อการส่งเสริมสุขภาพให้กับกลุ่มที่มีความสามารถต่ำ

2.3.4. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theories of motivation)

Marylene Gagne (2005) ได้ศึกษาถึงทฤษฎีการตัดสินใจด้วยตนเอง (Self-determination theory) ทั้งนี้ การศึกษาภายใต้งานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นเฉพาะด้านแรงจูงใจในการทำงาน ได้ผลการศึกษาว่าในการทำงานนั้นนอกจากการให้รางวัลในรูปแบบของรางวัลที่จับต้องได้แล้วยังสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้วยปัจจัยอื่น เช่น สภาพแวดล้อมของการทำงาน ทั้ง เนื้อหาของงาน บรรยากาศในการทำงาน และความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน สุขภาพจิต และความพึงพอใจในการทำงาน

Reijo Savolainen (2012) ได้ศึกษาการนำทฤษฎีความคาดหวัง (expectancy-value) เข้ามาประยุกต์ใช้งานในการหาข้อมูลเพื่อการทำงาน ซึ่งผลการศึกษา คือ ทฤษฎีความคาดหวังนั้นเป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่น่าสนใจในการอธิบายถึงถ้ามรวมของแรงจูงใจในการหาข้อมูลสารสนเทศ จากนั้นจึงทำการสร้าง โมเดล (Model) ที่ประกอบไปด้วยสภาพทางสังคมของผู้ค้นหา ที่ส่งผลต่อความต้องการของผู้ค้นหาและความคาดหวังที่จะสำเร็จ เพื่อนำไปสู่การเลือกขั้นตอนการหาข้อมูลหรือประสิทธิภาพ Karen Tolbol Sigaard และ Mette Skov (2015) ได้ศึกษาต่อขยายจากการศึกษาของ Reijo Savolainen โดยการนำ Model ไปทดสอบในกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบและพัฒนา Model โดยผลการศึกษาพบว่าความคาดหวัง และคุณค่าของงานส่งผลต่อพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลเพื่อการทำงาน ทั้งในแง่ของประสิทธิภาพการทำงานและจำนวนแหล่งข้อมูลค้นหา

Reijo Savolainen (2018) ได้ศึกษาเปรียบเทียบทฤษฎีแรงจูงใจ 2 ทฤษฎีคือ ทฤษฎีความคาดหวังและทฤษฎีการตัดสินใจด้วยตนเอง ในด้านของแรงจูงใจเพื่อการทำงาน ผลการศึกษาคือ การที่ได้รับรู้ถึงจุดที่มีความคล้ายกันและแตกต่างกันของ 2 ทฤษฎี ที่สามารถนำมาอธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการหาสารสนเทศเพื่อการทำงาน

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น สามารถนำมาสร้างตารางเพื่อเปรียบเทียบทฤษฎีแรงจูงใจจากงานวิจัยต่าง ๆ ได้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สรุปงานวิจัยทฤษฎีแรงจูงใจ

ปี	ผู้เขียน	จุดประสงค์	สิ่งที่ค้นพบ
2005	Marylene Gagne	ทฤษฎีการตัดสินใจด้วยตนเอง Self-determination theory ในด้านของแรงจูงใจในการทำงาน	นอกจากรางวัลที่ได้รับจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานแล้วยังมี ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการทำงานเช่น เนื้อหา งาน สภาพแวดล้อมการทำงาน บรรยากาศการทำงาน และความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล
2012	Reijo Savolainen	ทฤษฎีความคาดหวัง expectancy-value เข้ามาประยุกต์ใช้งานในการหาข้อมูลเพื่อการทำงาน	การสร้าง Model เพื่อนำมาอธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานตามทฤษฎีความคาดหวัง
2015	Karen T Sigaard Mette Skov	Model ไปทำการทดสอบในกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำสอบและพัฒนา Model	ความคาดหวัง และคุณค่าของงาน ส่งผลต่อพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลเพื่อการทำงาน ทั้งในแง่ของประสิทธิภาพการทำงานและจำนวนแหล่งข้อมูลค้นหา
2018	Reijo Savolainen	เปรียบเทียบทฤษฎีแรงจูงใจ 2 ทฤษฎี	การที่ได้ทราบถึงจุดที่มีความคล้ายกันและแตกต่างกันของ 2 ทฤษฎี เพื่อที่จะนำมาอธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการหาสารสนเทศเพื่อการทำงาน

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยการศึกษาถึงความต้องการของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน รวมถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันและปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อทำการพัฒนาต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันทางผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบการวิจัยออกเป็น 3 รูปแบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

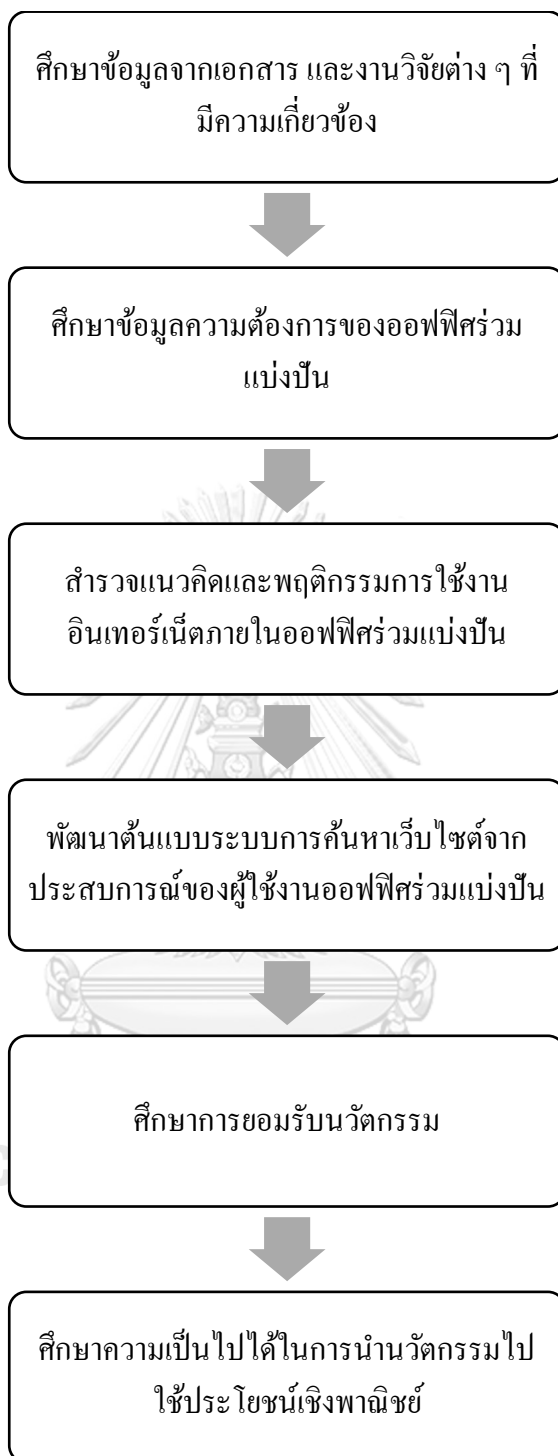
รูปแบบที่หนึ่ง คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อศึกษาด้านความต้องการและภาพรวมทางธุรกิจของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

รูปแบบที่สอง คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จะใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้การวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

รูปแบบที่สาม คือ การวิจัยเชิงทดลอง (Experiment Research) เป็นรูปแบบการวิจัยพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน จากนั้นจะศึกษาการยอมรับนวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน สุดท้ายผู้วิจัยจะศึกษาความเป็นไปได้ในการนำผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่เชิงพาณิชย์ต่อไป

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิจัยไว้ 6 ขั้นตอน (แสดงดังภาพที่ 3.1) คือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง
2. ศึกษาข้อมูลความต้องการของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
3. ศึกษาแนวคิดและพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
4. พัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
5. ศึกษาการยอมรับนวัตกรรม
6. ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิจัย

3.1. ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ทั้งในรูปแบบของ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ หนังสือ และ งานวิจัยมีความเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ โดยได้ศึกษา 5 หัวข้อหลัก คือ

1. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม
2. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
3. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบจำลอง Prototype model
4. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
5. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

รายละเอียดของแต่ละทฤษฎีได้กล่าวไว้ในบทที่ 2

3.2. ระยะที่ 2 ศึกษาข้อมูลความต้องการของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

3.2.1. ตำราจรูปแบบการทำงานและความต้องการของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจภาพรวมของตลาดออฟฟิศร่วมแบ่งปัน รูปแบบการดำเนินงานของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และความต้องการของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ให้บริการ และกิจกรรมของผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนาแบบสอบถามที่เหมาะสมต่อไป

3.2.2. กลุ่มประชากร

เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ การสร้างต้นแบบระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ดังนั้นกลุ่มประชากรเบื้องต้นคือ ผู้ใช้งานระบบออฟฟิศร่วมแบ่งปันซึ่งจำเป็นต้องหาจากแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมในที่นี้คือ ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ทั้งนี้แหล่งข้อมูลของออฟฟิศร่วมแบ่งปันจะหาได้จากเว็บไซต์ www.coworker.com ที่เป็นแหล่งรวบรวมออฟฟิศร่วมแบ่งปันทั่วโลก จากผลการค้นหาพบว่ามียออฟฟิศร่วมแบ่งปันภายในกรุงเทพมหานครที่ลงทะเบียนกับทางเว็บไซต์ 95 แห่ง ดังนั้น กลุ่มประชากรที่มีประวัติเข้าใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ใน www.coworker.com ถือได้ว่าเป็นกลุ่มประชากรพื้นฐาน

3.2.3. กลุ่มตัวอย่างงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์

1. ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การวิจัยนี้ทางผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 3 แห่ง จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่ได้ลงทะเบียนกับเว็บไซต์ Coworker.com ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 95 แห่งทั่วกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 3 คน จากการสอบถามถึงความยินยอมของผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันดังตารางที่ 3.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

Servcorp at The Offices at CentralWorld	Launchpad	Muchroom	the Hive Thonglor
Servcorp at Mercury Tower	WorkWize	Spaces Works - Summer Hill	Growth Cafe & Co
JustCo @ AIA Sathorn Tower	DISCOVERY HUBBA	E88 BANGKOK	True Space Siam SquareSoi 2
Regus Silom Complex	Draft Board	The Continent Hotel, Bangkok	NAPLAB
Regus Interchange 21	SILVER LAKE Co-working Space	UnionSPACE Thailand	Ease Cafe & CoWorking Space

2. ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การวิจัยฉบับนี้ทางผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อขอ สัมภาษณ์โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากผู้ที่มีประวัติเข้าใช้บริการออฟฟิศร่วม แบ่งปันและสอบถามถึงความยินยอมในการให้สัมภาษณ์จากผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันจำนวน 6 คน

3.2.4. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย

3.2.4.1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เครื่องมือสำหรับการเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากแบบสัมภาษณ์ประกอบไปด้วยแบบสัมภาษณ์ 2 ส่วน ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ส่วนที่ 1 การทำความรู้จักผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตารางที่ 3.2 การทำความรู้จักผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
ชื่อ-นามสกุล	ระบุความเป็นตัวตนได้ว่ามีจริง
ตำแหน่ง	ดูขอบเขตของงานที่รับผิดชอบ
ประสบการณ์การทำงานด้านการบริหาร	ดูความเชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 2 การทำความรู้จักกับธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตารางที่ 3.3 การทำความรู้จักกับธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
ประวัติความเป็นมาของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	ต้องการทราบถึงประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ และ แรงจูงใจใน การประกอบธุรกิจ
รูปแบบการเปิดให้บริการของออฟฟิศร่วม แบ่งปัน	ต้องการทราบรูปแบบการให้บริการของ ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
สภาวะการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน	ต้องการทราบถึงภาวะธุรกิจ และความคั่งตัวของ การดำเนินธุรกิจ
ท่านคิดว่าจุดเด่นของธุรกิจ ของท่านประกอบ ไปด้วยอะไรบ้าง	ต้องการทราบถึงข้อแตกต่างของธุรกิจ ใน ความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์
มีการใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนการ ประกอบธุรกิจหรือไม่หากมีใช้ในรูปแบบใด	ต้องการทราบถึงเทคโนโลยีที่ใช้สนับสนุน ธุรกิจในปัจจุบันและแนวโน้มในการยอมรับ เทคโนโลยี

3. การทำความเข้าใจลูกค้าของธุรกิจ

ตารางที่ 3.4 การทำความเข้าใจลูกค้าของธุรกิจ

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	เพื่อการจัดหมวดหมู่ข้อมูลสารสนเทศให้เหมาะ กับผู้ใช้บริการ
ช่องทางการติดต่อกับลูกค้า	ต้องการทราบถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์
วิธีการรักษาและการหาลูกค้า	ต้องการทราบถึงรูปแบบการจัดทำ Promotion และรูปแบบการประชาสัมพันธ์

4. การสอบถามวิสัยทัศน์/พันธกิจ

ตารางที่ 3.5 การสอบถาม วิสัยทัศน์/พันธกิจ

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
ปัญหา, การแก้ไขและทิศทางในการพัฒนา ธุรกิจ	ต้องการทราบจุดอ่อนของธุรกิจและรูปแบบ พัฒนาของธุรกิจ

2. แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ส่วนที่ 1. การทำความรู้จักผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตารางที่ 3.6 การทำความรู้จักผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
ชื่อ-นามสกุล	ระบุความเป็นตัวตนได้ว่ามีจริง
เพศ	ต้องการทราบปัจจัยภายในที่มีผลต่องานวิจัย
อายุ	ต้องการทราบปัจจัยภายในที่มีผลต่องานวิจัย
การศึกษาสูงสุด	ต้องการทราบปัจจัยภายในที่มีผลต่องานวิจัย
อาชีพของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	ต้องการทราบปัจจัยภายในที่มีผลต่องานวิจัย
ประสบการณ์การทำงาน	ต้องการทราบปัจจัยภายในที่มีผลต่องานวิจัย

ส่วนที่ 2. การทำความรู้จักการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 3.7 การทำความรู้จักการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการ

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
สาเหตุที่เลือกทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันแทนที่จะเป็นสถานที่ทำงานรูปแบบอื่น (อย่างน้อย 3 สาเหตุ)	ต้องการทราบจุดเด่นของออฟฟิศร่วมแบ่งปันในมุมมองผู้ใช้บริการ
ท่านเคยใช้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งนี้มาก่อนหรือไม่	ต้องการทราบความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งนี้
สาเหตุในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งนี้ 3 ข้อ	ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
เคยใช้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งอื่นมาก่อนหรือไม่	ต้องการทราบถึงความภักดีต่อออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
สาเหตุที่ท่านเปลี่ยนออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 3 ข้อ	ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
สาเหตุที่ท่านไม่เคยเปลี่ยนออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 3 ข้อ	ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ส่วนที่ 3. การทำความรู้จักกับกิจกรรมของผู้ใช้บริการและแนวทางการพัฒนานวัตกรรม

ตารางที่ 3.8 การทำความรู้จักกับกิจกรรมของผู้ใช้บริการและแนวทางการพัฒนานวัตกรรม

ประเด็นที่ถาม	วัตถุประสงค์
รูปแบบการกิจกรรมทำภายในออฟฟิศร่วม แบ่งปัน (กลุ่ม/คนเดียว)	ต้องการทราบถึงรูปแบบของกิจกรรมของ ผู้ให้บริการ
หากท่านทำงานในรูปแบบกลุ่ม กรุณาบอก แหล่งที่มาของสมาชิกกลุ่มของท่าน	ต้องการทราบถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของ ออฟฟิศร่วมแบ่งปันในการรวบรวมกลุ่มคน
ลักษณะของกิจกรรมที่ทำภายในออฟฟิศร่วม แบ่งปัน	ต้องการทราบถึงกิจกรรมของผู้ให้บริการ และ ความสำคัญของสารสนเทศที่มีต่อผู้ให้บริการ
เมื่อค้นหาข้อมูลสารสนเทศนอกจากความ คาดหวังว่าจะได้เจอข้อมูลที่ต้องการท่านมี ความคาดหวังในรูปแบบอื่นหรือไม่	ต้องการทราบถึงความคาดหวังที่ผู้ให้บริการ ต้องการเมื่อหาข้อมูล
ขั้นตอนการหาข้อมูลสารสนเทศ	ต้องการทราบถึงวิธีการการค้นหาและกิจกรรม สารสนเทศของผู้ให้บริการ
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลสารสนเทศ บนอินเทอร์เน็ต 3 แหล่ง และเหตุผลที่เลือกใช้	ต้องการทราบถึงทางเลือกของผู้ให้บริการที่มี ต่อการค้นหาสารสนเทศ และจุดเด่นของ แหล่งข้อมูลอื่น ๆ
ปัญหาที่พบในการค้นหาสารสนเทศบน อินเทอร์เน็ต 3 ข้อ	ต้องการทราบถึงปัญหาด้านการค้นหาข้อมูลใน ปัจจุบัน
ท่านต้องการการสนับสนุนในการทำกิจกรรม ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันหรือไม่ในด้านใด	ต้องการทราบความต้องการในการสนับสนุน กิจกรรมของผู้ให้บริการ
ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่ท่านทำงานมี ระบบสนับสนุนในกิจกรรมที่ทำภายใน ออฟฟิศร่วมแบ่งปันหรือไม่	ต้องการทราบระบบสนับสนุนการทำกิจกรรม ในปัจจุบัน
ท่านต้องการระบบช่วยสนับสนุนการหาข้อมูล สารสนเทศเพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วม แบ่งปันหรือไม่	ต้องการทราบถึงความต้องการระบบเพื่อการ สนับสนุนการหาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการทำงาน

3.2.4.2. อุปกรณ์บันทึกเสียงและอุปกรณ์จดบันทึก เพื่อใช้ในการบันทึกการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างถูกต้อง

3.2.5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.3. ระยะที่ 3 ศึกษาแนวคิด พฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันและการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้งาน

3.3.1. ตำรวจแนวคิดและพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยใช้ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ความต้องการของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน นำมาพัฒนาเป็นคำถามของแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

3.3.2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการงานวิจัยประกอบด้วย

3.3.2.1. แบบสอบถาม (Questionnaire) เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยในแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ชุดคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ทัศนคติความรู้ที่เกี่ยวข้อง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันเช่น ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โปรโมชั่น สถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศของสถานที่ บรรยากาศการทำงาน การบริการทั่วไป และ คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ

ส่วนที่ 3 กิจกรรมการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เช่น ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของท่าน ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อการเข้าใช้งานในแต่ละครั้ง รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน รูปแบบของการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต ปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์เพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เช่น ฟังก์ชันการทำงานที่ต้องการ ประสิทธิภาพการทำงาน ความสนใจในนวัตกรรม

3.2.3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

3.2.3.1. ประชากร

กลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประชากรเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 50 ปี อาศัยหรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และมีประวัติเข้าใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ทั้งนี้ กลุ่มประชากรที่เลือกมานั้นเป็นกลุ่มประชากรที่มีแนวโน้มที่จะกลับเข้ามาใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันอีกในอนาคต

3.2.3.2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบถึงขนาดของกลุ่มประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงได้คำนวณกลุ่มประชากรจากออฟฟิศร่วมแบ่งปันโดยประมาณ การคำนวณจะใช้ความจุโดยเฉลี่ยของออฟฟิศร่วมแบ่งปันจำนวน 100 คน \times จำนวนออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพ 95 แห่ง \times จำนวนวันต่อสัปดาห์ 7 วัน = 66,500 คน จากนั้นนำประชากรที่ได้จากการประมาณค่านี้นำมาหากกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ เท่ากับ 0.1 (ค่าความเชื่อมั่น 90%)

$$n = \frac{66500}{1 + 66500(0.1)^2}$$

$$n \approx 99.84$$

จากสมการที่ว่ามาข้างต้นเมื่อทำการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดที่ต้องการศึกษาได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 99.92 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในการเก็บตัวอย่าง ดังนั้น ทางผู้วิจัยได้เลือกใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 125 คน

3.2.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทางผู้วิจัยได้เลือกวิธีในการเก็บข้อมูลคือ การเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ โดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์และส่งลิงค์แบบสอบถามต่อให้กับกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามเบื้องต้นเป็นเวลา 30 วัน และหากยังเก็บข้อมูลไม่ครบจำนวนก็จะเก็บข้อมูลต่อไปจนกว่าจะครบจำนวน ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบ การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลออนไลน์ 125 ตัวอย่าง

3.2.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถาม คือ การใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากนั้นเปรียบเทียบความสัมพันธ์จำนวน 2 กลุ่มได้แก่ 1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ และปัจจัยการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และ 2. รูปแบบการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปันและปัจจัยการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยและหาความเกี่ยวข้องระหว่างปัจจัย จากนั้นจึงพัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้มีความเหมาะสมกับผู้ใช้บริการต่อไป

3.3.6. การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล หลังจากที่ได้พัฒนาแบบสอบถามเสร็จ ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

หลังจากได้แบบสอบถามแล้วข้อมูลกับกลุ่มประชากรบางส่วน (Try out) จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการของ Cronbach's alpha โดยใช้สูตร

$$a = \frac{n}{(1-n)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_i^2} \right\}$$

a คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ คือ ความแปรปรวนของแบบทดสอบทั้งฉบับ

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของแบบทดสอบในแต่ละข้อ

3.4. ระยะที่ 4 พัฒนาระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ระยะนี้เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดความต้องการของต้นแบบนวัตกรรม จากนั้นพัฒนาต้นแบบนวัตกรรม โดยใช้ทฤษฎีการสร้างแบบจำลองในการพัฒนาต้นแบบ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการ (Requirements)
2. การออกแบบอย่างรวดเร็ว (Quick design)
3. การสร้างผลงานต้นแบบ (Build a Prototype)
4. การประเมินของผู้ใช้บริการเบื้องต้น (Initial user evaluation)
5. การดัดแปลงผลงาน (Refining prototype)
6. ทดสอบผลิตภัณฑ์และการบำรุงรักษา (Implement Product and Maintain)

3.4.1. การกำหนดระบบการทำงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้

จากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการเบื้องต้นผ่านแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามทางผู้วิจัยได้ทำการออกแบบอย่างรวดเร็ว โดยกำหนดจุดเด่นของต้นแบบของระบบที่

ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการซึ่งส่งผลต่อการค้นหาข้อมูลของผู้ใช้บริการโดยประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ

3.4.1.1.ด้านการส่งเสริมการสร้างแรงจูงใจในการหาข้อมูล

1. สร้าง Facility เพิ่มเติมภายใน ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space)

การสร้าง facilities ทำให้ทางผู้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้รับระบบสนับสนุนเพื่อเป็นการช่วยเหลือในการค้นหาสารสนเทศเพื่อการทำงาน และการสร้างบรรยากาศเพื่อการสนับสนุนการทำงาน

2. สร้างระบบเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้

ทำให้ผู้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันสามารถค้นพบความรู้ใหม่ ๆ และเป็นการส่งเสริมถึงทัศนคติในการทำงาน

3. สร้างระบบติดตามเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้อง

ทำให้ผู้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันสามารถค้นพบแหล่งข้อมูลใหม่ ๆ ได้ และทำให้ทางผู้บริการมีการติดตามถึงความเคลื่อนไหวของสารสนเทศที่มีความเกี่ยวข้อง

4. การแนะนำเว็บไซต์ให้กับทางระบบ

เป็นการส่งเสริมความรู้ที่มีคุณค่าภายในตัวเองจากการเผยแพร่แหล่งความรู้ใหม่ให้กับผู้บริการรายอื่น ๆ นอกจากนั้นยังช่วยให้ได้โปรโมชันจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

3.4.1.2.ด้านการส่งเสริมการหาข้อมูลของผู้บริการ

ทางระบบต้นแบบนั้นจะทำการทำการสนับสนุนการค้นหาทั้ง 2 รูปแบบทั้งการ Searching และ การ Browsing โดยส่งเสริมการค้นหาสารสนเทศใน 3 ขั้นตอน Browsing , Chaining, Monitoring

1.การแนะนำเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริการและการจัดอันดับการแนะนำตามความนิยม

สนับสนุนผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้สามารถเลือกเข้าใช้งานเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้อง และมีความน่าเชื่อถือ ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น สนับสนุนในขั้นตอนของการหาข้อมูลในด้านของ Browsing

2.การแบ่งเว็บไซต์ออกเป็นแต่ละหมวดหมู่ตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

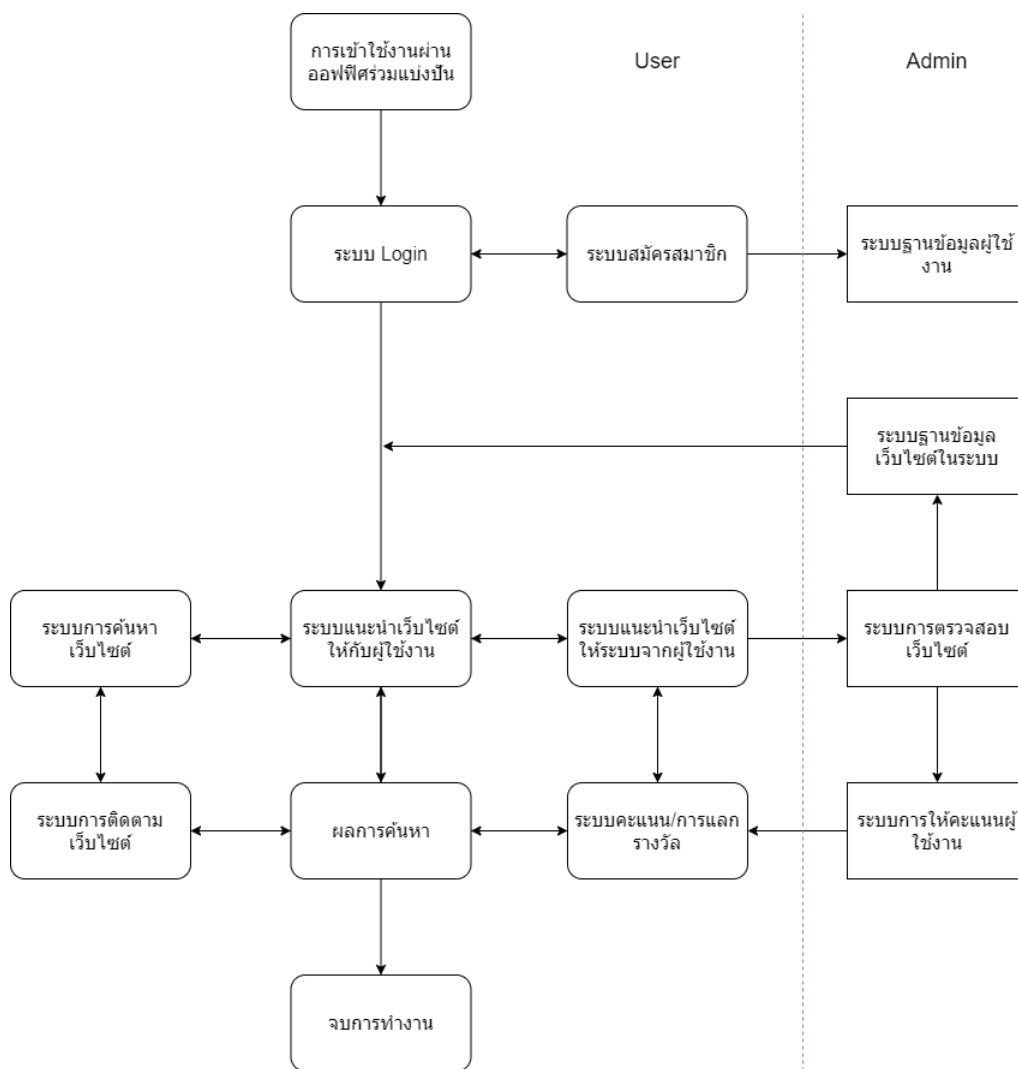
ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาเว็บไซต์ได้อย่างตรงกับหมวดหมู่ที่ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันสนใจมากขึ้น สนับสนุนในขั้นตอนของการหาข้อมูลในด้านของ Monitoring , Chaining

3.การจัด Keyword ของเว็บไซต์ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้อง

ช่วยในการติดตามเว็บไซต์ และหาความเชื่อมโยงของเว็บไซต์เป็นไปได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้นเพื่อสนับสนุนในขั้นตอนของการหาข้อมูลในด้านของ Monitoring, Chaining

3.4.2.การพัฒนาระบบการทำงาน

จากความต้องการของผู้ใช้บริการเบื้องต้น ทางผู้วิจัยนำความต้องการที่ได้มานั้นเพื่อพัฒนาระบบนวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน จากข้อมูลแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำปัจจัยในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และความต้องการของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เพื่อทำการกำหนดฟังก์ชันการทำงานพื้นฐาน จากนั้นทางผู้วิจัยได้ทำการสร้างแผนภาพการทำงานของระบบเบื้องต้นในการทำงานของระบบได้เสนอดังภาพที่ 3.3 ต่อไปนี้



ภาพที่ 3.3 แผนภาพการทำงานของระบบ

จากภาพที่ 3.3 แสดงให้เห็นถึงการทำงานของระบบที่ทางผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเบื้องต้น

โดยมีการทำงานภายในฟังก์ชันการทำงานของใช้งานดังต่อไปนี้

1. ฟังก์ชันการทำงานของผู้ใช้บริการ

1.ระบบ Login :การกรอกข้อมูล Username และ Password เพื่อเข้าสู่ระบบ หากผู้ใช้บริการไม่ต้องการสมัครสมาชิก ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้งานได้โดยไม่จำเป็นต้องทำการสมัครสมาชิกกับระบบ

2.ระบบสมัครสมาชิก : การกำหนด Username และ Password และ การกรอกข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลส่วนตัว ศาสตร์หรือสาขาวิชาชีพที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจ เพื่อเก็บข้อมูลเข้าสู่

ฐานข้อมูลผู้ใช้บริการและเพื่อให้ระบบการค้นหาเว็บไซต์สามารถกำหนดกรอบการนำเสนอเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจ

3.ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจ : การนำเสนอรายชื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจโดยอ้างอิงจากเว็บไซต์ในฐานข้อมูลเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องภายในระบบ

4.ระบบการค้นหาเว็บไซต์ในระบบ : ภายในการค้นหาเว็บไซต์ผู้ใช้บริการสามารถกรอกคำค้นหาเข้าไปในระบบการค้นหาเว็บไซต์เพื่อให้ระบบทำการค้นหาเว็บไซต์ที่มีข้อมูลตามคำค้นหาดังกล่าว

5.ระบบการติดตามเว็บไซต์ในระบบ : ระบบการค้นหาเว็บไซต์จะทำการติดตามเว็บไซต์ตาม Keyword หรือป้ายกำกับของเว็บไซต์ (Tag) จากนั้นระบบทำการแสดงเว็บไซต์ที่มี Keyword เหมือนกันให้แก่ผู้ใช้บริการ

6.ระบบนำเสนอเว็บไซต์ให้กับระบบ : ผู้ใช้บริการสามารถนำเสนอเว็บไซต์ให้กับระบบการค้นหาเว็บไซต์ได้ โดยจะมีผู้ดูแลระบบเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้อง

7.ระบบคะแนนและการแลกของรางวัล : จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับระบบโดยเป็นสมาชิก เช่นการนำเสนอเว็บไซต์ การเข้าใช้งาน ฯลฯ ผู้ใช้บริการจะได้รับคะแนนจากจากระบบ โดยผู้ใช้บริการสามารถนำคะแนนที่ได้รับไปแลกของรางวัลจากออฟฟิศร่วมแบ่งปันผ่านทางระบบ

2. ฟังก์ชันการทำงานของผู้ดูแลระบบ

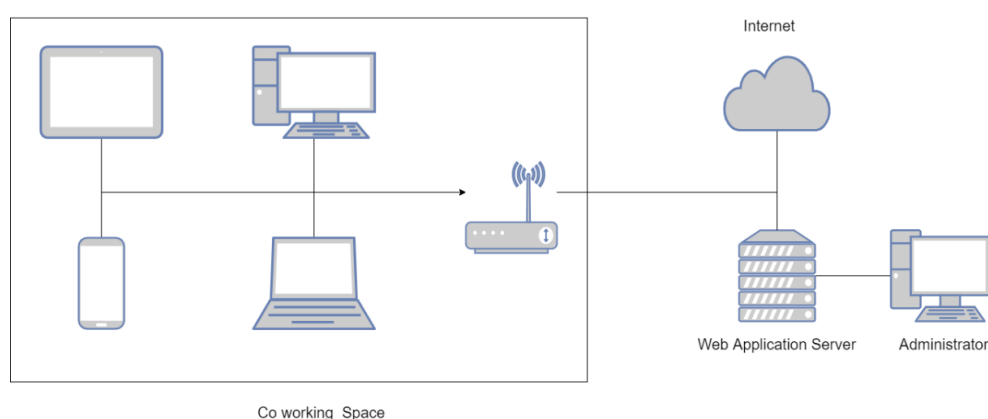
1.ระบบฐานข้อมูลผู้ใช้บริการ : ระบบทำการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการกรอกเมื่อสมัครสมาชิกเข้าสู่ฐานข้อมูลของระบบการค้นหาเว็บไซต์

2.ระบบฐานข้อมูลเว็บไซต์ : ระบบคัดกรองเว็บไซต์ในฐานข้อมูลของระบบการค้นหาเว็บไซต์ตามศาสตร์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจก่อนที่จะนำเสนอรายชื่อเว็บไซต์ในศาสตร์นั้น ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ

3.ระบบการตรวจสอบเว็บไซต์ : ระบบรับข้อมูลเว็บไซต์จากผู้ใช้บริการเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้น ระบบนำเว็บไซต์เพิ่มเข้าไปในฐานข้อมูลของระบบการค้นหาเว็บไซต์โดยทำการจัดประเภทตามศาสตร์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจ

4.ระบบการให้คะแนนผู้ใช้บริการ : ผู้ดูแลระบบให้คะแนนแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใช้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับทางระบบต่อไป

3.4.3.รูปแบบสถาปัตยกรรมระบบ (System Architecture)



ภาพที่ 3.4 รูปแบบสถาปัตยกรรมระบบ (System Architecture)

จากภาพที่ 3.4 สามารถอธิบายถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมระบบเบื้องต้นได้ดังต่อไปนี้ เริ่มต้นจากการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการ จากนั้นเว็บแอปพลิเคชันของระบบจะแสดงขึ้นมาเพื่อแนะนำเว็บไซต์ให้กับผู้ใช้บริการ จากนั้นผู้ใช้บริการใช้งานอินเทอร์เน็ตตามปกติ ภายในระบบเว็บแอปพลิเคชันนั้นจะเก็บข้อมูลข้อมูลของผู้ใช้บริการ ข้อมูลคะแนนของผู้ใช้บริการข้อมูลเว็บไซต์ และตัวเว็บแอปพลิเคชัน ภายในเซิร์ฟเวอร์ นอกจากนี้แล้ว ยังมีการจ้างผู้ดูแลระบบเพื่อการจัดการเว็บแอปพลิเคชัน

3.5. ระยะที่ 5 ศึกษาการยอมรับนวัตกรรม

ระยะนี้เป็นการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการและการยอมรับนวัตกรรมของเจ้าของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ทางผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) การยอมรับนวัตกรรม โดยการดำเนิน สอบถามใน 5 ด้าน ได้แก่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคล 2. ตัวอย่างต้นแบบนวัตกรรม 3. การรับรู้ถึงความง่าย ในการใช้งาน 4. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ 5. ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม ข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาจากการยอมรับของผู้ใช้บริการว่ามีความสนใจและมีความพึงพอใจในการใช้งาน นวัตกรรมนี้พร้อมทั้งสอบถามข้อคิดเห็นเพื่อที่จะนำข้อคิดเห็นที่ได้ไปพัฒนานวัตกรรมต่อไป

3.6. ระยะที่ 6 ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

3.6.1 ศึกษาความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ในเชิงธุรกิจ

1. การวิเคราะห์ปัจจัยระดับมหภาค PEST Analysis
2. การวิเคราะห์ Five Force Model Analysis
3. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก SWOT
4. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix / 4Ps
5. กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด STP Analysis
6. แบบจำลองธุรกิจ Business model canvas

3.6.2 ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

1. ที่มาของแหล่งทุน
2. ประมาณการโครงสร้างรายได้ ค่าใช้จ่าย
3. งบกำไรขาดทุน
4. งบดุล
5. งบกระแสเงินสด
6. บทสรุปทางการเงิน
7. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ
8. การบริหารความเสี่ยง

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

ทางผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลจากผลแบบสอบถามจากผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เพื่อประเมินความเป็นไปได้ รวมไปถึงแนวทางในการพัฒนานวัตกรรม โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการเก็บข้อมูลเพื่อค้นหาความต้องการและปัญหา

4.1.1 ผลที่ได้จากแบบสอบถามจากผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

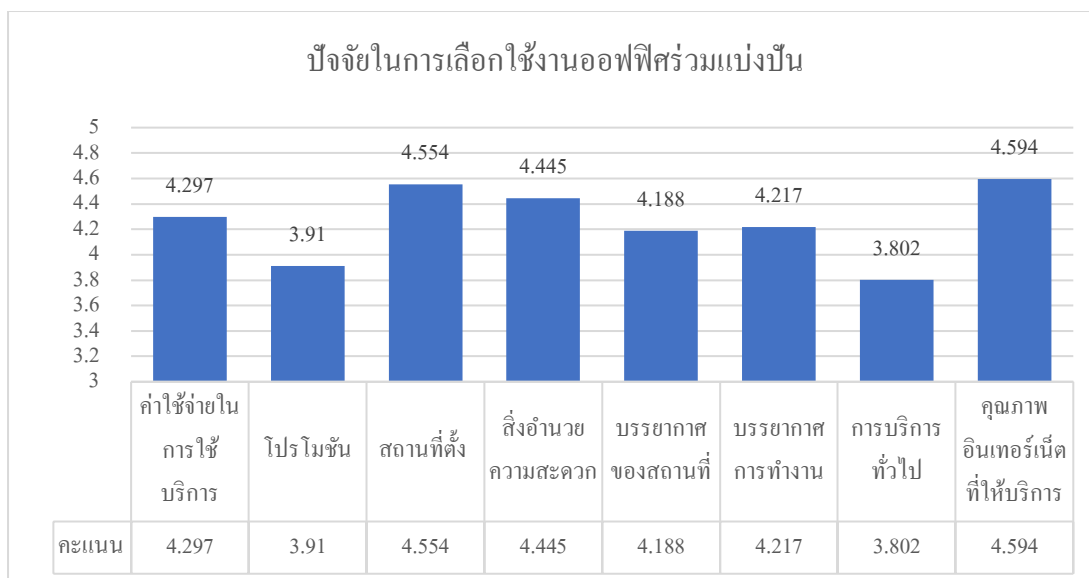
ผู้วิจัยแจกจ่ายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 125 คน จากนั้นคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยใช้คำถามคัดกรอง ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยสนใจนำมาใช้ในการวิจัยจำนวนทั้งหมด 101 คน ผลสรุปจากแบบสอบถามสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกได้เป็นเพศชายจำนวน 40 คนและเพศหญิงจำนวน 61 คน อายุของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วง 26 - 30 ปีเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 50.5 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 55.4 อาชีพส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ข้าราชการ/พนักงานประจำ/ลูกจ้าง คิดเป็นจำนวนร้อยละ 56.4 ประสบการณ์การทำงานส่วนใหญ่มิ 2 รูปแบบ คือ 0 - 2 ปี และ 3 - 5 ปี คิดเป็นจำนวนร้อยละ 33.7 และร้อยละ 30.7 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มิ รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space)

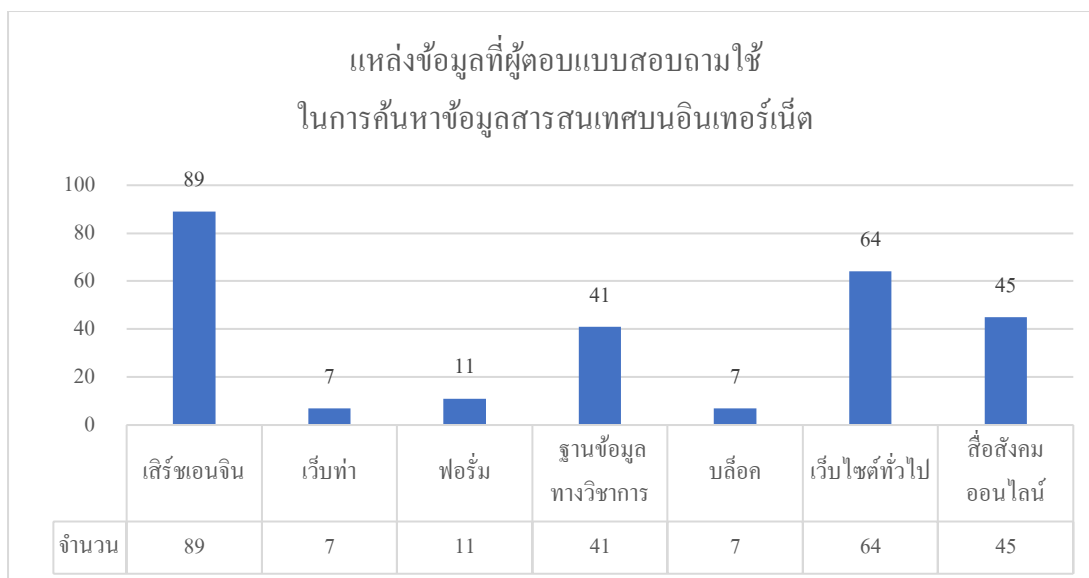
จากการคำนวณคะแนนความสนใจต่อบัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันจากคะแนนเต็ม 5 บัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจคือ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการจำนวน 4.297 คะแนน โปรโมชันจำนวน 3.91 คะแนน สถานที่ตั้งจำนวน 4.554 คะแนน สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 4.445 คะแนน บรรยากาศของสถานที่จำนวน 4.188 คะแนนบรรยากาศในการทำงานจำนวน 4.217 คะแนน การบริการทั่วไปจำนวน 3.802 คะแนน คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการจำนวน 4.594 คะแนน ตามภาพที่ 4.1



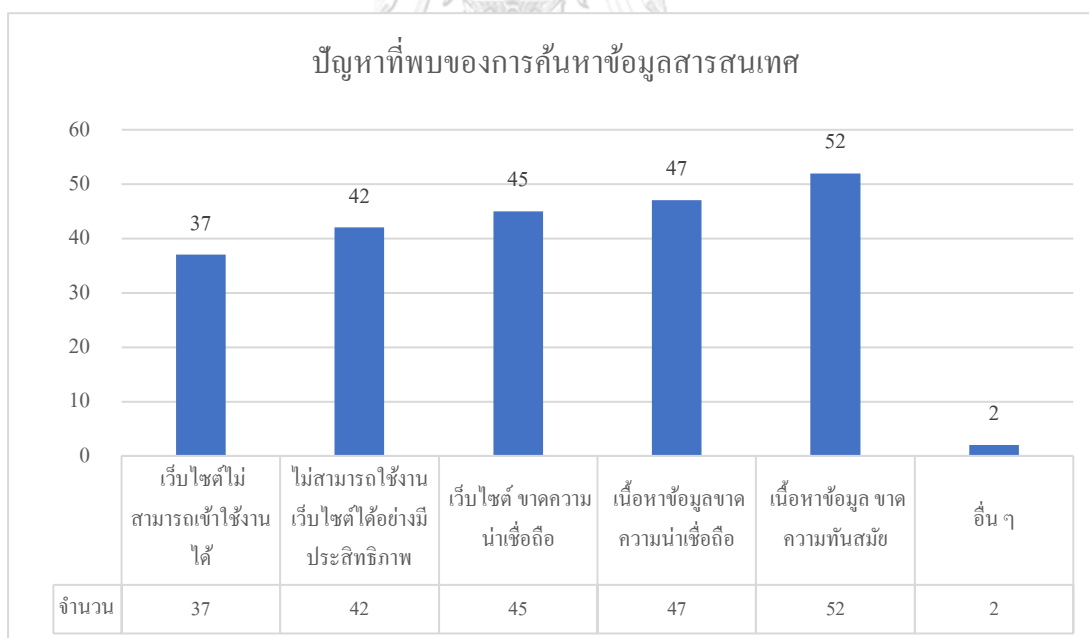
ภาพที่ 4.1 ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตอนที่ 3 กิจกรรมการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 0 - 5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นจำนวนร้อยละ 75.2 มีเวลาใช้งานต่อครั้ง 0 - 3 ชั่วโมง และ 4 - 6 ชั่วโมงคิดเป็นจำนวนร้อยละ 45.5 และ 43.6 ตามลำดับ โดยรูปแบบการทำงานส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของการทำงานเป็นกลุ่มโดยสมาชิกกลุ่มดังกล่าวรู้จักกันจากภายนอกออฟฟิศร่วมแบ่งปันคิดเป็นจำนวนร้อยละ 53.5 ในส่วนของการหาข้อมูลนั้นพบว่ามี การหาข้อมูลทั้งในรูปแบบของการหาข้อมูลใหม่และการทบทวนข้อมูลเดิมคิดเป็นจำนวนร้อยละ 65.3 ในด้านของแหล่งข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีแหล่งข้อมูลที่ใช้กันมากที่สุด 3 ลำดับคือ เสิร์ชเอนจิน (Search engine) เป็นจำนวน 89 คน เว็บไซต์ทั่วไป (Generic website) เป็นจำนวน 64 คน และสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นจำนวน 45 คน และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบมีจำนวน 3 ข้อ คือ เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ขาดความทันสมัยเป็นจำนวน 52 คน เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ขาดความน่าเชื่อถือเป็นจำนวน 47 คน และเว็บไซต์ที่ค้นหาได้ขาดความน่าเชื่อถือเป็นจำนวน 45 คน ตามภาพที่ 4.2 และ ตามภาพที่ 4.3



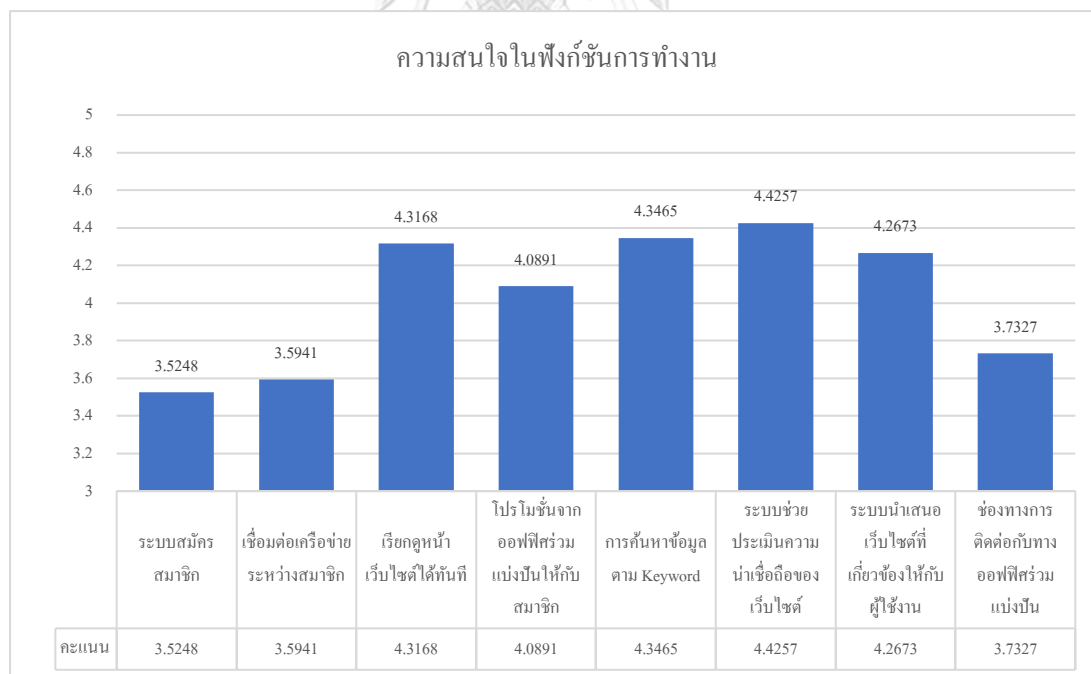
ภาพที่ 4.2 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต



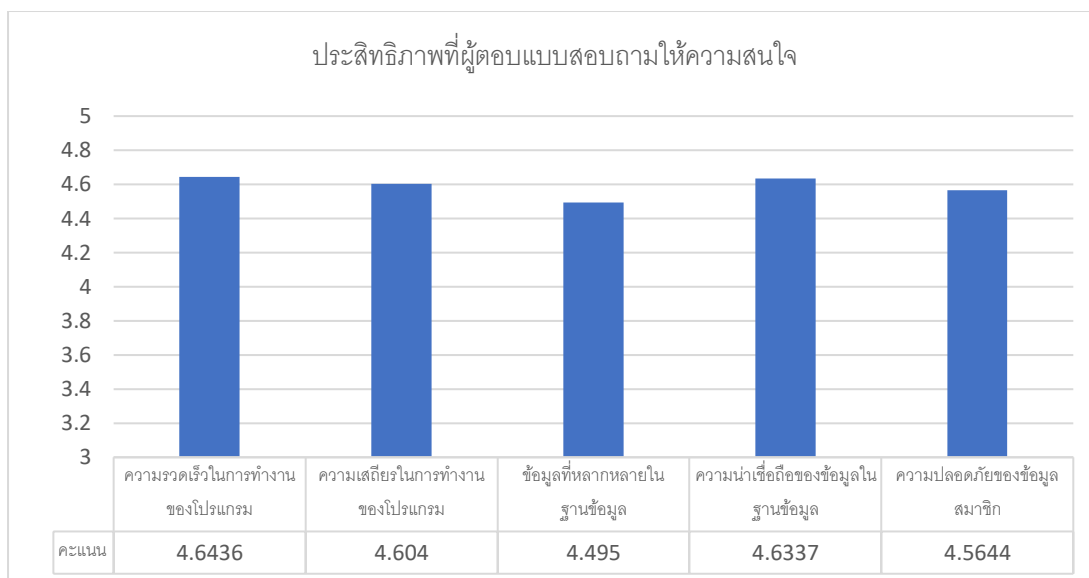
ภาพที่ 4.3 ปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์เพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วม แบ่งปัน

ด้านของแนวทางการพัฒนานวัตกรรมนั้นทางผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจกับฟังก์ชันการทำงานของนวัตกรรมสูงสุด 3 ด้านได้แก่ 1.การประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ คิดเป็นจำนวน 4.425 คะแนน 2.ระบบการค้นหาข้อมูลตาม Keyword คิดเป็นจำนวน 4.346 คะแนน และ 3.เรียกดูหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการได้ทันทีคิดเป็นจำนวน 4.316 คะแนนจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน ในส่วนของประสิทธิภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจสูงสุดมี 3 ด้านได้แก่ 1.ความรวดเร็วในการทำงานของโปรแกรมคิดเป็นจำนวน 4.643 คะแนน 2.ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในฐานข้อมูล คิดเป็นจำนวน 4.633 คะแนน และ 3.ความเสถียรในการทำงานของโปรแกรมคิดเป็นจำนวน 4.604 คะแนน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจต่อด้านนวัตกรรมนี้คิดเป็นจำนวนร้อยละ 94.1 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้นวัตกรรมนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตคิดเป็นจำนวนร้อยละ 79.2 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในการสมัครสมาชิกในนวัตกรรมคิดเป็นจำนวนร้อยละ 67.3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามภาพที่ 4.4. และ ตามภาพที่ 4.5.



ภาพที่ 4.4 ความสนใจในฟังก์ชันการทำงานของระบบ



ภาพที่ 4.5 ประสิทธิภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ

ในส่วนของการสอบถามความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสนใจต่อนวัตกรรมนี้ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 94.1 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้นวัตกรรมนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งาน อินเทอร์เน็ตคิดเป็นจำนวนร้อยละ 79.2 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในการสมัครสมาชิก ในนวัตกรรมคิดเป็นจำนวนร้อยละ 67.3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปผลที่ได้จากแบบสอบถามจากผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสนใจในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันจากปัจจัย 3 อันดับแรกได้แก่ คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ สถานที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวก ในส่วนของปัญหาที่ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันพบในระหว่างการค้นหาข้อมูล 3 อันดับแรกได้แก่ เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ขาดความทันสมัย เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ขาดความน่าเชื่อถือ และเว็บไซต์ที่ค้นหาได้ขาดความน่าเชื่อถือ ทางด้านฟังก์ชันการทำงานของนวัตกรรม ผู้ให้บริการให้ความสนใจต่อยัง 3 อันดับแรกได้แก่ การประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ระบบการค้นหาข้อมูลตาม Keyword และการเรียกดูหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการได้ทันที สุดท้ายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจต่อนวัตกรรม ทำให้ทางผู้วิจัยเห็นความเป็นไปได้ในการพัฒนานวัตกรรมนี้

4.1.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

เนื้อหาส่วนนี้จะกล่าวถึงการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีการวัดค่าเป็นค่าความถี่ โดยการนำปัจจัย 2 ปัจจัยที่ต้องการทดสอบมาสร้างเป็นตารางการแจกแจงแล้วใช้ค่าสถิติ Chi-Square ในการบ่งชี้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสองปัจจัยนั้น รายละเอียดของการทดสอบความสัมพันธ์ ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

ทางผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีทดสอบดังกล่าวจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และ 2. รูปแบบการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปันและปัจจัยการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยและหาความเกี่ยวข้องระหว่างปัจจัยดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้เลือกปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางส่วน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวสามารถนำมาเปรียบเทียบกับปัจจัยการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อคำนวณหาค่า Chi-Square ได้ ส่วนรูปแบบการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ผู้วิจัยได้เลือกเฉพาะ 3 ปัจจัย ได้แก่ ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และรูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญ ทางด้านปัจจัยการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้น ผู้วิจัยได้เลือกจากผลการตอบแบบสอบถาม 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ สถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การทดสอบที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ

H_0 : เพศของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 (χ^2) จะได้ค่า $p - value = 0.166439$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : เพศของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.983412$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : เพศของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value < 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้ความสำคัญ พบว่า การเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ของผู้บริการของเพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันในด้านของปัจจัยการให้สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลในตารางที่

4.1 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยในการเลือกสิ่งอำนวยความสะดวก

		สิ่งอำนวยความสะดวก		รวมจำนวน (ร้อยละ)
		น้อย – มาก (ร้อยละ)	มากที่สุด (ร้อยละ)	
เพศ	ชาย	60	40	100
	หญิง	38	62	100

การทดสอบที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : อายุของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : อายุของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 2 จะได้ค่า $p - value = 0.659259$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : อายุของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : อายุของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 2 จะได้ค่า $p - value = 0.677176$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : อายุของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : อายุของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 2 จะได้ค่า $p - value = 0.547149$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 7 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.593239$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 8 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปี

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปี

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปี

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.200292$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปี

การทดสอบที่ 9 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปี

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปี

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปี

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.059$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปี

การทดสอบที่ 10 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปี

H_0 : รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปี

H_1 : รายได้ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 2 จะได้ค่า $p - value = 0.027731$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value < 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 11 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : รายได้ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.379092$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 12 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : รายได้ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.802424$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้กับปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้ความสำคัญ จะพบว่า การเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านของปัจจัยคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลในตารางที่ 4.2. จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท

ตารางที่ 4.2. ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ใช้บริการกับปัจจัยในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน จากคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ

		คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ		รวมจำนวน (ร้อยละ)
		น้อย-มาก (ร้อยละ)	มากที่สุด (ร้อยละ)	
รายได้ (บาท)	10,000-20,000	26.92	73.08	100
	20,001-30,000	25.64	74.36	100
	มากกว่า 30,001	52.78	47.22	100

การทดสอบที่ 13 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการทำงานกับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.547442$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value < 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 14 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์การทำงานกับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ประสพการณ์การทำงานของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ประสพการณ์การทำงานของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.859516$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ประสพการณ์การทำงานของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 15 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์การทำงานกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ประสพการณ์การทำงานของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ประสพการณ์การทำงานของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.866164$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ประสพการณ์การทำงานของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 16 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนกับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.042587$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value < 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 17 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนกับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.448055$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 18 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 1 จะได้ค่า $p - value = 0.865535$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้ความสำคัญ จะพบว่าทางเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านของปัจจัยคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลในตารางที่ 4.3. จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีการใช้งานมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริการด้านคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีการใช้งานต่ำกว่า 6 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 4.3. ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้งานกับปัจจัยในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันจากคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ

		คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ		รวมจำนวน (ร้อยละ)
		น้อย – มาก (ร้อยละ)	มากที่สุด (ร้อยละ)	
ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	0 - 5 ครั้งต่อเดือน	41.33	58.66	100
	มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	19.23	80.76	100

การทดสอบที่ 19 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันกับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.277348$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 20 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันกับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.052916$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.065734$ ซึ่งจะได้ว่า ค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 22 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันกับคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.470266$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันกับสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.269204$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

การทดสอบที่ 24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_0 : รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

H_1 : รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ผลจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ χ^2 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 3 จะได้ค่า $p - value = 0.50772$ ซึ่งจะได้ว่าค่า $p - value > 0.05 = \alpha$ จึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

จากการทดสอบปัจจัยในเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันทั้ง 3 ปัจจัยคือ คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ สถานที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการทดสอบพบประเด็นที่น่าสนใจ 3 ประเด็น ดังนี้ 1. ผู้ใช้บริการเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าเพศชาย 2. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่

ให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท 3. ผู้ใช้บริการที่มีการใช้งานมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริการด้านคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีการใช้งานต่ำกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ผลการทดสอบดังกล่าวได้แสดงถึงความสำคัญของคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

สรุปปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการค้นหาสารสนเทศจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการค้นหาสารสนเทศจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน สามารถเห็นได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เห็นได้จากหัวข้อก่อนหน้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีปัจจัยในด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี จะเป็นการดึงดูดให้ทางผู้ให้บริการเทศหญิงนั้นเลือกเข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันมากขึ้น ส่งผลถึงการค้นหาสารสนเทศของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน นอกจากนี้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่มีปัจจัยด้านคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ดีนั้น สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท และผู้ใช้บริการที่มีการใช้งานมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ให้เลือกเข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันและยังส่งผลถึงการประสิทธิภาพด้านการค้นหาสารสนเทศของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเช่นเดียวกัน

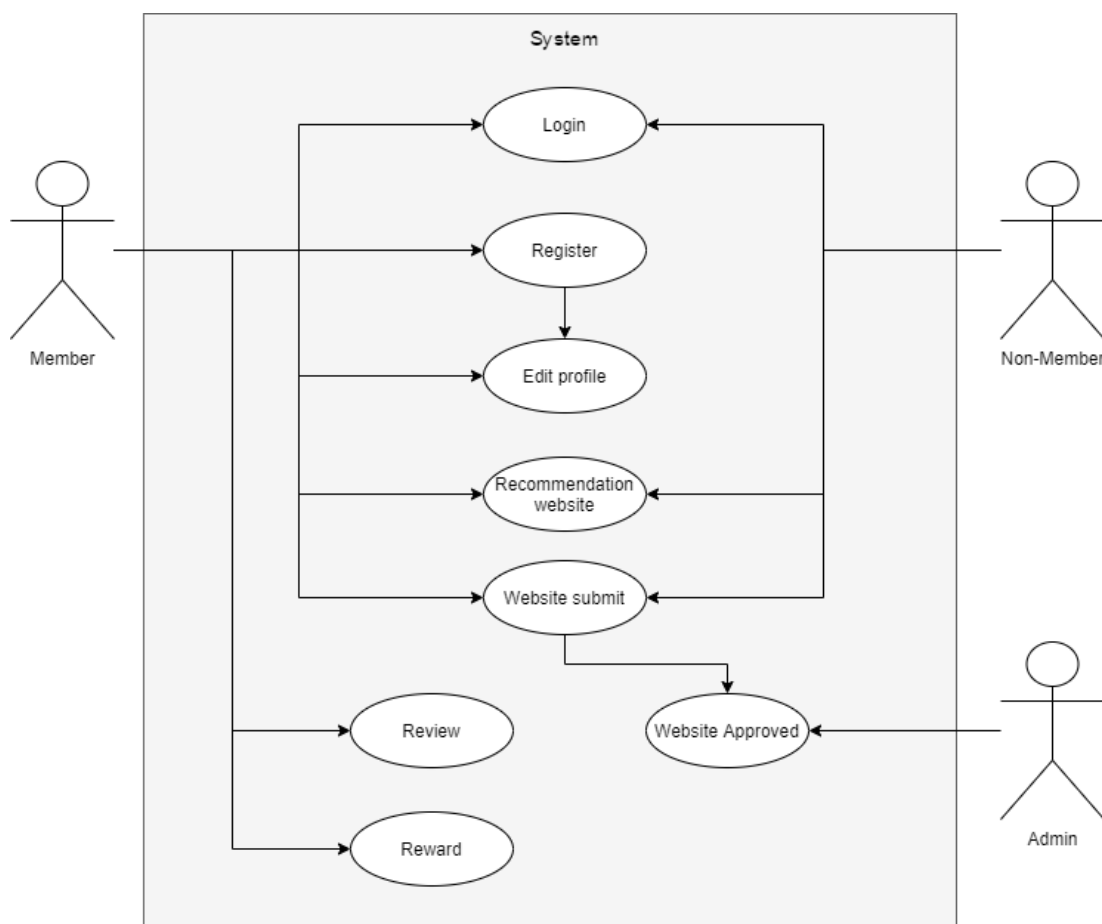
ทางผู้วิจัยจึงนำผลการทดสอบดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อให้นวัตกรรมดังกล่าวเป็นเสมือนสิ่งอำนวยความสะดวกของทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ในขณะเดียวกันการใช้งานนวัตกรรมดังกล่าวต้องไม่กระทบต่อคุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

4.2. การพัฒนาระบบนวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

4.2.1. การออกแบบระบบพื้นฐานของนวัตกรรม

จากแบบสอบถามและผลสรุปที่แสดงดังภาพที่ 4.4 จะเห็นได้ว่าความสนใจในฟังก์ชันการทำงานของระบบของผู้ใช้บริการ 5 ลำดับสูงสุดได้แก่ ระบบประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (4.42 คะแนน) ระบบการค้นหาเว็บไซต์ (4.34 คะแนน) การเรียกดูหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการได้ทันที (4.31 คะแนน) ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้งาน (4.26 คะแนน) และ โปรโมชันจากออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้กับสมาชิก (4.08 คะแนน) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบระบบพื้นฐานของ

นวัตกรรมนี้ด้วยการสร้างแบบจำลอง UML Use Case ของระบบเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการได้ตามภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6. UML Use Case

จากนั้นทางผู้วิจัยได้กำหนดระบบการทำงานพื้นฐานของนวัตกรรมดังต่อไปนี้

1. การทำงานของผู้ให้บริการ โดยไม่เป็นสมาชิกของระบบ

- ผู้ให้บริการเข้าใช้งานนวัตกรรมพื้นฐานได้โดยไม่ต้องสมัครสมาชิก
- ระบบแสดงการแนะนำโดยรวมให้กับผู้ให้บริการ และระบบแสดงตัวเลือกศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อให้ทางผู้ให้บริการสามารถปรับเปลี่ยนตามความสนใจได้
- ผู้ให้บริการเลือกศาสตร์ที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ

- ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ
- ผู้ให้บริการสามารถนำเสนอเว็บไซต์เพิ่มเติมให้กับระบบได้

2. การทำงานของผู้ให้บริการ โดยเป็นสมาชิกของระบบ

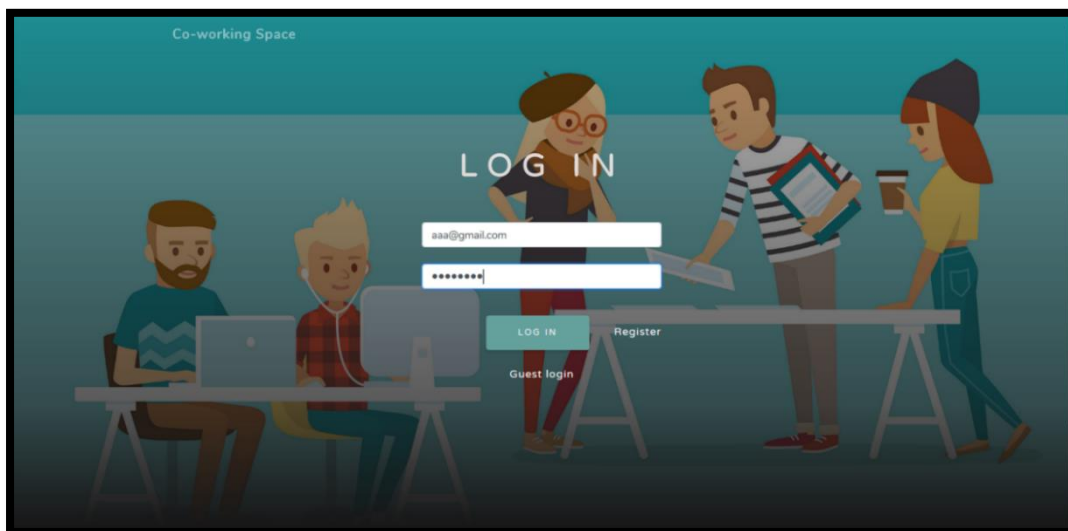
- ผู้ให้บริการสมัครสมาชิก และเลือกศาสตร์ที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ
- ผู้ให้บริการเข้าสู่ระบบโดยการกรอก Username และ Password ตามที่ได้สมัครสมาชิก
- ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ
- ผู้ให้บริการสามารถค้นหาเว็บไซต์ในระบบโดยเลือก Keyword ที่ระบบนำเสนอให้แก่ผู้ให้บริการ หรือค้นหาโดยการพิมพ์คำที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ในช่องค้นหา
- ผู้ให้บริการสามารถเสนอเว็บไซต์หรือรีวิวเว็บไซต์ให้กับระบบได้ และจะได้รับคะแนนจากทางระบบเป็นรางวัลตอบแทน
- ผู้ให้บริการสามารถนำคะแนนที่ได้มาแลกกับของรางวัลหรือสิทธิพิเศษจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

3. การทำงานของผู้ควบคุมระบบ

- ผู้ดูแลระบบตรวจสอบปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างผู้ให้บริการและระบบ เช่น จำนวนการเข้าใช้งานระบบ จำนวนการรีวิวเว็บไซต์ เป็นต้น
- ผู้ดูแลระบบตรวจสอบการนำเสนอเว็บไซต์ของผู้ให้บริการที่ได้เสนอมา
- ผู้ดูแลระบบมอบคะแนนให้แก่ผู้ให้บริการเพื่อแลกของรางวัลหรือสิทธิพิเศษจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

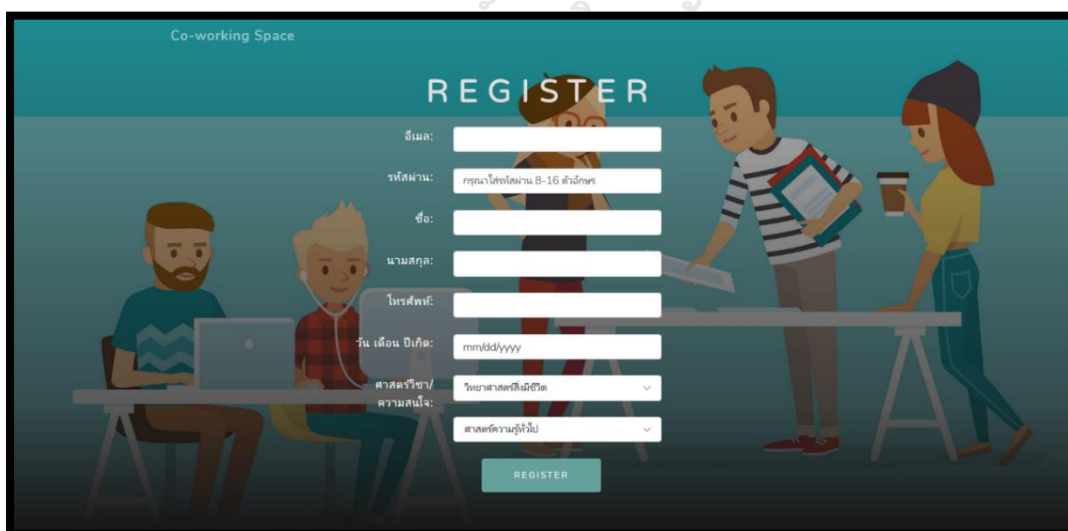
4.2.2. การทำงานของเว็บแอปพลิเคชันนวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

1. ผู้ใช้บริการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน Wi-Fi จากหน้าจอ Login ปรากฏขึ้นทันทีที่ทำการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยเว็บแอปพลิเคชันสามารถแสดงผลภายใต้เว็บเบราว์เซอร์ของทุกอุปกรณ์ ทั้งมือถือ แท็บเล็ต และ โน้ตบุ๊ก ในทุกระบบปฏิบัติการ ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7. หน้า Login

1.1. หากผู้บริการต้องการสมัครสมาชิก ทางผู้บริการสามารถสมัครสมาชิกได้โดยใช้ E-mail รหัสผ่าน ชื่อ-นามสกุล โทรศัพท์ เพื่อการยืนยันตัวตน และสาขาวิชา/ความสนใจเพื่อกำหนดหน้าแนะนำเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับผู้บริการ ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8. หน้าสมัครสมาชิก

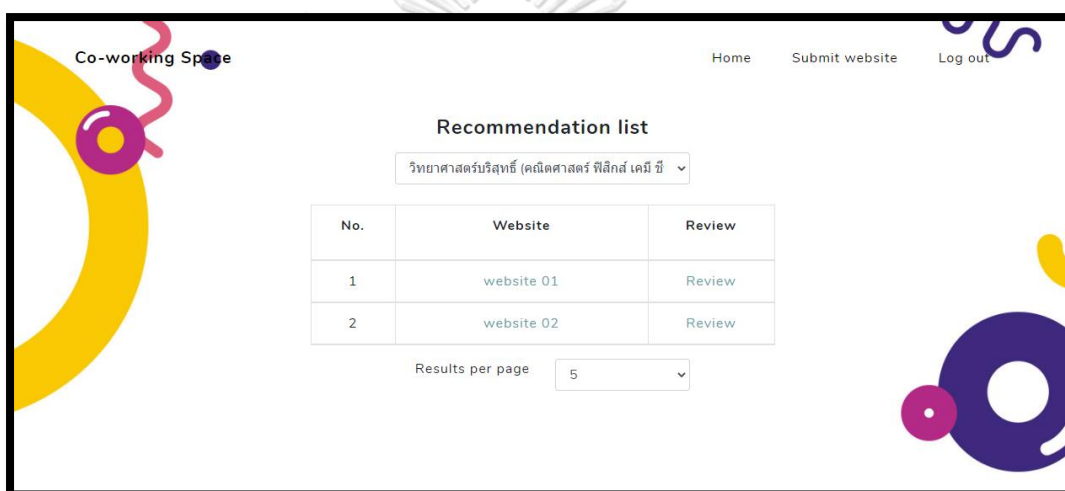
2. ผู้ใช้บริการเข้าสู่ระบบเพื่อการทำงาน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กรณี

2.1. ผู้ใช้บริการเข้าใช้งานโดยไม่สมัครสมาชิก โดยเข้าใช้งานผ่านทาง Guest Login

2.2. ผู้ใช้บริการเข้าใช้งานผ่านทาง Login ที่สมัครเอาไว้

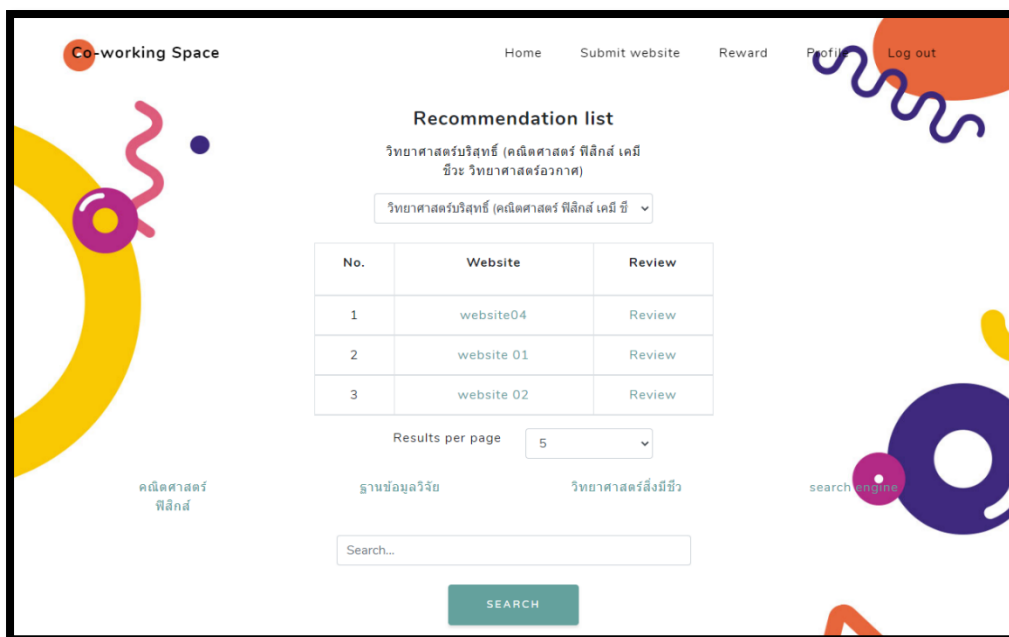
3. ผู้ใช้บริการเข้าสู่หน้าหลักของนวัตกรรม

3.1. หากผู้บริการที่เข้าใช้งานโดยไม่สมัครสมาชิก ทางระบบจะแสดงการแนะนำโดยรวมให้กับผู้บริการโดยทางผู้บริการสามารถปรับเปลี่ยนความสนใจได้ ทั้งนี้ผู้บริการสามารถเข้าใช้งานระบบได้แต่จะมีการจำกัดฟังก์ชันการทำงานเอาไว้บางส่วน ดังภาพที่ 4.9



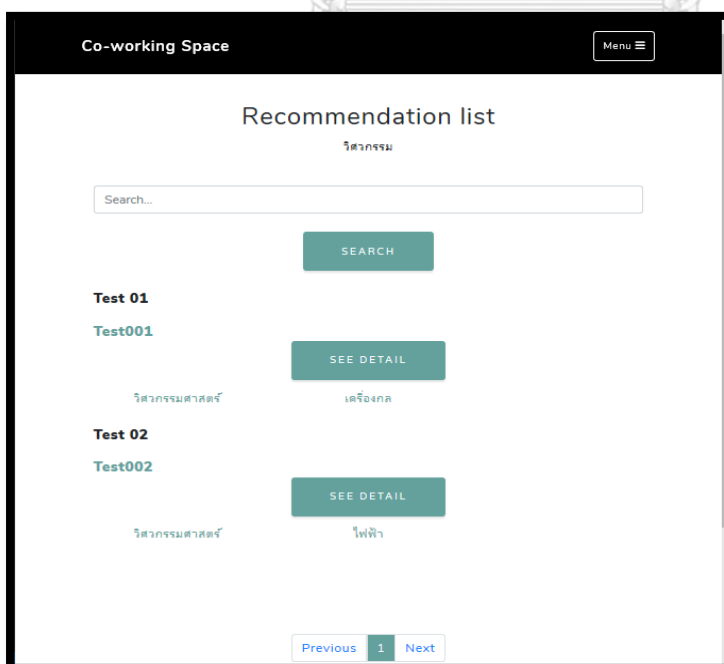
ภาพที่ 4.9. หน้าแรกของระบบสำหรับ ผู้บริการที่ไม่เป็นสมาชิก

3.2. ผู้ใช้บริการเข้าใช้งานโดยเป็นสมาชิก ทางระบบจะแสดงการแนะนำตามศาสตร์ที่ผู้บริการได้เลือกไว้ ทั้งนี้ทางผู้บริการสามารถปรับเปลี่ยนศาสตร์ตามความต้องการได้ และสามารถเข้าใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพโดยไม่มีการจำกัดฟังก์ชันการทำงาน ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10. หน้าแรกของระบบสำหรับผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิก

4. ผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิกสามารถใช้งานการค้นหาเว็บไซต์ภายในฐานข้อมูลของระบบได้ โดยการเลือก Keyword ที่ทางระบบเสนอ หรือค้นหาโดยการพิมพ์คำที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ในช่องค้นหา ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11. หน้าการค้นหา (หน้าจอรูปแบบสมาร์ตโฟน)

5. ผู้ใช้บริการส่งเว็บไซต์ให้กับระบบ โดยระบุชื่อเว็บไซต์ URL และ Category ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ และการใส่ Keyword ที่มีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ที่นำเสนอให้กับทางระบบ ดังภาพที่

4.12

ภาพที่ 4.12. หน้าการนำเสนอเว็บไซต์ให้กับทางระบบ

6. ผู้ใช้บริการสามารถส่งรีวิวให้กับทางระบบเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ โดยทางผู้ให้บริการจะได้รับคะแนนเพื่อนำไปแลกสิทธิพิเศษจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อไป ดังภาพที่

4.13

Co-working Space

Home Submit website Reward Profile Log out

Review

Name of website
website 01

URL of website
https://www.google.com/

Comment

★ ★ ★ ★ ★

SUBMIT AS ANONYMOUS

SUBMIT

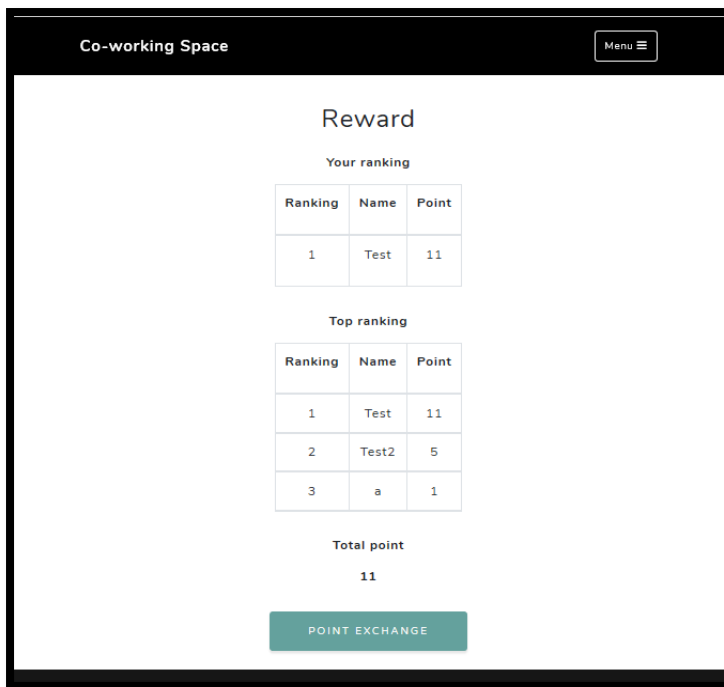
ภาพที่ 4.13. หน้าส่งรีวิวเว็บไซต์ให้กับทางระบบ

7. ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิกสามารถตรวจสอบคะแนนที่ได้รับจากระบบ ดังภาพที่ 4.14 ผู้ใช้บริการจะได้รับคะแนนจากกิจกรรมภายในระบบ ที่ภายในแต่ละวันมีการจำกัดคะแนนสูงสุดที่สามารถได้ภายในแต่ละวันอยู่ที่ 50 คะแนน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามตัวอย่างดังต่อไปนี้

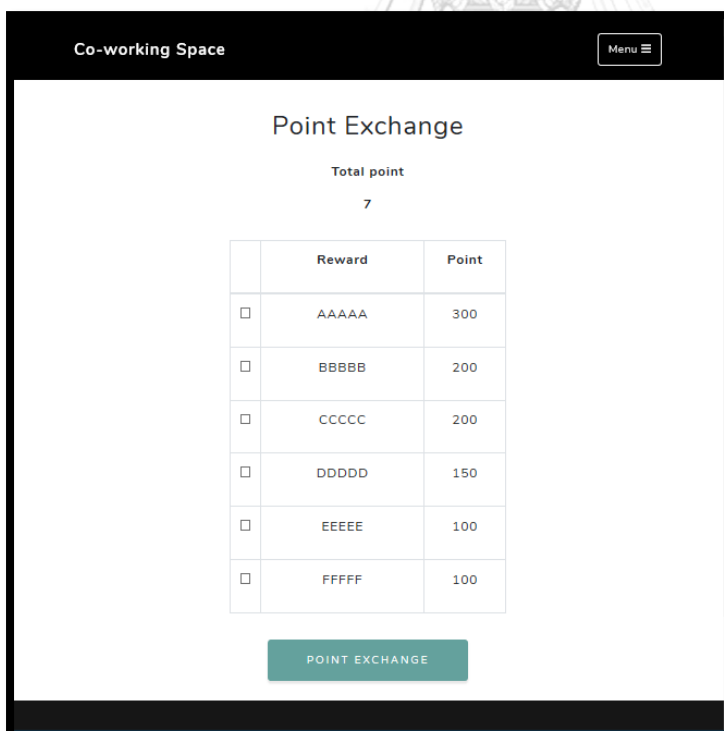
- | | |
|---|---------|
| 1. การเข้าใช้งานระบบวันละ | 1 คะแนน |
| 2. การรีวิวเว็บไซต์ | 3 คะแนน |
| 3. การเสนอเว็บไซต์ให้กับทางระบบ | 5 คะแนน |
| 4. เว็บไซต์ที่เสนอมาเป็นเว็บไซต์ใหม่ที่ไม่มียอดข้อมูล | 5 คะแนน |

จากนั้นผู้ใช้บริการสามารถนำคะแนนที่ได้รับมาเพื่อแลกสิทธิพิเศษจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ดังภาพที่ 4.15. ซึ่งระบบมีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านสิทธิพิเศษในบางส่วนหนึ่ง ในเบื้องต้นสิทธิพิเศษสามารถแบ่งออกตามตัวอย่างเช่น

- | | |
|----------------------------------|----------------|
| 1. ส่วนลดค่าบริการ | 100-500 คะแนน |
| 2. ส่วนลดค่าอาหารหรือเครื่องดื่ม | 50-100 คะแนน |
| 3. สิทธิพิเศษอื่น ๆ | 10 – 100 คะแนน |



ภาพที่ 4.14. หน้าแสดงคะแนนที่มีของผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 4.15. หน้าแลกคะแนนสำหรับสิทธิพิเศษจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

4.3. ผลการศึกษาการยอมรับนวัตกรรม ผลของการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิภาพการทำงานของระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ออกแบบนวัตกรรมแล้ว ทางผู้วิจัยได้นำตัวอย่างหน้าเว็บแอปพลิเคชันพร้อมคำอธิบายการใช้งานนวัตกรรม ในรูปแบบแบบสอบถามทางออนไลน์เพื่อทดสอบการยอมรับนวัตกรรมดังกล่าว โดยส่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 65 คน จากนั้นผู้วิจัยได้คัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามทำให้เหลือกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้จำนวนทั้งหมด 50 คน โดยผลสรุปจากแบบสอบถามสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

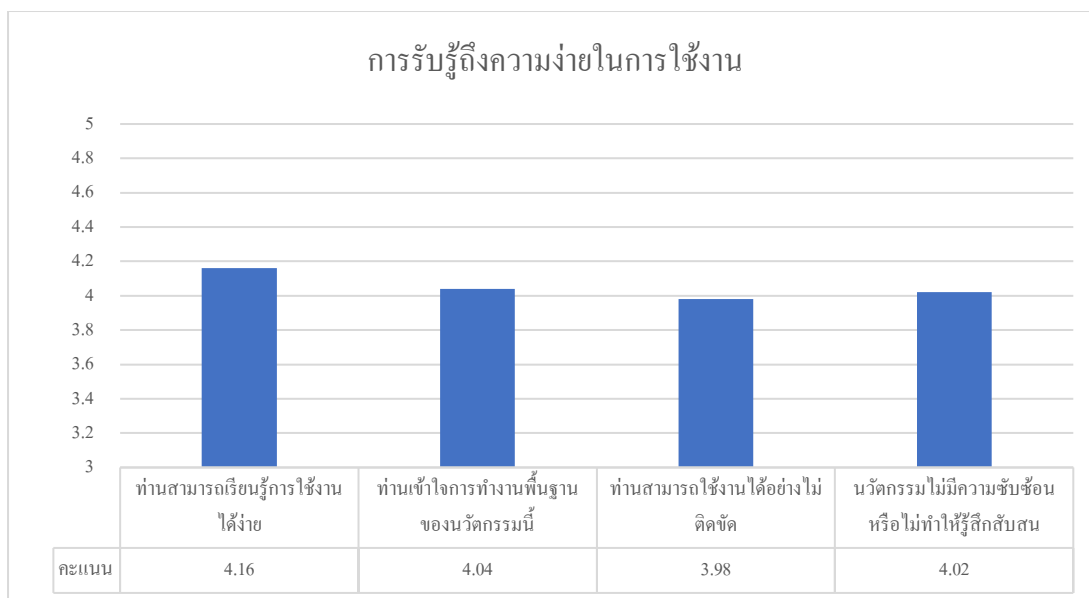
กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกได้เป็นเพศชายจำนวน 20 คน และเพศหญิงจำนวน 30 คน อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 26- 30 ปี คิดเป็นจำนวนร้อยละ 60 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นจำนวนร้อยละ 66 อาชีพส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ข้าราชการ/พนักงานประจำ/ลูกจ้าง คิดเป็นจำนวนร้อยละ 62 ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3 - 5 ปี คิดเป็นจำนวนร้อยละ 52 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบนวัตกรรม

ขั้นตอนต่อมาทางผู้วิจัยได้แสดงต้นแบบนวัตกรรมให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ทดลองมีปฏิสัมพันธ์ พร้อมทั้งอธิบายต้นแบบนวัตกรรม จากนั้นจึงให้ผู้ตอบแบบสอบถามต่อไป

ตอนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

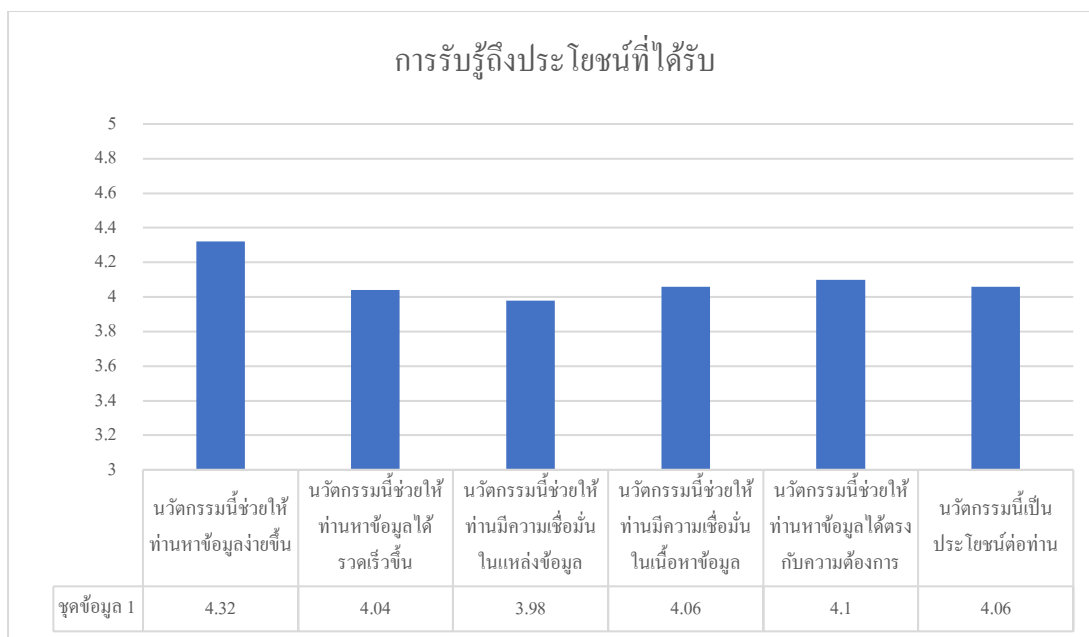
หลังจากผู้ตอบแบบสอบถามได้มีปฏิสัมพันธ์กับทางต้นแบบนวัตกรรม ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้ ในการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้นวัตกรรม ทางผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้คะแนนดังต่อไปนี้ ความสามารถในการเรียนรู้การใช้งานได้โดยง่ายเป็นจำนวน 4.16 คะแนน ความเข้าใจการทำงานพื้นฐานของนวัตกรรมนี้เป็นจำนวน 4.04 คะแนน นวัตกรรมไม่มีความซับซ้อนหรือไม่ทำให้รู้สึกสับสนเป็นจำนวน 4.02 คะแนน และ ความสามารถในการใช้งานได้อย่างไม่ติดขัดเป็นจำนวน 3.98 คะแนน จากการศึกษาคะแนนเฉลี่ยจากคะแนนเต็ม 5 คะแนนตามภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ตอนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

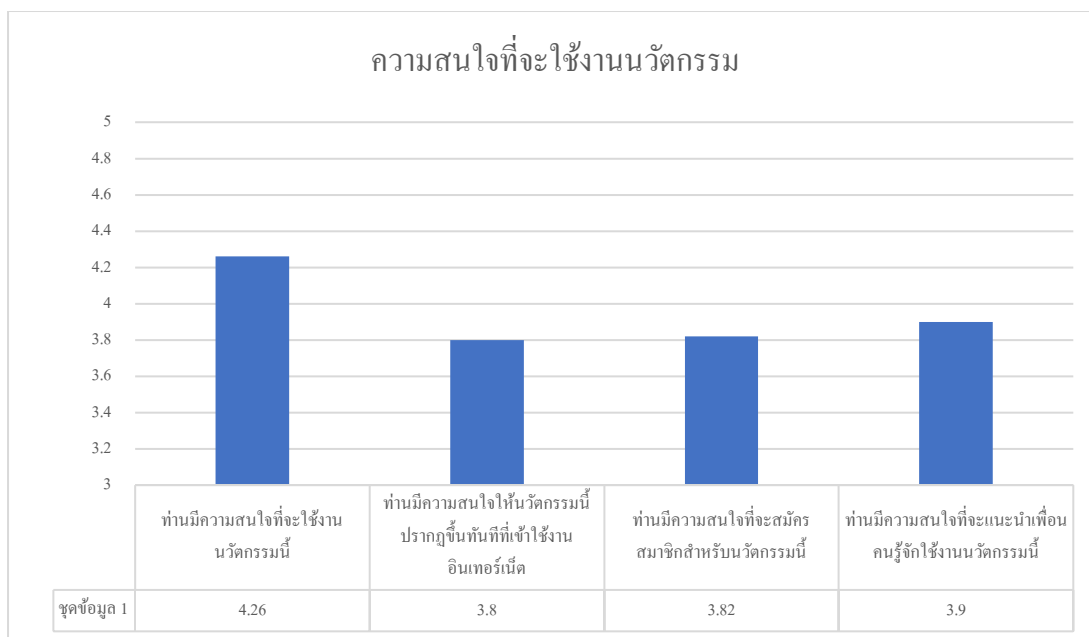
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับแสดงได้ดังภาพที่ 4.17 ซึ่งสามารถอธิบายผลการศึกษาดังต่อไปนี้ นวัตกรรมนี้ช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลง่ายขึ้นเป็นจำนวน 4.32 คะแนน ช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลได้ตรงกับความต้องการเป็นจำนวน 4.1 คะแนน นวัตกรรมนี้ช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในเนื้อหาข้อมูลจำนวน 4.06 คะแนน และนวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวน 4.06 คะแนน จะเห็นได้ว่า การจัดทำนวัตกรรมนี้สามารถช่วยให้ผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันสามารถหาข้อมูลได้ง่ายขึ้นตรงตามวัตถุประสงค์



ภาพที่ 4.17 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

ตอนที่ 5 ความสนใจในการใช้งานนวัตกรรม

ด้านความสนใจในการใช้งานนวัตกรรมแสดงได้ดังภาพที่ 4.18 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรมนี้เป็นจำนวน 4.26 คะแนน มีความสนใจที่จะแนะนำเพื่อน คนรู้จักใช้งานนวัตกรรมนี้เป็นจำนวน 3.9 คะแนน มีความสนใจที่จะสมัครสมาชิกสำหรับนวัตกรรมนี้เป็นจำนวน 3.82 คะแนน มีความสนใจให้นวัตกรรมนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวน 3.8 คะแนน



ภาพที่ 4.18. ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม

สรุปผลการทดสอบการยอมรับนวัตกรรม

ทางผู้วิจัยวิเคราะห์และสรุปผลจากแบบสอบถามแนวทางการพัฒนานวัตกรรมและแบบสอบถามการยอมรับนวัตกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนวัตกรรม อีกทั้งมีความเข้าใจในการใช้งานพื้นฐานและไม่รู้สึกสับสน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่านวัตกรรมนี้ช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลง่ายขึ้น ช่วยให้หาข้อมูลได้ตรงกับความต้องการ และมีความเชื่อมั่นในเนื้อหาข้อมูล แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับจากนวัตกรรม สุดท้ายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรมนี้ จากผลแบบสอบถามดังกล่าวถือได้ว่าแนวคิดของนวัตกรรมนี้ได้รับการยอมรับส่งผลให้ทางผู้วิจัยเห็นความเป็นไปได้ที่จะพัฒนานวัตกรรมนี้ต่อไป

บทที่ 5

การศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ

5.1. การวิเคราะห์ปัจจัยระดับมหภาค PEST Analysis

5.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเมือง (Political)

ทางรัฐบาลมีการสนับสนุนการประกอบธุรกิจในรูปแบบของ SME และ Start up ในหลายด้าน เช่น 1. การยกระดับเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลิตภาพ 2. ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน 3. ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล 4. พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ 5. สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) 6. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SME 7. พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง 8. พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ 9. พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ 10. ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบสิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME (แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4) ซึ่งทางรัฐบาลได้มีการมอบหมายให้แต่ละหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องเข้าดูแลภายในแต่ละประเด็นทั้ง สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และอื่น ๆ

ภายใต้สถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ทางรัฐบาลได้มีมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการ SME ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ในรูปแบบมาตรการสนับสนุนในหลายด้าน เช่น มาตรการด้านการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารพาณิชย์ มาตรการด้านประกันสังคม/แรงงาน มาตรการด้านภาษี มาตรการด้านสาธารณสุข มาตรการด้านการขนส่ง มาตรการด้านการนำเข้าและการส่งออก และการให้คำแนะนำโดยออกคู่มือสู้วิกฤติ Covid-19 เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME สามารถคัดกรอง ปฏิบัติตนในองค์กร และเฝ้าระวังโรค Covid-19 ได้อย่างถูกต้อง

5.1.2. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)

เศรษฐกิจโลกช่วงปี 2019 และแนวโน้มปี 2020 นั้นมีแนวโน้มที่จะมีการชะลอตัวจากผลกระทบของสงครามการค้า จีน สหรัฐ ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของการเติบโตของเศรษฐกิจโลก (SCB EIC, 2019) ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยทำให้ประเทศไทยใน

หลากหลายแง่มุมทั้งในด้านการนำเข้าและส่งออก ด้านการท่องเที่ยว และผลกระทบต่อภาค อสังหาริมทรัพย์ ส่งผลประเทศไทยพบปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน

ก่อนเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ออฟฟิศร่วมแบ่งปันถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยม จากการรายงานของ เน็กซ์ส รีลเอสเตท (Nexus, 2019) กล่าวว่าธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นสถานที่ทำงานที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ และยังมีการขยายตัวอยู่ในแต่ละปีที่ผ่านมา นอกจากนั้นคาดการณ์การเติบโตของพื้นที่ออฟฟิศร่วมแบ่งปันว่าจะมีพื้นที่เติบโต ประมาณ 40 % ในปี 2019 ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันภายในธุรกิจ ออฟฟิศร่วมแบ่งปันมากขึ้น

แต่ในปัจจุบันจากสภาพหลังเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 จากการคาดการณ์ของ วิจัยกสิกรไทย (วิจัยกสิกรไทย, 2020) คาดว่าเศรษฐกิจไทยไตรมาส 1/2563 หดตัว 1.8% จากปัจจัย ในด้านลบต่าง ๆ โดยแม้ว่าสถานการณ์การระบาดจะคลี่คลายลงและไม่มีการระบาดซ้ำ แต่ผลกระทบต่อทางธุรกิจทั้งในด้านของค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในการดำเนินธุรกิจโดยมีข้อจำกัดด้านการ ควบคุมโรค และรายรับของประชาชนที่ลดลงจากผลกระทบสถานการณ์โรคระบาด ซึ่งส่งผลให้ ภาพรวมเศรษฐกิจไทยทั้งปี 2563 คาดว่าเกิดการหดตัวราว -5.0%

5.1.3. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social)

รูปแบบการทำงานในปัจจุบันนี้ ให้ความสนใจในการทำงานในรูปแบบ ระบบเศรษฐกิจ อิสระ (Gig Economy) มากขึ้นจากการพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ และไลฟ์สไตล์ของคน ยุคใหม่ในปัจจุบันจากแรงงานที่ให้ความสำคัญกับการจัดการ Work-Life Balance ของตนเองมากขึ้น นอกจากนั้นการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ และการจ้างงานในรูปแบบใหม่ ซึ่งส่งผลให้แรงงาน ยุคใหม่นั้นมีความนิยมออกมาประกอบอาชีพอิสระมากขึ้น นอกจากนั้นในปัจจุบันเทรนด์การทำงานนอกสถานที่นั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากผลสำรวจของ IWG (2019) พบว่าแรงงาน ในปัจจุบันนี้มีแนวโน้มที่จะสนใจในบริษัทที่ให้สถานที่การทำงานมีความยืดหยุ่นมากขึ้น นอกจากนั้นในด้านของบริษัทต่าง ๆ ที่มีความสนใจในการทำงานนอกสถานที่ เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นการลดค่าใช้จ่ายทั้งของทางบริษัท และ แรงงาน

จากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ทำให้ทางบริษัทต่าง ๆ นั้นมีความจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการทำงานให้อยู่ในรูปแบบการทำงานนอกสถานที่มากขึ้นเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคภายในบริษัท ทำให้แนวคิดของการทำงานนอกสถานที่นั้นมีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้น

อีกทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุนการทำงานในรูปแบบนี้มากขึ้น นอกจากนั้นแล้วทางผู้วิจัยคาดว่า ภายหลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 แรงงานส่วนใหญ่จะให้ความสนใจในการหาสถานที่ทำงานในรูปแบบอื่น ๆ มากขึ้นนอกจากการทำงานที่บ้าน

5.1.4. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology)

ปัจจุบันแนวโน้มของการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งในแง่ของความเร็ว ปริมาณข้อมูลที่สามารถส่งได้ รวมถึงความเสถียรของระบบการสื่อสาร นอกจากนั้นแล้ว การให้บริการระบบเครือข่ายมือถือรูปแบบ 4G / 5G และสัดส่วนการถือครอง แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการทั่วไปที่สูงขึ้น ส่งผลให้อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรไทยนั้นมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้น ส่งผลให้อินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอย่างขาดไม่ได้ เป็นการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการทำงานและรูปแบบของการใช้ชีวิตเช่นเดียวกัน ทำให้อาชีพโปรแกรมเมอร์นั้นเป็นที่ต้องการมากขึ้นในการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อตอบสนองรูปแบบการทำงานและรูปแบบของการใช้ชีวิตที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

โดยธุรกิจด้านการบริการนั้นมีแนวโน้มที่จะนำเทคโนโลยีซอฟต์แวร์เข้ามาประยุกต์ใช้งาน ภายในธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น เช่น รูปแบบซอฟต์แวร์ รูปแบบโมบายแอปพลิเคชัน และรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจเช่น การบริหารจัดการ การจองสถานที่ การประชาสัมพันธ์ และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.2. การวิเคราะห์ Five Force Model Analysis

5.2.1. อุปสรรคกีดขวางของการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ (Threat of new entrants)

อุปสรรคกีดขวางของการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง เทคโนโลยีรูปแบบการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันนั้นเป็นเทคโนโลยีทั่วไปทำให้มีการพัฒนาได้ง่าย แต่เนื่องจากระบบการแนะนำข้อมูลนั้นจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการเก็บข้อมูลเว็บไซต์ และ ข้อมูลการใช้งานของผู้ใช้บริการเป็นระยะเวลาค่อนข้างนานจึงจะสามารถทำงานได้ ทำให้หากมีคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามา ก็จะพบอุปสรรคด้านปริมาณข้อมูล นอกจากนั้นทางเราต้องทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และทำการจดทะเบียนบริษัท โดยการจดทะเบียนในชื่อ บริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด เพื่อการปกป้องงานของผู้วิจัยอีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 5.1. เครื่องหมายการค้า บริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด

5.2.2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (หรือลูกค้า) (Bargaining power of buyers)

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ อยู่ในระดับสูง เนื่องจากนวัตกรรมระบบนั้นอยู่ในรูปแบบบริการที่ผูกติดกับลูกค้า (ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน) ซึ่งในตลาดของผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นเป็นตลาดที่มีขนาดเล็ก ทำให้ลูกค้ามีอำนาจตัดสินใจสูงในการเลือกใช้งานนวัตกรรมระบบ โดยทางบริษัทนั้นต้องการเข้าหาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะใช้บริการ อีกทั้งยังควรพัฒนานวัตกรรมระบบอยู่เสมอ

5.2.3. อุปสรรคกีดขวางในการใช้สินค้าหรือบริการที่นำมาทดแทน (Threat of substitute products or services)

อุปสรรคกีดขวางในการใช้สินค้าหรือบริการที่นำมาทดแทน อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากบริการการสนับสนุนการค้นหาข้อมูลนั้นเป็นบริการที่มีการใช้งานกันเป็นจำนวนมาก โดยในรูปแบบของเว็บไซต์นั้นมีการช่วยในการหาข้อมูลในหลากหลายรูปแบบ เช่น เสิร์ชเอนจินฐานข้อมูลทางวิชาการ เว็บไซต์ทั่วไป และสื่อสังคมออนไลน์ แต่บริการที่นำมาทดแทนนั้นไม่อาจค้นหาความรู้ที่ทางผู้ให้บริการยังไม่ทราบได้โดยง่าย โดยทางนวัตกรรมระบบนั้นเป็นการช่วยให้ผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้เข้าถึงเว็บไซต์ที่ช่วยในการหาข้อมูลที่ทางผู้ให้บริการไม่ทราบได้ง่ายขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการในสาขาอาชีพเดียวกัน ทำให้บริการที่นำมาทดแทนไม่อาจใช้ทดแทนกันได้ทั้งหมด

5.2.4. อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining power of suppliers)

อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากระบบที่พัฒนานี้อยู่ในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชันซึ่งเป็นการวาง web application server ตาม server ให้เช่าที่มีการให้บริการ

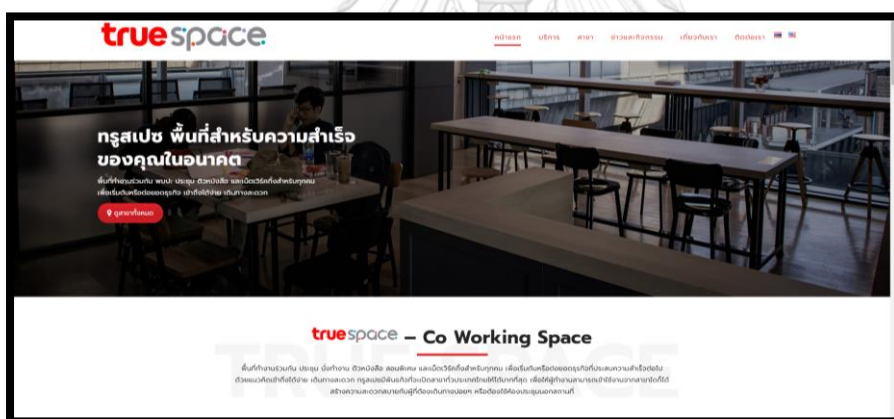
ทำให้ทางเรานั้นมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าทางซัพพลายเออร์ เนื่องจากหากบริการ server ให้เช่านั้นมี ปัญหาหรือมีการเรียกค่าใช้จ่ายสูงทางเราก็สามารถเปลี่ยนซัพพลายเออร์ ได้เนื่องจากตลาดของ server ให้เช่านั้นเป็นตลาดที่มีผู้ค้าหลายราย

5.2.5. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมนั้น ๆ (Rivalry among existing competitors)

การแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม อยู่ในระดับต่ำ ในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่ใช้งานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นเป็นตลาดที่ยังมีขนาดเล็กเนื่องจากยังมีออฟฟิศร่วมแบ่งปันน้อยรายที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อทำการพัฒนาการให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

5.2.5.1. คู่แข่งทางตรง

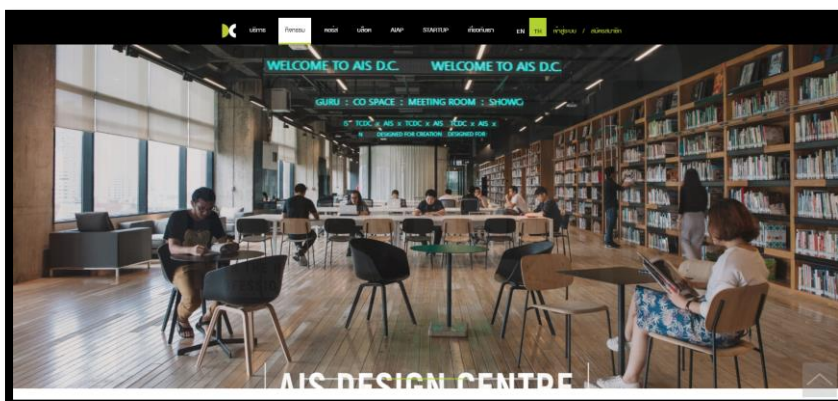
1. True Space



ภาพที่ 5.2. True Space (ที่มา: truespaceth.com)

ทาง True Space นั้นเป็นออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่มีผู้ให้บริการคือ True โดยทำการเปิดออฟฟิศร่วมแบ่งปันด้วยแนวคิดเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก โดย True Space นั้นมีพันธกิจที่จะเปิดสาขาทั่วประเทศไทยให้ได้มากที่สุด มีการให้บริการในหลายด้านเช่น บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ห้องประชุม และการจัดงาน Workshop ในส่วนของการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ ที่มีการให้บริการในด้านการค้นหาสาขาของ True Space บริการการจองห้อง และการแจ้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับทาง True Space

2. AIS D.C.

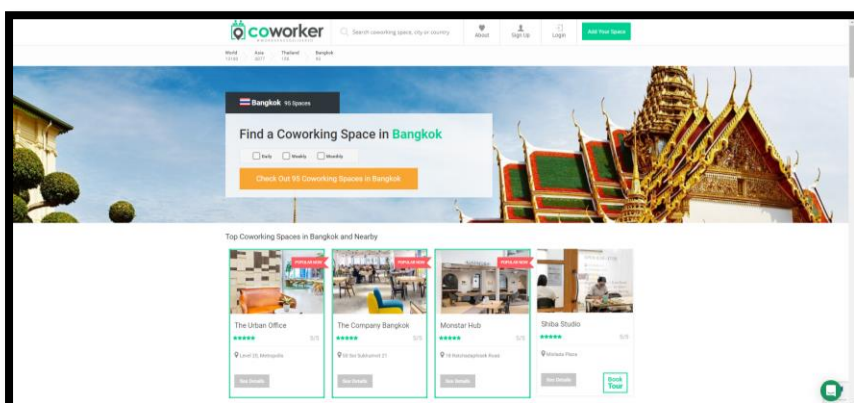


ภาพที่ 5.3. AIS D.C. (ที่มา: aisdc.ais.co.th)

AIS เห็นความสำคัญของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันเช่นเดียวกัน ทาง AIS หันมาประกอบธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันโดยการจับมือกับ TCDC เพื่อสร้าง AIS D.C. ขึ้นมา โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นแหล่งบ่มเพาะความรู้และเพิ่มขีดความสามารถของคนไทย ให้นำความสามารถนั้น ไปต่อยอดในการพัฒนาประเทศ มีการให้บริการในหลายด้านเช่น บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ห้องประชุม ห้องสตูดิโอ Wi-Fi และการจัดงาน Workshop ในส่วนของเทคโนโลยีการสนับสนุนออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นมีในรูปแบบของเว็บไซต์ และ โมบายแอปพลิเคชัน สำหรับใช้งานการจองสถานที่ และการแจ้งข่าวสาร

5.2.5.2. คู่แข่งทางอ้อมกลางกรณีมหาวิทยาลัย

1. Coworker



ภาพที่ 5.4. Coworker (ที่มา: coworker.com)

ทางเว็บไซต์ Coworker นั้น เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสนับสนุนออฟฟิศร่วมแบ่งปันในด้านการค้นหาออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่สมัครสมาชิกกับทางเว็บไซต์ตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงกรุงเทพฯ พร้อมทั้งการให้บริการเกี่ยวกับรายละเอียดของแต่ละออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เช่น ราคา สถานที่ เวลาเปิด-ปิด สิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมทั้งบริการจองห้อง และจองทัวร์เพื่อดูสถานที่จริง เป็นการบริการที่มีบริการทั่วโลก และ มีความน่าเชื่อถือ

2. PLUG-INS



ภาพที่ 5.5. PLUG-INS (ที่มา: plug-ins.co)

ในส่วน of เว็บไซต์ PLUG-INS นั้นเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสนับสนุนออฟฟิศร่วมแบ่งปันในด้านการค้นหาและจองออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่สมัครสมาชิกกับทางเว็บไซต์ เช่นเดียวกับทางเว็บไซต์ Coworker แต่มีการมอบสิทธิพิเศษให้กับทางผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ PLUG-INS ตามการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันทั้งในรูปแบบ การเข้าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันฟรี และรางวัลตามที่ระบุในเว็บไซต์ PLUG-INS

5.3. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT)

5.3.1. จุดแข็ง (Strengths)

1. ระบบที่นำเสนอขึ้นพัฒนามาเพื่อช่วยเหลือผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการดึงดูดลูกค้าของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

2. ระบบที่นำเสนอขึ้นสนับสนุนการทำงานของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันในด้านการช่วยเหลือการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตนอกของผู้ใช้บริการ นอกจากนั้นทางนวัตกรรมระบบนั้นส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่เป็นการพัฒนาการทำงานของผู้ใช้บริการในอีกทางหนึ่งเช่นเดียวกัน

3. ระบบที่นำเสนอขึ้นพัฒนามาในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดอุปกรณ์ และไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลด

5.3.2. จุดอ่อน (Weaknesses)

1. การที่นวัตกรรมระบบนั้นต้องอาศัยข้อมูลเว็บไซต์จากลูกค้า ส่งผลให้การทำงานในระยะแรกนั้นเกิดปัญหาในการใช้งาน เนื่องจากมีข้อมูลเว็บไซต์ภายในระบบที่นำเสนอไม่เพียงพอ

2. การที่เป็นบริษัทที่ก่อตั้งใหม่อาจจะเกิดปัญหาด้านความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ส่งผลให้ให้น่าเสนอขายระบบที่นำเสนอขึ้นเป็นไปได้ยาก

5.3.3. โอกาส (Opportunities)

1. การเติบโตของการเปิดออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อตอบสนองกระแสแรงงานในรูปแบบการรับงานอิสระหรือฟรีแลนซ์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันในตลาดออฟฟิศร่วมแบ่งปันมากขึ้น

2. กระแสการทำงานนอกสถานที่ที่มีการเติบโตอย่างมากจากการเกิดจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้นอกจากฟรีแลนซ์แล้ว ข้าราชการ และพนักงานประจำ มีแนวโน้มที่จะต้องหารหาสถานที่สำหรับการทำงานนอกจากบ้านสูงขึ้น

5.3.4. อุปสรรค (Threats)

1.สถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่อาจส่งผลให้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดเล็กและขนาดกลางต้องทำการปิดตัวลงเนื่องจากต้องมียกจ่ายสูงขึ้น และรายได้ลดลงเนื่องจากการดำเนินงานตามมาตรการควบคุมโรคที่มีการจำกัดผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

2.มุมมองการเลือกสถานที่ในการทำงานของคนไทยที่ให้ความสำคัญกับการทำงานภายในร้านค้าแฟ การทำงานที่บ้าน และการทำงานในสถานที่ทำงานที่สามารถใช้งานได้ฟรี มากกว่าการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

5.4. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix / 4Ps)

5.4.1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด นั้นประกอบธุรกิจในรูปแบบ B2B โดยทำการเสนอขายเว็บแอปพลิเคชันให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทเรานั้นอยู่ในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน และมีผู้ใช้บริการหลักของคือผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ผลิตภัณฑ์นั้นช่วยทำการสนับสนุนการทำงานของผู้ใช้บริการ โดยการแนะนำเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจ นอกจากนี้ยังมีฟังก์ชันการทำงาน ในการสนับสนุนการทำงานของผู้ใช้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การรีวิวเว็บไซต์ การติดตามเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้อง ระบบสะสมคะแนนเพื่อรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถใช้งานได้ทั้งในรูปแบบสมาชิกที่สามารถใช้งานฟังก์ชันการทำงานได้ทั้งหมด และรูปแบบไม่ทำการสมัครสมาชิกที่สามารถใช้งานแนะนำเว็บไซต์ได้แต่มีการจำกัดฟังก์ชันการทำงานบางส่วน

5.4.2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ทางระบบที่นำเสนอใช้นั้นใช้การตั้งราคาในรูปแบบ Subscription Model และ Ad-based Revenue model โดยในส่วนของ Subscription Model นั้นทำการทำสัญญาในรูปแบบ 1 ปี โดยให้ทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันสามารถทดลองใช้งานได้ก่อน 3 เดือนจากนั้นจึงเก็บค่าบริการรายเดือนเดือนละ 1,500 บาทตามราคาเฉลี่ยของเว็บแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจบริการ จนครบสัญญาเช่าส่วนของ Ad-based Revenue model นั้นแบ่งราคาออกตามความนิยมของหน้าต่างเว็บแอปพลิเคชัน โดยแบ่งออกตามขนาดของBanner รูปแบบของBanner และความนิยมของหน้าเว็บแอปพลิเคชัน

ตั้งแต่ราคา 1,500 บาท จนถึง 5,000 บาท และการรับงานโฆษณาให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรง

5.4.3. กลยุทธ์ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)

ทางบริษัทผู้นำเสนอซอฟต์แวร์นั้นจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรงผ่านพนักงานขายในรูปแบบของ Direct Sales โดยใช้เว็บไซต์ที่ได้จัดตั้งขึ้น และ E-mail เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อหลักในการติดต่อระหว่างออฟฟิศร่วมแบ่งปันและบริษัท เพื่อการบริการ หลังการขายและการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ กระทำได้โดยง่าย

5.4.3. กลยุทธ์ด้านโปรโมชั่น (Promotion)

บริษัทใช้รูปแบบการจัดทำโปรโมชั่นในรูปแบบการติดต่อออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรงเพื่อนำเสนอถึงรายละเอียดของระบบ ข้อดี ข้อด้อย และนำเสนอถึงบริการหลังการขายให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรงพร้อมทั้งเสนอการทดลองใช้ให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้รับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากนวัตกรรมระบบผ่านทางเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับฟรีแลนซ์ โซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ของบริษัท

5.5. กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด STP Analysis

5.5.1. การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)

ทางผู้วิจัยแบ่งกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับระบบที่ต้องกรทำสอบออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.กลุ่มลูกค้าของระบบ ทางเรานั้นแบ่งออฟฟิศร่วมแบ่งปันตามขนาดการรองรับผู้ใช้บริการสูงสุดแบ่งออกเป็นออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดเล็กที่รองรับผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้ต่ำกว่า 50 คน ออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดกลางที่รองรับผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้ 50 -100 คน และออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดใหญ่ที่รองรับผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้มากกว่า 100 คน

2.กลุ่มผู้ใช้บริการระบบ ทางเรานั้นแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการนวัตกรรมระบบออกเป็นแรงงานที่มีการไม่เคยมีใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และแรงงานที่มีการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

5.5.2. ตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Target)

1.กลุ่มเป้าหมายหลักของระบบเรานั้น คือกลุ่มผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดเล็ก และขนาดกลาง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องการความแตกต่างเพื่อทำการดึงดูดผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ต้องการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันภายในธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันของตนเองให้สูงขึ้น และมีกลุ่มผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดใหญ่เป็นเป้าหมายรอง ซึ่งสามารถใช้งานระบบได้เช่นเดียวกัน

2.กลุ่มผู้ใช้บริการระบบ กลุ่มผู้พัฒนานั้นให้ความสนใจกับแรงงานที่เคยใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเป็นเป้าหมายหลักโดยการสนับสนุนการทำงาน และกลุ่มแรงงานที่มีการไม่เคยมีใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันเป็นเป้าหมายรองโดยการดึงดูดให้มีความสนใจในการใช้งานนวัตกรรมระบบในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

5.5.3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

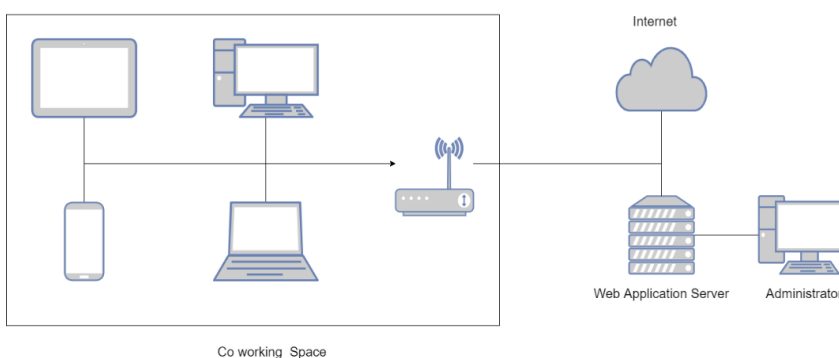
ทางเรานั้นตั้งเป้าหมายในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด โดยตั้งเป้าหมายว่า ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือการทำงานของผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันมากที่สุด และขยายจับมือกับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่าง ๆ โดยไม่จำกัดอยู่ที่ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งใดแห่งหนึ่ง



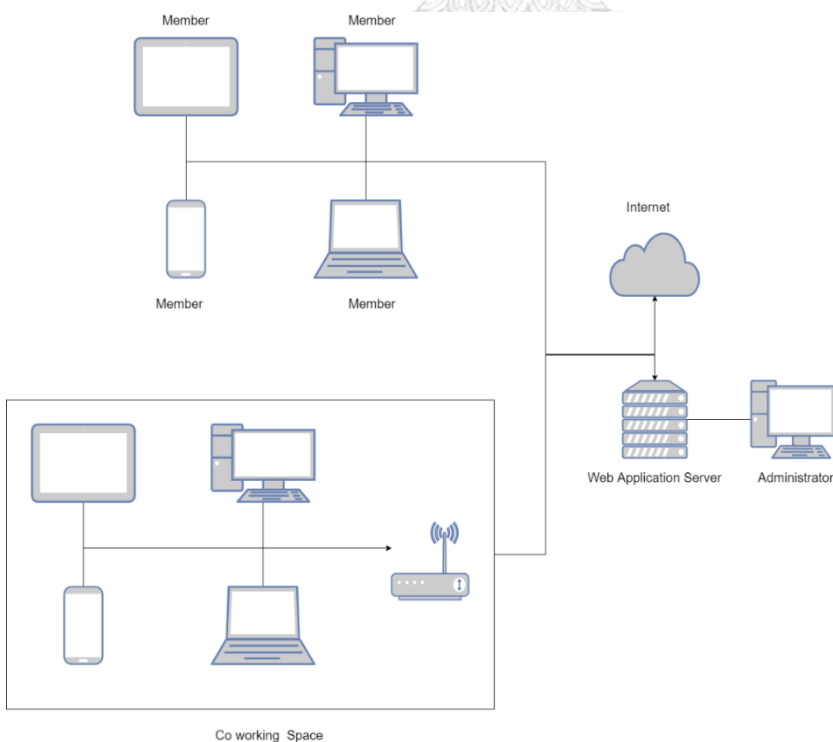
ภาพที่ 5.6.การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

5.6. แบบจำลองการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19

จากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานจากการใช้งานระบบนวัตกรรมที่ใช้งานได้ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันเท่านั้น มาเป็นในรูปแบบที่ให้ผู้ใช้สมาชิกกับทางระบบสามารถใช้งานระบบนวัตกรรมได้จากนอกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยสามารถใช้งานได้ในทุกฟังก์ชันการทำงาน ในส่วนของการแลกเปลี่ยนรางวัลจะสามารถและและนำไปใช้ได้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันเท่านั้น ดังภาพที่ 5.7. และ 5.8.



ภาพที่ 5.7. แบบจำลองการทำงานก่อนสถานการณ์ โรคระบาด Covid-19



ภาพที่ 5.8. แบบจำลองการทำงานภายใต้สถานการณ์โรคระบาด Covid-19

5.7. แบบจำลองธุรกิจ (Business model canvas)

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
ออฟฟิศรวมแบ่งปัน ขนาดเล็กและขนาด กลาง ผู้เช่าใช้งานออฟฟิศ รวมแบ่งปัน	ระบบการค้นหาเว็บไซต์ ฐานข้อมูลเว็บไซต์	สร้างความแตกต่างให้ กับ Co-working space โดยเล่นระบบ การค้นหาเว็บไซต์จาก ประสบการณ์ของผู้ใช้ งานออฟฟิศรวมแบ่งปัน ให้กันผู้ใช้งานออฟฟิศ รวมแบ่งปันเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการ ทำงานของผู้ใช้งาน	ติดต่อกับทางออฟฟิศรวม แบ่งปันเพื่อขอผลตอบรับ ช่วยทางออฟฟิศรวมแบ่ง ปันเพื่อการพัฒนาในด้าน อื่น ๆ แก้ปัญหาทางเทคนิคที่ เกี่ยวข้อง	ออฟฟิศรวมแบ่งปัน ขนาดเล็กและขนาด กลาง ออฟฟิศรวมแบ่งปัน ขนาดใหญ่
	Key Resource		Channels	
	User generated content Promotion Web application		เว็บแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ ติดต่อผ่านตัวแทนขาย	
Cost Structure		Revenue Streams		
R&D Salary	Sales & Marketing Web server	Maintenance	Subscription model Advertising Revenue Model	

ภาพที่ 5.9. แบบจำลองธุรกิจ Business model canvas

5.6.1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

ทำการแบ่งลูกค้าของนวัตกรรมออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ออฟฟิศรวมแบ่งปันขนาดเล็กและขนาดกลาง

ออฟฟิศรวมแบ่งปันขนาดเล็ก (รองรับผู้ใช้งานต่ำกว่า 50 คน) และขนาดกลาง (รองรับผู้ใช้งาน 50-100 คน) ซึ่งออฟฟิศรวมแบ่งปันในรูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่มีแนวโน้มเข้ามาใช้งานนวัตกรรมมากที่สุดเนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องการที่จะพัฒนาออฟฟิศรวมแบ่งปันของตนเองเพื่อทำการแข่งขันกับออฟฟิศรวมแบ่งปันแห่งอื่น

2. ออฟฟิศรวมแบ่งปันขนาดใหญ่

ออฟฟิศรวมแบ่งปันขนาดใหญ่ (รองรับผู้ใช้งานมากกว่า 100 คน) ซึ่งออฟฟิศรวมแบ่งปันในกลุ่มนี้นั้นถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายรองของนวัตกรรมเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันอยู่แต่สามารถพัฒนาเพื่อเพิ่มเติมได้

5.6.2. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)

1. ติดต่อกับทางออฟฟิศรวมแบ่งปันเพื่อการตรวจสอบ ผลตอบรับของผู้ใช้บริการ เพื่อดูผลจากการใช้งานของผู้ใช้บริการออฟฟิศรวมแบ่งปัน

2.สนับสนุนการพัฒนาออฟฟิศร่วมแบ่งปันในด้านอื่น ๆ

3.แก้ปัญหาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับระบบการค้นหา

5.6.3.ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels)

โดยสร้างช่องทางการติดต่อกับออฟฟิศร่วมแบ่งปันและผู้ใช้บริการผ่าน 2 ช่องทางทั้งในรูปแบบของออนไลน์และออฟไลน์

1.ออนไลน์: โดยทำการติดต่อกับผู้ใช้บริการและออฟฟิศร่วมแบ่งปันผ่านทางเว็บไซต์ และเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อทำการแก้ไขปัญหาและเป็นการสื่อสารกับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันและผู้ใช้บริการ

2.ออฟไลน์: นอกจากการติดต่อกับออฟฟิศร่วมแบ่งปันแล้วการติดต่อผ่านตัวแทนก็เป็นอีกรูปแบบของการรักษาความสัมพันธ์กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

5.6.4.การกำหนดคุณค่าสินค้า (Value Propositions)

1.สร้างความแตกต่างให้กับ Co-working Space โดยเสนอระบบการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันให้กับผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้บริการ

5.6.5.ทรัพยากรหลัก (Key Resource)

การที่จะทำให้ธุรกิจนั้นดำเนินต่อไปได้ต้องอาศัยทรัพยากรที่จำเป็นดังต่อไปนี้

1. User generated content การที่ให้ทางผู้ใช้บริการนั้นทำการเสนอเว็บไซต์ให้กับทางระบบเพื่อทำให้ระบบสามารถขยายฐานข้อมูลเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาตรงกับผู้ใช้บริการและเป็นการพัฒนาการแนะนำในอีกทางหนึ่ง

2.Promotion การที่จะดึงดูดผู้ใช้บริการให้ทำการส่งเว็บไซต์ให้กับทางระบบได้นั้นจำเป็นต้องอาศัย Promotion ของออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อเป็นการให้รางวัลกับการกระทำของผู้ใช้บริการ

3. Web application การที่จะพัฒนาระบบนั้นให้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องทำการลงโปรแกรมเพิ่มเติมที่อุปกรณ์ของผู้ใช้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้องพัฒนาโปรแกรมในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์บนเว็บ (Web application)

5.6.6. กิจกรรมหลัก (Key Activities)

การพัฒนาระบบให้สามารถทำการแนะนำเว็บไซต์ให้กับผู้ใช้บริการแต่ละคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาฐานข้อมูลเว็บไซต์ให้มีจำนวนเว็บไซต์ในฐานข้อมูลมากขึ้นและมีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ

5.6.7. พันธมิตรในธุรกิจ (Key Partners)

1. Co-working Space ที่นอกจากเป็นลูกค้าแล้วนั้นยังเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับทางธุรกิจ เนื่องจากการที่ผู้ใช้บริการจะทำการส่งเว็บไซต์ให้กับทางระบบ นั้นจำเป็นต้องอาศัยแรงจูงใจในรูปแบบของ Promotion ที่ได้รับจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

2. ผู้เช่าใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยเป็นอีกหนึ่งพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญอีกตัวหนึ่ง เนื่องจากการที่จะขยายฐานข้อมูลเว็บไซต์ที่จะนำมาจำเป็นต้องอาศัยผู้ใช้บริการในการสร้าง Content ใหม่ ๆ ให้กับทางระบบ

5.6.8. รายได้ (Revenue Streams)

Advertising Revenue Model: รายได้มาจากการขายพื้นที่ในการโฆษณาภายในหน้าเว็บแอปพลิเคชันของทางระบบเราและการโฆษณาให้กับออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

Subscription model: รายได้จากค่าบริการเว็บแอปพลิเคชันให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

5.6.9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ทางผู้วิจัยได้แบ่งรายจ่ายออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจ

R&D: ค่าใช้จ่ายด้านการพัฒนาโปรแกรม

Marketing: ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด

2. ค่าใช้จ่ายรายเดือน

Salary: ค่าใช้จ่ายในการจ้างงานพนักงาน

Web server: ค่าใช้จ่ายในการเช่า Server

Sales and Marketing: ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด

Maintenance: ค่าใช้จ่ายในการดูแลและปรับปรุงระบบ

Miscellaneous: ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด



บทที่ 6

ความเป็นไปได้ทางการเงิน

6.1. ที่มาของแหล่งทุน

บริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด นั้นเริ่มต้นโดยใช้เงินลงทุนจากเจ้าของ และเพื่อนร่วมลงทุน 1,000,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของ 500,000 บาท และ ผู้ร่วมลงทุน 2 ราย รายละ 250,000 บาท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.2. ประเมินการโครงสร้างรายได้ ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ทางผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการทำประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้ ทำการจดทะเบียนบริษัทในรูปแบบของธุรกิจ SME ขนาดย่อม ผลิตภัณฑ์หลักคือการทำบริการเว็บแอปพลิเคชันเพื่อช่วยเหลือออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ในส่วนของรายได้ของธุรกิจเบื้องต้นนั้นมีรายได้จาก 2 ทางคือ 1. Subscription Revenue Model โดยการนำเสนอเว็บแอปพลิเคชันให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรงการขายในรูปแบบ B2B ที่ทำสัญญาในรูปแบบปีต่อปี นอกจากนั้นยังมีการทดลองให้ทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันสามารถใช้งานได้ฟรี 2. Ad-Based Revenue Model ขายโฆษณาในรูปแบบของ Banner และการขายโฆษณาให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรง โดยมีสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. บริษัทเริ่มต้นด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยมีเงินสดเพื่อเป็นเงินทุนสำรองและเงินทุนหมุนเวียนเป็นจำนวน 600,000 บาท
2. บริษัทมีสินทรัพย์รวมมูลค่า 400,000 โดยแบ่งออกเป็นสินทรัพย์สินทรัพย์มีตัวตนมูลค่า 100,000 ได้แก่ โน้ตบุ๊ก โดยทำการจัดซื้อให้กับพนักงาน 2 คน ในราคา 30,000 บาทต่อเครื่อง และค่าอุปกรณ์เบ็ดเตล็ด 40,000 บาท ในส่วนของสินทรัพย์สินทรัพย์ไม่มีตัวตนนั้นอยู่ในรูปแบบของการพัฒนาโปรแกรม มูลค่า 300,000 บาท โดยสินทรัพย์ทั้ง 2 รูปแบบนั้นใช้การหักค่าเสื่อมในรูปแบบเส้นตรงในระยะเวลา 5 ปี ตามตารางที่ 6.1
3. กำหนดรายได้จากการค่าสมาชิก Co-working space เดือนละ 1500 บาท โดยมีออฟฟิศร่วมแบ่งปันเป็นสมาชิก 12 แห่งในปีแรก นอกจากนั้นมีรายได้เฉลี่ยจากค่าโฆษณาพื้นที่หน้าแรก พื้นที่หน้าสอง และค่าโฆษณาจากออฟฟิศร่วมแบ่งปัน โดยตรงคิดเป็น ปีละ 200,000 125,000 และ 150,000 ตามลำดับ ตามตารางที่ 6.2

4. กำหนดค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าสาธารณูปโภคเดือนละ 5,000 บาท และค่าเช่าอาคารสถานที่ / ค่าเช่า Server เดือนละ 13,000 บาท โดยมีอัตราการเติบโตของค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นปีละ 5%

5. กำหนดค่าใช้จ่ายในการตลาด ค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษา และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (SGA) คิดเป็น 10% ของรายได้ทั้งหมด

6. กำหนดอัตรากำไรที่ 20%

7. ในปีที่กำลังทำการแบ่งกำไรที่ได้ให้กับผู้ร่วมลงทุน 40%

8. กำหนดจ้างพนักงานในตำแหน่งผู้ดูแลเว็บไซต์โดยมีค่าจ้าง 20,000 บาท 1 คน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาด 20,000 บาท 1 คน โดยกำหนดให้มีการเติบโตของเงินเดือนอยู่ที่ 5% นอกจากนี้จ้างงานนักพัฒนาซอฟต์แวร์ในรูปแบบของการจ้างงานภายนอกโดยมีค่าจ้าง 25,000 บาท 1 คน เพื่อทำการพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นเวลา 1 ปี จากนั้นจึงจ้างงานเพื่อทำการพัฒนาและแก้ไขโดยเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง ตามตารางที่ 6.3 และตารางที่ 6.4

ตารางที่ 6.1 ตารางค่าตัดจำหน่ายและค่าเสื่อม

รายการ	มูลค่า ก่อนหัก ค่าเสื่อม	ค่าเสื่อม ต่อปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์ สำนักงาน+ คอมพิวเตอร์	100,000	20,000	80,000	60,000	40,000	20,000	0
Intangible Assets (R&D)	300,000	60,000	240,000	180,000	120,000	60,000	0
รวม	400,000	80,000	320,000	240,000	160,000	80,000	0

ตารางที่ 6.2 ตารางรายได้รวมต่อปี

	รายได้ต่อปี	จำนวน	รายได้รวมต่อปี
รายได้จากค่าสมาชิก Co-working Space	18,000	12	216,000
รายได้จากค่าโฆษณา พื้นที่หน้าแรก	200,000	1	200,000
รายได้จากค่าโฆษณา พื้นที่หน้าสอง	125,000	1	125,000
รายได้จากค่าโฆษณา จากออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	150,000	1	150,000

ตารางที่ 6.3 ค่าจ้างพนักงานประจำ

Human Resource	Estimated Salary (THB)
Admin (Full-time) x1	20,000
Marketing (Full-time) x1	20,000
Total (per month)	40,000

ตารางที่ 6.4 ค่าจ้างพนักงานภายนอก

Human Resource	Estimated Salary (THB)
Dev/IT (Outsource) x1	25,000
Total (per year)	50,000

6.3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 6.5 งบกำไรขาดทุน

Item	Year	Year	Year	Year	Year
Revenue	1	2	3	4	5
รายได้จากออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Revenue from Co-working Space)	216,000	259,200	311,040	373,248	447,898
ค่าโฆษณาหน้าแรก (Revenue from Ad. 1st page)	200,000	240,000	288,000	345,600	414,720
ค่าโฆษณาหน้าหลัง (Revenue from Ad. 2nd page)	125,000	150,000	180,000	216,000	259,200
ค่าโฆษณาออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Revenue from Ad. Co-working Space)	150,000	180,000	216,000	259,200	311,040
Revenue	691,000	829,200	995,040	1,194,048	1,432,858
Expense	1	2	3	4	5
เงินเดือน (Full-time salary)	480,000	504,000	529,200	555,660	583,443
ค่าจ้างบุคคลภายนอก (Outsource cost)	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
ค่าตัดจำหน่าย (Amortization)	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
COGS	565,000	589,000	614,200	640,660	668,443
ค่าใช้จ่ายในการขาย และ การบริหารจัดการ (SGA)	69,100	82,920	99,504	119,405	143,286
ค่าเสื่อม (Depreciation)	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าสาธารณูปโภค (Water Electricity and Utilities)	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930
ค่าเช่าสำนักงาน/Server (Office/Server Rental)	156,000	163,800	171,990	180,590	189,619
กำไรหลังหักต้นทุนขาย (EBIT)	(204,100)	(114,520)	(1,804)	138,936	313,579
ภาษี (Tax 20%)	(40,820)	(22,904)	(361)	27,787	62,716
กำไรสุทธิ (EAT, NI)	(163,280)	(91,616)	(1,443)	111,149	250,864
การจ่ายเงินปันผล (Dividend Payment)	0	0	0	44,460	100,345
กำไรสะสม (Addition to Retained Earning)	(163,280)	(91,616)	(1,443)	66,689	150,518

6.4. งบดุล

ตารางที่ 6.6 งบดุล

Balance Sheet (THB)	2563	2564	2565	2566	2567	2568
สินทรัพย์ (Assets)						
เงินสด (Cash)	600,000	535,900	501,380	579,937	726,626	957,144
สินทรัพย์หมุนเวียนทั้งหมด (Total Current Assets)	600,000	535,900	501,380	579,937	726,626	957,144
สินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets)						
สินทรัพย์ถาวรข้างต้น (Gross Fixed Assets)	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าเสื่อมสะสม (Accumulated Depreciation)	-	20,000	40,000	60,000	80,000	100,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ (Net Fixed Assets)	100,000	80,000	60,000	40,000	20,000	-
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (Intangible Assets)	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าตัดจำหน่ายสะสม (Accumulated Amortization)	-	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ (Net Intangible Assets)	300,000	240,000	180,000	120,000	60,000	-
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ (Total Fixed Assets)	400,000	320,000	240,000	160,000	80,000	-
สินทรัพย์รวม (Total Assets)	1,000,000	855,900	741,380	739,937	806,626	957,144

ตารางที่ 6.6 งบดุล(ต่อ)

Balance Sheet (THB)	2563	2564	2565	2566	2567	2568
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น Liabilities and Equity						
หนี้ค่าน้ำ ค่าไฟ (Water and Electricity)	-	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
หนี้สินหมุนเวียนสุทธิ (Total Current Liabilities)	-	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น Equity						
ทุนจดทะเบียน (Paid up capital)	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
กำไร ขาดทุนสะสม (Retained Earning)	-	(204,100)	(318,620)	(320,063)	(253,374)	(102,856)
ส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ (Total Equity)	1,000,000	795,900	681,380	679,937	746,626	897,144
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Liabilities and Equity)	1,000,000	855,900	741,380	739,937	806,626	957,144

6.5. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 6.7 งบกระแสเงินสด

Cash Flow Statement	2563	2564	2565	2566	2567
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash Flow from Operation)					
รายได้สุทธิ (Net Income)	(204,100)	(114,520)	(1,443)	111,149	250,864
ค่าเสื่อม (Depreciation)	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าตัดจำหน่าย (Amortization)	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ยอดคงค้าง เพิ่มขึ้น (Increase Accruals)	60,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (Net Cash Flow from Operation)	(64,100)	(34,520)	78,557	191,149	330,864
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน (Cash Flow from Financing)					
การจ่ายเงินปันผล (Dividend Payment)	0	0	0	(44,460)	(100,345)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินสุทธิ (Net Cash Flow from Financing)	0	0	0	(44,460)	(100,345)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	(64,100)	(34,520)	78,557	146,689	230,518

6.6. บทสรุปทางการเงิน

ตารางที่ 6.8 บทสรุปทางการเงิน

	2563	2564	2565	2566	2567	2568
กระแสเงินสดของโครงการ (Project Cash Flow)	(40,000)	(124,100)	(34,520)	78,557	191,149	270,864
Cumulative Cash Flow	(40,000)	(164,100)	(198,620)	(120,063)	71,086	341,949
NPV	79,108.4					
IRR	34.74%					
MIRR	29.66%					
Payback Period (Years)	3.63					
WACC	20.00%					
kd	0.0%					
ke	20.0%					
Wd	0.00					
We	1.00					
tax rate	20%					

จากผลการศึกษาด้านการเงินพบว่า ค่า NPV มีค่าเท่ากับ 79,108.4 บาท IRR 34.74% MIRR 29.66% โดยมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 3.63 ปี จากค่าที่นำมาทั้งค่า NPV IRR MIRR ทั้งหมดที่ได้มามีค่าเป็นบวกจึงกล่าวได้ว่าโครงการนี้มีความน่าลงทุน ดังตารางที่ 6.8

6.7. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

ทางผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวในแต่ละสถานการณ์โดยทำแบ่งออกตามมูลค่าเฉลี่ยของโครงการเป็น 3 สถานการณ์ดังตารางที่ 6.9

1. สถานการณ์แย่ กำหนดอัตราการเติบโตของโครงการ 15% รายได้เฉลี่ยของโครงการมีค่าทั้งหมด 1.2 ล้านบาท

2.สถานการณ์ปกติ กำหนดอัตราการเติบโตของโครงการ 20% รายได้เฉลี่ยของโครงการมีค่าทั้งหมด 1.4 ล้านบาท

3.สถานการณ์ดี กำหนดอัตราการเติบโตของโครงการ 25% รายได้เฉลี่ยของโครงการมีค่าทั้งหมด 1.6 ล้านบาท

ตารางที่ 6.9 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

Scenario	Best case	Base Case	Worst Case
อัตราการเติบโต	25%	20%	15%
รายได้เฉลี่ยของโครงการ	1.6 ล้านบาท	1.4 ล้านบาท	1.2 ล้านบาท
NVP	263,526.3 บาท	79,108.4 บาท	-90,911.1บาท
IRR	61.84%	34.74%	-1.63%
Payback Period (ปี)	3.09	3.63	มากกว่า 5 ปี

6.8. การบริหารความเสี่ยง

ทางผู้วิจัยได้ทำการประเมินความเสี่ยงและปัญหาที่จะพบได้ในการดำเนินการของบริษัท โดยทำการประเมินความเสี่ยงใน 5 ด้าน Operational Risks Production Risks Marketing Risks Industry Risks และ Financial Risks เพื่อประเมินผลกระทบของที่มีต่อบริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด จากนั้นทำการเตรียมกลยุทธ์การรับมือผลกระทบเพื่อทำเตรียมตัวรับมือป้องกันผลกระทบในแง่มุมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินการของบริษัท โดยทางผู้วิจัยได้สรุปไว้ในตารางที่ 6.10

ตารางที่ 6.10 การบริหารความเสี่ยง

รูปแบบความเสี่ยง	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	กลยุทธ์การรับมือ
Operational Risks	การขาดประสิทธิภาพของผู้บริหาร	ทำให้เกิดการบริหารจัดการที่ผิดพลาดซึ่งจะส่งผลเสียต่อธุรกิจโดยรวม	พัฒนาความสามารถของผู้บริหาร โดยวิธีการต่างๆ เช่นการจ้างผู้ให้คำปรึกษาภายนอก
Production Risks	ระบบมีปัญหาจากการไม่สามารถให้บริการผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ทำให้ผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันพบกับปัญหาในการใช้งาน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการไม่ใช้งานระบบอีก	ทำการพัฒนาระบบเพิ่มเติมเพื่อให้รองรับผู้ใช้บริการได้มากขึ้น
Marketing Risks	มีออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่มีความสนใจสมัครเป็นสมาชิกน้อย	ทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันไม่เห็นถึงความสำคัญของระบบ	ทำการประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญของระบบที่มีต่อออฟฟิศร่วมแบ่งปันและเสนอให้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันทดลองใช้งาน
Industry Risks	ตัวธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีปัญหาการหดตัวของกิจการมากขึ้น	การขยายตัวของธุรกิจที่โตตามการเติบโตของออฟฟิศร่วมแบ่งปันจะมีการลดลงตาม	ทำการเตรียมตัวออกจากธุรกิจโดยส่งต่อนวัตกรรมให้กับออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่ให้ความสนใจ
Financial Risks	รายได้และกำไรน้อยกว่าที่ประมาณการเอาไว้	ธุรกิจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน	ทำการหาเงินทุนเพิ่มเติมจาก ธนาคาร หรือการระดมทุนเพื่อรักษาสภาพคล่องทางการเงิน

บทที่ 7

ผลสรุปงานวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 3 ปัจจัยเป็นหลัก คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ สถานที่ตั้ง และ สิ่งอำนวยความสะดวกในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน นอกจากนี้ปัญหาที่พบในการหาข้อมูลที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่พบมี 3 ประเด็นหลักคือ เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ขาดความทันสมัย เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ขาดความน่าเชื่อถือ และเว็บไซต์ที่ค้นหาได้ขาดความน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยได้สอบถามความต้องการของผู้ให้บริการในด้านฟังก์ชันการทำงาน ผู้ให้บริการให้ความสนใจใน 3 ด้าน ได้แก่ การประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ระบบการค้นหาข้อมูลตาม Keyword และการเรียกดูหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการได้ทันที จากนั้น ทางผู้วิจัยสอบถามความสนใจของผู้ให้บริการหากมีนวัตกรรมนี้จริง จากผลสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ให้บริการให้ความสนใจในนวัตกรรมเป็นส่วนมาก

จากผลจากแบบสอบถามที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้พัฒนาออกแบบระบบการทำงานพื้นฐานของนวัตกรรมโดยมีดังต่อไปนี้ ระบบสมัครสมาชิก ระบบ Login ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับอัตโนมัติภายในศาสตร์ที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจ ระบบการค้นหาเว็บไซต์ในระบบ ระบบการติดตามเว็บไซต์ในระบบ ระบบรับการเสนอเว็บไซต์จากผู้ใช้งาน และระบบคะแนนและการแลกเปลี่ยนรางวัลจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ในส่วนของประโยชน์ที่จะได้รับการใช้นวัตกรรมสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ด้านผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ในส่วนของผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นทางนวัตกรรมจะทำการช่วยคัดกรองและนำเสนอเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือและตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน ส่งผลให้ผู้ให้บริการสามารถหาข้อมูลและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น และ ด้านผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้นนวัตกรรมที่นำเสนอเป็นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพื่อช่วยในการดึงดูดผู้ให้บริการในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้พัฒนานวัตกรรมตามที่ได้กล่าวในข้างต้น ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามการยอมรับในนวัตกรรม ซึ่งผลตอบรับจากผู้ใช้งานนั้นเป็นไปในทางที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน รับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ และให้ความสนใจต่อนวัตกรรมนี้ ทางผู้วิจัยได้

สังเกตเห็นถึงความเป็นไปได้ในการใช้งานนวัตกรรมดังกล่าว แต่ในด้านการยอมรับนวัตกรรมจากทางผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันนั้น เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันหลายแห่งปิดทำการในช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้ทางผู้วิจัยไม่สามารถติดต่อสอบถามไปยังผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้ ทางผู้วิจัยจึงยึดถือความเห็นของผู้ใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเป็นหลักหากในอนาคตมีการวิจัยต่อยอดเพิ่มเติมจากงานวิจัยชิ้นนี้ ทางผู้วิจัยขอเสนอให้มีการสอบถามการยอมรับนวัตกรรมจากผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพิ่มเติม

จากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ส่งผลต่อธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในแง่ของอุปสรรค เช่น การปิดตัวลงชั่วคราวตามมาตรการป้องกันโรค จำนวนของผู้ใช้บริการที่ลดลงอย่างมากจากความกังวลในการรวมตัว การหดตัวของเศรษฐกิจไทยโดยรวมที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การทำงานของแรงงานบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงไปใช้การทำงานในรูปแบบของ Work from Home มากขึ้นตามมาตรการป้องกันโรคส่งผลให้บุคลากรทั่วไปมีความเคยชินกับการทำงานนอกบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาโอกาสของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันภายหลังสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 แล้วจะเห็นได้ว่าการทำงานในรูปแบบของ Work from Home ที่ได้รับความนิยมในการทำงานมากขึ้นนั้น เป็นส่วนที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรมีแนวโน้มในการหาสถานที่ทำงานใหม่ ๆ มากขึ้นนอกเหนือไปจากการทำงานที่บ้าน ซึ่งทางผู้วิจัยคาดว่า ไม่ว่าจะเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 หรือไม่ นวัตกรรมของผู้วิจัยย่อมก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกแก่ธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันอย่างสูง ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลดีต่อการดำเนินธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการรวมถึงการสร้างสังคมแห่งการเกื้อกูลใหม่ให้เกิดขึ้นบนโลกอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

จากนั้นทางผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น PEST Analysis, Five Force Model Analysis, SWOT และ 4Ps จากนั้นศึกษาเรื่องการปกป้องนวัตกรรมด้วยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและทำการจดทะเบียนบริษัท ทำการจดทะเบียนในชื่อ บริษัท โคเฮลเปอร์ จำกัด ในส่วนของรายได้นั้นมีที่มาจาก 2 ช่องทางหลักคือ รายได้จากค่าสมัครสมาชิกของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน และรายได้ที่อยู่ในรูปโฆษณาทั้งในรูปแบบของ Banner และ โฆษณาจากทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันโดยตรง หลังจากนั้นทางผู้วิจัยได้ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน ได้ผลดังนี้ NPV 79,108.4 IRR 34.74% MIRR 29.66% และ Payback Period (Years) 3.63 ปี ค่าที่ได้มานั้นเป็นบวกซึ่งกล่าวได้ว่าโครงการนี้มีความน่าลงทุน

นอกจากการเสนอแนะด้านควรที่จะมีการสอบถามการยอมรับนวัตกรรมจากผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันแล้ว ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอเกี่ยวกับงานวิจัยเพิ่มเติมอีก 2 ประเด็นคือ 1. ควรศึกษา

ปัจจัยในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันเพิ่มเติมโดยทำการศึกษาถึงสาเหตุที่ทางผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันแทนที่จะทำการเลือกใช้งานในร้านกาแฟ หรือการทำงานที่บ้านเพิ่มเติมเป็นแนวคิดที่น่าสนใจ นอกจากนี้จะทราบถึงความคิดของผู้ใช้งานแล้ว ยังสามารถนำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาเป็นแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานให้เข้าใช้บริการในออฟฟิศร่วมแบ่งปันได้ และ 2. นอกจากฟังก์ชันการทำงานหลักที่ทางผู้วิจัยได้พัฒนาแล้วนั้น ยังมีอีกหลายฟังก์ชันที่น่าสนใจในการพัฒนาระบบเพิ่มเติมเช่น ระบบการช่วยเหลือในการสร้างชุมชนภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ระบบแนะนำที่มีการพัฒนามากขึ้น ระบบค้นหาออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ระบบการจองออฟฟิศร่วมแบ่งปัน เป็นต้น ทางผู้วิจัยเชื่อว่าการพัฒนาดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ให้กับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปันด้านการสร้างความแตกต่าง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- AIS D.C. New Creative Centre For The New Generation. (n.d.). Retrieved July 22, 2020, from <https://aisdc.ais.co.th/>
- Blank, S. (2010, January 25). What's A Startup? First Principles [Online]. Retrieved from <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- Chan, J. K. H., & Zhang, Y. (2018). Sharing Space: Urban Sharing, Sharing a Living Space, and Shared Social Spaces. *Space and Culture*, 1-13.
- Chesbrough, H. W. (2006). The era of open innovation. *Managing innovation and change*, 127(3), 34-41.
- Cleverley, P. H., Burnett, S., & Muir, L. (2017). Exploratory information searching in the enterprise: A study of user satisfaction and task performance. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(1), 77-96.
- Colleoni, E., & Arvidsson, A. (2014). Knowledge sharing and social capital building. The role of co-working spaces in the knowledge economy in Milan. *Unpublished Report, Office for Youth, Municipality of Milan*.
- Coloso, K. (2016, January 11). How to Choose an Office for Your Business [Online]. Retrieved from <https://foundersguide.com/how-to-choose-an-office-for-your-business/>
- Coworker.com. (n.d.). Find A Coworking Space Near You. Retrieved July 22, 2020, from <https://www.coworker.com/>
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Dex, S., & Scheibl, F. (1999). Business performance and family-friendly policies. *Journal of general management*, 24(4), 22-37.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurs: Practice and principles*. New York: Harper and Row.

- Economic Intelligence Center ธนาคารไทยพาณิชย์. (2019). ภาพรวมเศรษฐกิจโลกปี 2019 และปี 2020 (ไตรมาส 4/2019): Economic Intelligence Center (EIC) [Online]. Retrieved from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/6345>
- Ellis, D. (1989). A behavioural approach to information retrieval system design. *Journal of documentation*, 45(3), 171-212.
- Ellis, D., Cox, D., & Hall, K. (1993). A comparison of the information seeking patterns of researchers in the physical and social sciences. *Journal of documentation*, 49(4), 356-369.
- Ellis, D., & Haugan, M. (1997). Modelling the information seeking patterns of engineers and research scientists in an industrial environment. *Journal of documentation*, 53(4), 384-403.
- Fastwork. (2018, September 10). ฟรีแลนซ์คืออะไร? สำคัญอย่างไรกับธุรกิจยุคปัจจุบัน. Retrieved July 22, 2020, from <https://fastwork.co/blog/whatisfreelance/>
- Foertsch, C., & Cagnol, R. (2013). The History Of Coworking In A Timeline [Online]. Retrieved from <http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>
- Forbes Thailand. (2015, September 03). Hubba ผู้บุกเบิก Coworking Space ในไทย [Online]. Retrieved from <https://forbesthailand.com/news/other/hubba-%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B4%E0%B8%81-coworking-space-%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2.html>
- Freelancing in America: 2018 Survey. (2018). Retrieved July 22, 2020, from <https://www.upwork.com/i/freelancing-in-america/2018/>
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational behavior*, 26(4), 331-362.
- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *ephemera*, 15(1), 193.
- Gibson, V. (2003). Flexible working needs flexible space? *Journal of Property Investment & Finance*.
- Gibson, V. A., & Lizieri, C. M. (1999). New business practices and the corporate property portfolio: how responsive is the UK property market? *Journal of Property Research*, 16(3), 201-218.
- Global research reveals flexible working matters to employees. (2019). Retrieved July 22, 2020, from <https://www.iwgplc.com/global-workspace-survey-2019>

- Halder, S., Ray, A., & Chakrabarty, P. (2010). Gender differences in information seeking behavior in three universities in West Bengal, India. *The International Information & Library Review*, 42(4), 242-251.
- Jacobs, W., Amuta, A. O., & Jeon, K. C. (2017). Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among US adults. *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1302785.
- Johns, T., & Gratton, L. (2013). The third wave of virtual work. *Harvard business review*, 91(1), 66-73.
- Kehinde, A. A., Obi, S. A., Akinade, A. A., & Anyim, A. O. (2016). Information needs and seeking behaviour of masters' students in the faculty of communication and information sciences, University of Ilorin, Kwara State.
- Langkulsen, S. (2013). Thailand Invasion! เมื่อ coworking บุกไทยแลนด์! [Online]. Retrieved from <http://www.deskmag.com/th/thailand-invasion-coworking>
- Leckie, G. J., Pettigrew, K. E., & Sylvain, C. (1996). Modeling the information seeking of professionals: A general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers. *The Library Quarterly*, 66(2), 161-193.
- Nexus. (2019, February 26). เน็กซ์ซี ปี 2019 คือ ปีแห่งการก้าวกระโดดของธุรกิจ Co-Working Office [Online]. Retrieved from <https://nexus.co.th/news/%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B9%87%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%AA%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B9%89-%E0%B8%9B%E0%B8%B5-2019-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD-%E0%B8%9B%E0%B8%B5%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87/>
- Parrino, L. (2015). Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange. *Knowledge Management Research & Practice*, 13(3), 261-271.
- Pohler, N. (2011). Coworking 101: A new definition [Online]. Retrieved from <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-101-a-new-definition>
- Prototyping Model in Software Engineering: Methodology, Process, Approach. (n.d.) [Online]. Retrieved from <https://www.guru99.com/software-engineering-prototyping-model.html>
- Ricci, F., Rokach, L., & Shapira, B. (2011). Introduction to recommender systems handbook. In *Recommender systems handbook* (pp. 1-35): Springer.

- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*: Simon and Schuster.
- Rothwell, R. (1994). Towards the Fifth-generation Innovation Process. *International Marketing Review*, 11(1), 7-31. doi:10.1108/02651339410057491
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.
- Savolainen, R. (2012). Expectancy-value beliefs and information needs as motivators for task-based information seeking. *Journal of documentation*, 68(4), 492-511.
- Savolainen, R. (2018). Self-determination and expectancy-value: Comparison of cognitive psychological approaches to motivators for information seeking about job opportunities. *Aslib Journal of Information Management*, 70(1), 123-140.
- Sigaard, K. T., & Skov, M. (2015). Applying an expectancy-value model to study motivators for work-task based information seeking. *Journal of documentation*, 71(4), 709-732.
- Taylor, A. (2012). A study of the information search behaviour of the millennial generation. *Information research: an international electronic journal*, 17(1), n1.
- The World's First International Workspace Network. (n.d.). Retrieved July 22, 2020, from <https://www.plugin-ins.co/>
- Truespace. (n.d.). Retrieved July 22, 2020, from <https://www.truespaceth.com/>
- Vilar, P. (2015). Information behaviour of scholars. *Libellarium: journal for the research of writing, books, and cultural heritage institutions*, 7(1), 17-39.
- ชัยรัตน์, พ. (2010). การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร = *Innovation management for executives (IMEs)* /. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- ชุติमारพันธ์, ส. (2013). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ coworking space ในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished master's thesis). Thammasat University. Retrieved from http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:91512
- พันธ์พัฒน์, ป. (2017). พฤติกรรมการแสวงหาและความต้องการสารสนเทศ ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน [Online]. *วารสารวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์*, 23(1). Retrieved from <http://rilj.rsu.ac.th/journal/31/article/105>
- ราล์ฟ แคทซ์ และณัฐยา สตินตระการผล. (2006). การบริหารจัดการนวัตกรรม (*Managing creativity and innovation*) (พิมพ์ครั้งที่ 1): กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2549.

- วงศ์วิเศษ, อ. (2017). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปันในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(3). Retrieved 2017, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/vrurdihsjournal/article/view/107910>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2020). การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19... จุดเศรษฐกิจไทยปี 2563 เดือดต่ำสุดในรอบ 11 ปี (มองเศรษฐกิจ ฉบับที่ 3853) [Online]. Retrieved from <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/y3853.aspx>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2020). เศรษฐกิจไทยไตรมาส 1/2563 หดตัว 1.8%... คาดทั้งปีเศรษฐกิจไทยหดตัวราว 5.0% หากไม่มีการระบาดซ้ำ (มองเศรษฐกิจ ฉบับที่ 3864) [Online]. Retrieved from <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/y3864.aspx>
- สมประเสริฐศรี, แ. (2017). พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศเพื่อทำโครงการสารสนเทศศาสตร์ ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 10(1). Retrieved from <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jlis/issue/view/1031>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2007). นวัตกรรม (๑๗ กันยายน ๒๕๕๐) [Online]. Retrieved from <http://www.royin.go.th/?knowledges=%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%91%E0%B9%97%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%99-%E0%B9%92%E0%B9%95%E0%B9%95%E0%B9%90>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2017). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม [Online]. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=develop_issue
- อ่อนสี, จ. (2019, March 23). สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) [Online]. Retrieved from <https://www.mhesi.go.th/main/th/org/1511-nia.html>
- เดชะรินทร์, พ. (2017). Digital Nomad และ Workation: รศ.ดร.พสุ เดชะรินทร์ [Online]. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/642049>
- แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) [Online]. (2017). Retrieved from <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=12>
- แสงทองคำ, ว. (2018, November 24). Coworking Space (1) [Online]. Retrieved from <https://www.prachachat.net/opinion-column-3/news-255503>



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY





แบบสัมภาษณ์ผู้รับบริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

คำชี้แจง

ผม นาย ตติณณ์ อนุชาตระกูล นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง “นวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน” ท่านสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยภายใต้วิทยานิพนธ์นี้ โดยปราศจากผลเสียใด ๆ ต่อท่าน หากท่านยินยอมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยภายใต้วิทยานิพนธ์นี้ ทางผู้วิจัยขออนุญาต บันทึกเสียง และถ่ายภาพ เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ท่านนำเสนอและสามารถนำไปสู่การวิจัยที่สมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอให้การยืนยันว่า ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ และไม่มีการนำไปใช้หรือส่งต่อให้แก่หน่วยงานอื่น แต่ผลของการวิเคราะห์นั้นจะแสดงในรูปของรายงานวิจัยที่เป็นภาพรวมเท่านั้น อีกทั้งภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย ทางผู้วิจัยจะลบข้อมูลของท่านตลอดจนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับท่านในทันทีโดยไม่มีการนำไปใช้เพื่องานวิจัยอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน

นาย ตติณณ์ อนุชาตระกูล

หมายเหตุ วันที่สัมภาษณ์ _____

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย / หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 18 ปี / 19-25 ปี / 26-30 ปี / 30-40ปี /มากกว่า 40ปี
3. การศึกษาสูงสุด
ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. อาชีพของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน
นักเรียน/นักศึกษา อาชีพที่เกี่ยวข้องกับสังคมศาสตร์
อาชีพที่เกี่ยวข้องกับมนุษยศาสตร์ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ
อาชีพที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ประยุกต์ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์สุขภาพ
อาชีพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี/เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
อาชีพที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ อาชีพอื่น ๆ
5. ประสบการณ์การทำงาน 0-3 ปี / 3-5 ปี / 5-10 ปี /มากกว่า 10 ปี

ตอนที่ 2 ทำความรู้จักการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้งาน

6. สาเหตุที่เลือกทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันแทนที่จะเป็นสถานที่ทำงานรูปแบบอื่น (อย่างน้อย 3 สาเหตุ)
7. ท่านใช้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งล่าสุดในเขตใดของกรุงเทพมหานคร
8. สาเหตุในการเลือกออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งนี้ 3 ข้อ
9. เคยใช้ออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งอื่นมาก่อนหรือไม่
10. สาเหตุที่ท่านเปลี่ยนออฟฟิศร่วมแบ่งปัน 3 ข้อ
11. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งนี้ต่อ 3 ข้อ

12. ในการใช้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปันของท่านนั้นพบปัญหาในการใช้งานหรือไม่ หากมีท่านคิดว่าออฟฟิศร่วมแบ่งปันควรแก้ไขปัญหานี้อย่างไร

ตอนที่ 3 ทำความรู้จักกับกิจกรรมของผู้ใช้งานและแนวทางการพัฒนานวัตกรรม

13. รูปแบบของกิจกรรมที่ท่านกระทำภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (กลุ่ม/คนเดียว)

a. หากท่านทำงานในรูปแบบกลุ่ม กรุณาบอกแหล่งที่มาของสมาชิกกลุ่มของท่าน

14. กิจกรรมที่ท่านกระทำภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

a. กิจกรรมของท่านมีการใช้การค้นหาข้อมูลสารสนเทศหรือไม่

b. หากมีกิจกรรมของท่านใช้การค้นหาข้อมูลสารสนเทศเพื่อสาเหตุใด

15. เมื่อค้นหาข้อมูลสารสนเทศนอกจากความคาดหวังว่าจะได้เจอข้อมูลที่ต้องการท่านมีความคาดหวังในรูปแบบอื่นหรือไม่

16. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต และเหตุผลที่เลือกใช้

17. ปัญหาที่พบในการค้นหาสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต 3 ข้อ

18. ภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันที่ท่านทำงานมีระบบสนับสนุนกิจกรรมที่ท่านทำภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปันหรือไม่

19. ท่านต้องการการสนับสนุนในการทำกิจกรรมที่ท่านทำภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ด้านใด

20. หากท่านต้องการ ท่านต้องการการสนับสนุนในรูปแบบใด

21. หากท่านไม่ต้องการ กรุณาบอกสาเหตุที่ท่านไม่ต้องการ

22. ท่านต้องการระบบช่วยสนับสนุนการค้นหาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปันหรือไม่

23. หากท่านต้องการ ท่านต้องการการสนับสนุนการค้นหาข้อมูลในรูปแบบใด

24. หากท่านไม่ต้องการ กรุณาบอกสาเหตุที่ท่านไม่ต้องการ



แบบสัมภาษณ์ผู้ให้บริการออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

คำชี้แจง

ผม นาย ตติณณ์ อนุชาตระกูล นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง “นวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน” ท่านสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยภายใต้วิทยานิพนธ์นี้ โดยปราศจากผลเสียใด ๆ ต่อท่าน หากท่านยินยอมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยภายใต้วิทยานิพนธ์นี้ ทางผู้วิจัยขออนุญาต บันทึกเสียง และถ่ายภาพ เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ท่านนำเสนอและสามารถนำไปสู่การวิจัยที่สมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอให้การยืนยันว่า ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ และไม่มีการนำไปใช้หรือส่งต่อให้แก่หน่วยงานอื่น แต่ผลของการวิเคราะห์นั้นจะแสดงในรูปของรายงานวิจัยที่เป็นภาพรวมเท่านั้น อีกทั้งภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย ทางผู้วิจัยจะลบข้อมูลของท่านตลอดจนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับท่านในทันทีโดยไม่มีการนำไปใช้เพื่องานวิจัยอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน

นาย ตติณณ์ อนุชาตระกูล

หมายเหตุ วันที่สัมภาษณ์ _____

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-สกุล _____

2. เพศ ชาย / หญิง

3. ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ / ผู้บริหาร

ผู้จัดการอาวุโส / ผู้จัดการทั่วไป

ตำแหน่งอื่น ๆ _____

4. ประสบการณ์การทำงาน 1-3 ปี / 3-5 ปี / มากกว่า 5 ปี

ตอนที่ 2 ทำความรู้จักการประกอบธุรกิจ

5. ประวัติความเป็นมาของออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

6. สอบถามถึงเวลาที่เริ่มเปิดกิจการพร้อมทั้งแรงจูงใจในการประกอบกิจการ

7. รูปแบบการเปิดให้บริการของออฟฟิศร่วมแบ่งปันแห่งนี้

8. สอบถามถึงเวลาในการเปิดออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

9. สภาวะการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

10. สอบถามถึงความคั่งตัวของกิจการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาอื่น ๆ

11. ท่านคิดว่าจุดเด่นของธุรกิจ ของท่านประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

12. สอบถามถึงจุดเด่นของออฟฟิศร่วมแบ่งปันในความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

13. มีการใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนการประกอบธุรกิจหรือไม่หากมีใช้ในรูปแบบใด

14. สอบถามถึงรูปแบบและชนิดของการใช้งานเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อทำการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ

ตอนที่ 3 ทำความรู้จักลูกค้าของธุรกิจ

15. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
16. ช่องทางการประชาสัมพันธ์ และ แจ้งข่าวสารกลุ่มลูกค้า
17. รูปแบบการรักษาลูกค้าปัจจุบันและการหาลูกค้าใหม่
18. สอบถามถึงรูปแบบการจัดทำ Promotion และรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 4 ทำความรู้จักวิสัยทัศน์/พันธกิจธุรกิจ

19. ปัญหาที่พบเจอในการประกอบธุรกิจ
20. เป้าหมายขององค์กรในแต่ละระยะและทิศทางในการพัฒนาธุรกิจ

ตอนที่ 5 สอบถามความสนใจด้านการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

21. ท่านมีความสนใจในการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจหรือไม่
22. หากท่านมีความสนใจ ท่านสนใจในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานเพื่อจุดประสงค์ใด
23. หากท่านมีความสนใจ ท่านมีความสนใจในเทคโนโลยีรูปแบบใด
24. หากท่านไม่สนใจ กรุณาบอกสาเหตุที่ท่านไม่สนใจ

แบบสอบถามการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งาน ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space)

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ของนิสิต หลักสูตรปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของผู้ใช้บริการ

โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space)

ตอนที่ 3 กิจกรรมการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์เพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

โดยข้อมูลในแบบสอบถามของท่านทางผู้วิจัยจะทำการเก็บเป็นความลับ หลังจากวิจัยเสร็จสิ้นทางผู้วิจัยจะลบข้อมูลของท่านตลอดจนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับท่านในทันทีโดยไม่มีกันำไปใช้เพื่องานวิจัยอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน

หากท่านมีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามกับทางผู้วิจัย นาย ดิณณ์ อนุชาตระกุล ได้โดยตรงหรือติดต่อทาง E-mail tinanuchatrakoon@gmail.com

ทางผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

- ชาย หญิง
- อื่น ๆ

2. อายุ

- ต่ำกว่า 18 ปี 19-25 ปี
- 26-30 ปี 31-40 ปี
- 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

- เจ้าของกิจการ ข้าราชการ/พนักงานประจำ/ลูกจ้าง
- อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา
- อื่น ๆ

5. ศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน

- สังคมศาสตร์ และ รัฐศาสตร์ การบริหารธุรกิจ
- การเงิน และ การบัญชี มนุษยศาสตร์ และ ภาษาศาสตร์
- นิติศาสตร์ เทคโนโลยี และ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
- วิทยาศาสตร์บริสุทธิ์ (คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี ชีวะ วิทยาศาสตร์อวกาศ)

วิทยาศาสตร์สุขภาพ (แพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ เภสัชศาสตร์ พยาบาล
ศาสตร์ เทคนิคการแพทย์)

วิทยาศาสตร์ประยุกต์ (วิศวกรรมศาสตร์ เกษตรศาสตร์)

สารสนเทศ และการสื่อสาร

ศิลปะ สถาปัตยกรรม และการออกแบบ

มัธยมศึกษา หรือ สายอาชีพ

อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,000 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

40,001 – 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

7. ประสบการณ์การทำงาน

0-2 ปี

3-5 ปี

6-10 ปี

มากกว่า 10 ปี

8. ท่านเคยเข้าใช้งาน “ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน” (Co-working Space) หรือไม่

เคย

ไม่เคย [จบแบบสอบถาม]

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) ของท่าน

9. ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (เช่น อัตราค่าบริการ, ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ)					
โปรโมชั่น (เช่น ความน่าสนใจ, ความถี่ ฯลฯ)					
สถานที่ตั้ง (เช่น การเดินทางสะดวก ฯลฯ)					
สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น โต๊ะทำงาน, ปลั๊กไฟ, เครื่องพิมพ์, ห้องประชุม ฯลฯ)					
บรรยากาศของสถานที่ (เช่น การตกแต่ง, แสงไฟ, การจัดผังที่นั่ง ฯลฯ)					
บรรยากาศการทำงาน (เช่น ความสงบระหว่างการใช้บริการ, ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน ฯลฯ)					
การบริการทั่วไป (เช่น อาหารและเครื่องดื่ม, การบริการของพนักงาน ฯลฯ)					
คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ (เช่น ความเร็ว, ความเสถียร, ความสะดวกในการเชื่อมต่อ ฯลฯ)					

15. แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

- เสิร์ชเอนจิน (Search engine)
- เว็บท่า (Web portal)
- ฟอรัม (Forum)
- บล็อก (Blog)
- ฐานข้อมูลทางวิชาการ (Research database)
- เว็บไซต์ทั่วไป (Generic website)
- สื่อสังคมออนไลน์ (Social media)
- อื่น ๆ โปรดระบุ

16. ปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

- เว็บไซต์ที่ค้นหาได้ ไม่สามารถใช้งานได้
- ไม่สามารถใช้งานเว็บไซต์ที่ค้นหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เว็บไซต์ที่ค้นหาได้ ขาดความน่าเชื่อถือ
- เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ ขาดความน่าเชื่อถือ
- เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ ขาดความทันสมัย
- อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์เพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วม
แบ่งปัน

17. ฟังก์ชันการทำงาน

หัวข้อ	ต้องการ อย่างมาก	ต้องการ	เฉย ๆ	ไม่ ต้องการ	ไม่ ต้องการ อย่างมาก
ระบบสมัครสมาชิก					
เชื่อมต่อเครือข่ายระหว่าง สมาชิกได้					
เรียกดูหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการได้ ทันที					
มีโปรโมชันจาก Co-working Space ให้กับสมาชิก					
การค้นหาข้อมูลตาม Keyword					
ระบบช่วยประเมินความ น่าเชื่อถือของเว็บไซต์					
ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่ เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้งาน					
ช่องทางการติดต่อกับทาง ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน					

18. ประสิทธิภาพการทำงาน

หัวข้อ	ต้องการ อย่างมาก	ต้องการ	เฉย ๆ	ไม่ ต้องการ	ไม่ต้องการ อย่างมาก
ความรวดเร็วในการทำงาน ของโปรแกรม					
ความเสถียรในการทำงาน ของโปรแกรม					
ข้อมูลที่หลากหลายใน ฐานข้อมูล					
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลใน ฐานข้อมูล					
ความปลอดภัยของข้อมูล สมาชิก					

19. หากมีระบบที่ช่วยท่านในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศภายในออฟฟิศร่วมแบ่งกัน โดยแนะนำ
เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของท่าน ท่านมีความสนใจหรือไม่

สนใจ ไม่สนใจ

20. หากออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีการให้บริการระบบที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ ท่าน
ต้องการให้ระบบนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือไม่

สนใจ ไม่สนใจ

21. ท่านมีความสนใจในการสมัครสมาชิกภายในระบบช่วยในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ หรือไม่

สนใจ ไม่สนใจ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

แบบสอบถามการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งาน ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space)

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ของนิสิต หลักสูตรปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับต้นแบบนวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบ นวัตกรรม

ตอนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ตอนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

ตอนที่ 5 ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

โดยข้อมูลในแบบสอบถามของท่านทางผู้วิจัยจะทำการเก็บเป็นความลับ หลังจากวิจัยเสร็จสิ้นทางผู้วิจัยจะลบข้อมูลของท่านตลอดจนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับท่านในทันทีโดยไม่มีกานำไปใช้เพื่องานวิจัยอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน

หากท่านมีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามกับทางผู้วิจัย นาย ตินันท์ อนุชาตระกุล ได้โดยตรงหรือติดต่อทาง E-mail tinanuchatrakoon@gmail.com

ทางผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

- ชาย หญิง
- อื่น ๆ

2. อายุ

- ต่ำกว่า 18 ปี 19-25 ปี
- 26-30 ปี 31-40 ปี
- 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

- เจ้าของกิจการ ข้าราชการ/พนักงานประจำ/ลูกจ้าง
- อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา
- อื่น ๆ

5. ศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน

- สังคมศาสตร์ และ รัฐศาสตร์ การบริหารธุรกิจ
- การเงิน และ การบัญชี มนุษยศาสตร์ และ ภาษาศาสตร์
- นิติศาสตร์ เทคโนโลยี และ คอมพิวเตอร์
- วิทยาศาสตร์บริสุทธิ์ (คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี ชีวะ วิทยาศาสตร์อวกาศ)

วิทยาศาสตร์สุขภาพ (แพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ เภสัชศาสตร์ พยาบาล
ศาสตร์ เทคนิคการแพทย์)

วิทยาศาสตร์ประยุกต์ (วิศวกรรมศาสตร์ เกษตรศาสตร์)

สารสนเทศ และการสื่อสาร

ศิลปะ สถาปัตยกรรม และการออกแบบ

มัธยมศึกษา หรือ สาขาอาชีพ

อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,000 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

40,001 – 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

7. ประสบการณ์การทำงาน

0-2 ปี

3-5 ปี

6-10 ปี

มากกว่า 10 ปี

8. ท่านเคยเข้าใช้งาน “ออฟฟิศรวมแบ่งปัน” (Co-working Space) หรือไม่

เคย

ไม่เคย [จบแบบสอบถาม]

ตอนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบ นวัตกรรม

คำอธิบายเบื้องต้น

ต้นแบบนวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อช่วยเหลือผู้ใช้บริการ ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายขึ้น
จากการนำประสบการณ์ของผู้ทำงานที่มีความเกี่ยวข้องกัน มาเพื่อแนะนำให้กับผู้ใช้งาน

2. ส่งเสริมออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดเล็กและขนาดกลางให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดมากขึ้น

ตอนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย					
ท่านเข้าใจการทำงานพื้นฐานของนวัตกรรมนี้					
ท่านสามารถใช้งานได้อย่างไม่ติดขัด					
นวัตกรรมไม่มีความซับซ้อนหรือไม่ทำให้รู้สึกสับสน					
ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย					

ตอนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลง่ายขึ้น					
นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลได้รวดเร็วขึ้น					
ท่านสามารถใช้งานได้อย่างไม่ติดขัด					
นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านมีความเชื่อมั่นในแหล่งข้อมูล					
นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านมีความเชื่อมั่นในเนื้อหาข้อมูล					
นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลได้ตรงกับความต้องการ					
นวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อท่าน					

ตอนที่ 5 ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านมีความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรมนี้					
ท่านมีความสนใจให้นวัตกรรมนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต					
ท่านมีความสนใจที่จะสมัครสมาชิกสำหรับนวัตกรรมนี้					
ท่านมีความสนใจที่จะแนะนำเพื่อน คนรู้จักใช้งานนวัตกรรมนี้					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....

.....



แบบสอบถามที่ 1 แบบสอบถามความต้องการของผู้ใช้งาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

ตารางที่ ข.1 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	40	39.6	39.6	39.6
	หญิง	61	60.4	60.4	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

2. อายุ

ตารางที่ ข.2 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 18 ปี	4	4.0	4.0	4.0
	19-25	19	18.8	18.8	22.8
	26-30	51	50.5	50.5	73.3
	31-40	23	22.8	22.8	96.0
	41-50	3	3.0	3.0	99.0
	มากกว่า 50	1	1.0	1.0	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ตารางที่ ข.3 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	5.0	5.0	5.0
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	56	55.4	55.4	60.4
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	40	39.6	39.6	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

4. อาชีพ

ตารางที่ ข.4 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอาชีพ

อาชีพ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เจ้าของกิจการ	7	6.9	6.9	6.9
	ข้าราชการ/พนักงานประจำ/ ลูกจ้าง	57	56.4	56.4	63.4
	อาชีพอิสระ	18	17.8	17.8	81.2
	นักเรียน/นักศึกษา	19	18.8	18.8	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

5. ศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน

ตารางที่ ข.5 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงาน

ศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สังคมศาสตร์	7	6.9	6.9	6.9
	การบริหารธุรกิจ	24	23.8	23.8	30.7
	การเงินและการบัญชี	5	5.0	5.0	35.6
	มนุษยศาสตร์	8	7.9	7.9	43.6
	นิติศาสตร์	3	3.0	3.0	46.5
	วิทยาศาสตร์บริสุทธิ์	1	1.0	1.0	47.5
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	12	11.9	11.9	59.4
	วิทยาศาสตร์ประยุกต์	10	9.9	9.9	69.3
	สารสนเทศ	7	6.9	6.9	76.2
	สถาปัตยกรรม	8	7.9	7.9	84.2
	เทคโนโลยี	12	11.9	11.9	96.0
	มัธยมศึกษา	4	4.0	4.0	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ ข.6 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		รายได้			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 10000	8	7.9	7.9	7.9
	10000-20000	18	17.8	17.8	25.7
	20001-30000	39	38.6	38.6	64.4
	30001-40000	11	10.9	10.9	75.2
	40001-50000	8	7.9	7.9	83.2
	มากกว่า 50000	17	16.8	16.8	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

7. ประสบการณ์การทำงาน

ตารางที่ ข.7 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประสบการณ์การทำงาน

		ประสบการณ์การทำงาน			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-2ปี	34	33.7	33.7	33.7
	3-5ปี	31	30.7	30.7	64.4
	6-10ปี	23	22.8	22.8	87.1
	มากกว่า10	13	12.9	12.9	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน (Co-working Space) ของท่าน

9. ปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตารางที่ ข.8 การให้คะแนนสูงสุด ต่ำสุด และคะแนนเฉลี่ยด้านปัจจัยในการเลือกใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ปัจจัยในการเลือก [ราคาค่าบริการ]	101	2.00	5.00	4.2970	.76869
ปัจจัยในการเลือก [โปรโมชั่น]	101	2.00	5.00	3.9109	.83784
ปัจจัยในการเลือก [สถานที่ตั้ง]	101	3.00	5.00	4.5545	.62410
ปัจจัยในการเลือก [สิ่งอำนวยความสะดวก]	101	2.00	5.00	4.4455	.67045
ปัจจัยในการเลือก [บรรยากาศของสถานที่]	101	2.000	5.000	4.18812	.688664
ปัจจัยในการเลือก [บรรยากาศการทำงาน]	101	2.00	5.00	4.2178	.79503
ปัจจัยในการเลือก [การบริการทั่วไป]	101	1.00	5.00	3.8020	.78765
ปัจจัยในการเลือก [คุณภาพอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการ]	101	3.00	5.00	4.5941	.58614
Valid N (listwise)	101				

ตอนที่ 3 กิจกรรมการทำงานในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

10. ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของท่าน

ตารางที่ ข.9 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของท่าน					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-5 ครั้งต่อเดือน	76	75.2	75.2	75.2
	6-10 ครั้งต่อเดือน	17	16.8	16.8	92.1
	11-15 ครั้งต่อเดือน	5	5.0	5.0	97.0
	16-20 ครั้งต่อเดือน	2	2.0	2.0	99.0
	มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	1	1.0	1.0	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

11. ระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันต่อการเข้าใช้งานในแต่ละครั้งโดยประมาณ

ตารางที่ ข.10 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระยะเวลาในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ระยะเวลาในการใช้งาน โดยประมาณ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-3 ชั่วโมง	46	45.5	45.5	45.5
	4-6 ชั่วโมง	44	43.6	43.6	89.1
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	11	10.9	10.9	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

12. รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

ตารางที่ ข.11 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความถี่ในการใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปันของท่าน

รูปแบบการทำงานภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ทำงานคนเดียว	38	37.6	37.6	37.6
	ทำงานเป็นกลุ่ม โดยสมาชิกมีที่มา จากภายนอกออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	54	53.5	53.5	91.1
	ทำงานเป็นกลุ่ม โดยสมาชิกมีที่มา จากภายในออฟฟิศร่วมแบ่งปัน	9	8.9	8.9	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

14. รูปแบบของการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ

ตารางที่ ข.12 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรูปแบบของการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ

รูปแบบของการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	หาข้อมูลใหม่	22	21.8	21.8	21.8
	ติดตาม/ยืนยัน/ทบทวน	13	12.9	12.9	34.7
	ทั้ง 2 รูปแบบ	66	65.3	65.3	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

15. แหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ตารางที่ ข.13 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [เสิร์ชเอนจิน (Search engine)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	89	88.1	88.1	88.1
	no	12	11.9	11.9	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.14 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [ฟอรัม]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	11	10.9	10.9	10.9
	no	90	89.1	89.1	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.15 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [ฐานข้อมูลทางวิชาการ (Research database)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	41	40.6	40.6	40.6
	no	60	59.4	59.4	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.16 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [บล็อก (Blog)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	7	6.9	6.9	6.9
	no	94	93.1	93.1	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.17 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [เว็บไซต์ (Web portal)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	7	6.9	6.9	6.9
	no	94	93.1	93.1	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.18 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [เว็บไซต์ทั่วไป (Generic website)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	64	63.4	63.4	63.4
	no	37	36.6	36.6	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.19 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [สื่อสังคมออนไลน์ (Social media)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	45	44.6	44.6	44.6
	no	56	55.4	55.4	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.20 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามแหล่งข้อมูลที่ท่านใช้ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ [อื่น ๆ ไปรกระบุ]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	101	100.0	100.0	100.0

16. ปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ตารางที่ ข.21 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ปัญหาที่พบ [เว็บไซต์ที่ค้นหาได้ ไม่สามารถใช้งานได้]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	37	36.6	36.6	36.6
	no	64	63.4	63.4	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.22 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ปัญหาที่พบ [ไม่สามารถใช้งานเว็บไซต์ที่ค้นหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	42	41.6	41.6	41.6
	no	59	58.4	58.4	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.23 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ปัญหาที่พบ [เว็บไซต์ที่ค้นหาได้ ขาดความน่าเชื่อถือ]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	45	44.6	44.6	44.6
	no	56	55.4	55.4	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.24 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ปัญหาที่พบ [เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ ขาดความน่าเชื่อถือ]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	47	46.5	46.5	46.5
	no	54	53.5	53.5	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.25 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ปัญหาที่พบ [เนื้อหาข้อมูลที่ค้นหาได้ ขาดความทันสมัย]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	52	51.5	51.5	51.5
	no	49	48.5	48.5	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตารางที่ ข.26 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามปัญหาที่พบของการค้นหาข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต (เลือกได้สูงสุด 3 ข้อ)

ปัญหาที่พบ [อื่น ๆ โปรดระบุ]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	2	2.0	2.0	2.0
	no	99	98.0	98.0	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบการค้นหาเว็บไซต์เพื่อการทำงานในออฟฟิศร่วม
แบ่งปัน

17. ฟังก์ชันการทำงาน

ตารางที่ ข.27 การให้คะแนนสูงสุด ต่ำสุด และคะแนนเฉลี่ยด้านฟังก์ชันการทำงาน

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ฟังก์ชันการทำงาน [ระบบสมัครสมาชิก]	101	1.00	5.00	3.5248	.83179
ฟังก์ชันการทำงาน [เชื่อมต่อเครือข่ายระหว่างสมาชิกได้]	101	1.00	5.00	3.5941	.88519
ฟังก์ชันการทำงาน [เรียกดูหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการได้ทันที]	101	3.00	5.00	4.3168	.74740
ฟังก์ชันการทำงาน [มีโปรโมชันจาก Co-working Space ให้กับสมาชิก]	101	2.00	5.00	4.0891	.72248
ฟังก์ชันการทำงาน [ระบบการค้นหาข้อมูลตาม Keyword]	101	3.00	5.00	4.3465	.69908
ฟังก์ชันการทำงาน [ระบบช่วยประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์]	101	3.00	5.00	4.4257	.69780
ฟังก์ชันการทำงาน [ระบบนำเสนอเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้งาน]	101	2.00	5.00	4.2673	.73336
ฟังก์ชันการทำงาน [ช่องทางการติดต่อกับทางออฟฟิศร่วมแบ่งปัน]	101	1.00	5.00	3.7327	.83536
Valid N (listwise)	101				

18. ประสิทธิภาพการทำงาน

ตารางที่ ข.28 การให้คะแนนสูงสุด ต่ำสุด และคะแนนเฉลี่ยด้านประสิทธิภาพการทำงาน

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ประสิทธิภาพการทำงาน [ความรวดเร็วในการทำงานของโปรแกรม]	101	3.00	5.00	4.6436	.55829
ประสิทธิภาพการทำงาน [ความเสถียรในการทำงานของโปรแกรม]	101	2.00	5.00	4.6040	.58445
ประสิทธิภาพการทำงาน [ข้อมูลที่หลากหลายในฐานข้อมูล]	101	3.00	5.00	4.4950	.65763
ประสิทธิภาพการทำงาน [ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในฐานข้อมูล]	101	3.00	5.00	4.6337	.56076
ประสิทธิภาพการทำงาน [ความปลอดภัยของข้อมูลสมาชิก]	101	2.00	5.00	4.5644	.66956
Valid N (listwise)	101				

CHULALONGKORN UNIVERSITY

19. หากมีระบบที่ช่วยท่านในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศภายในออฟฟิศร่วมแบ่งกัน โดยแนะนำเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของท่าน ท่านมีความสนใจหรือไม่

ตารางที่ ข.29 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความสนใจในนวัตกรรม

หากมีระบบที่ช่วยท่านในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศมีความสนใจหรือไม่					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สนใจ	95	94.1	94.1	94.1
	ไม่สนใจ	6	5.9	5.9	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

20. หากออฟฟิศร่วมแบ่งปันมีการให้บริการระบบที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ
ท่านต้องการให้ระบบนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือไม่

ตารางที่ ข.30 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความต้องการให้ระบบนี้ปรากฏ
ขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือไม่

ท่านต้องการให้ระบบนี้ปรากฏขึ้นทันทีที่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สนใจ	80	79.2	79.2	79.2
	ไม่สนใจ	21	20.8	20.8	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

21. ท่านมีความสนใจในการสมัครสมาชิกภายในระบบช่วยในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศ
หรือไม่

ตารางที่ ข.31 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความสนใจในการสมัครสมาชิก
ภายในนวัตกรรม

ความสนใจในการสมัครสมาชิกภายในนวัตกรรม					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สนใจ	68	67.3	67.3	67.3
	ไม่สนใจ	33	32.7	32.7	100.0
	Total	101	100.0	100.0	

แบบสอบถามที่ 2 แบบสอบถามความต้องการของผู้ใช้งาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

ตารางที่ ข.32 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	20	40.0	40.0	40.0
	หญิง	30	60.0	60.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

2. อายุ

ตารางที่ ข.33 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 18 ปี	4	8.0	8.0	8.0
	19-25	10	20.0	20.0	28.0
	26-30	30	60.0	60.0	88.0
	31-40	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ตารางที่ ข.34 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	14.0	14.0	14.0
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	33	66.0	66.0	80.0
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

4. อาชีพ

ตารางที่ ข.35 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอาชีพ

อาชีพ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เจ้าของกิจการ	4	8.0	8.0	8.0
	ข้าราชการ/พนักงานประจำ/ ลูกจ้าง	31	62.0	62.0	70.0
	อาชีพอิสระ	6	12.0	12.0	82.0
	นักเรียน/นักศึกษา	6	12.0	12.0	94.0
	อื่น ๆ	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

5. ศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน

ตารางที่ ข.36 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอาชีพ

ศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สังคมศาสตร์	4	8.0	8.0	8.0
	การบริหารธุรกิจ	10	20.0	20.0	28.0
	การเงินและการบัญชี	2	4.0	4.0	32.0
	มนุษยศาสตร์	3	6.0	6.0	38.0
	นิติศาสตร์	1	2.0	2.0	40.0
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	7	14.0	14.0	54.0
	วิทยาศาสตร์ประยุกต์	2	4.0	4.0	58.0
	สารสนเทศ	6	12.0	12.0	70.0
	สถาปัตยกรรม	4	8.0	8.0	78.0
	เทคโนโลยี	5	10.0	10.0	88.0
	มัธยมศึกษา	4	8.0	8.0	96.0
	อื่น	2	4.0	4.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ ข.37 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		รายได้			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 10000	4	8.0	8.0	8.0
	10000-20000	15	30.0	30.0	38.0
	20001-30000	19	38.0	38.0	76.0
	30001-40000	6	12.0	12.0	88.0
	40001-50000	2	4.0	4.0	92.0
	มากกว่า 50000	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

7. ประสบการณ์การทำงาน

ตารางที่ ข.38 ความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประสบการณ์การทำงาน

		ประสบการณ์การทำงาน			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-2ปี	12	24.0	24.0	24.0
	3-5ปี	26	52.0	52.0	76.0
	6-10ปี	11	22.0	22.0	98.0
	มากกว่า10	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

ตอนที่ 2 ตัวอย่างต้นแบบ นวัตกรรม

คำอธิบายเบื้องต้น

ต้นแบบนวัตกรรมการค้นหาเว็บไซต์จากประสบการณ์ของผู้ใช้งานออฟฟิศร่วมแบ่งปัน

สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อช่วยเหลือผู้ใช้บริการ ออฟฟิศร่วมแบ่งปัน ให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายขึ้น จากการนำประสบการณ์ของพนักงานที่มีความเกี่ยวข้องกัน มาเพื่อแนะนำให้กับผู้ใช้งาน

2. ส่งเสริมออฟฟิศร่วมแบ่งปันขนาดเล็กและขนาดกลางให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดมากขึ้น

ตอนที่ 3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ตารางที่ ข.39 การให้คะแนนสูงสุด ต่ำสุด และคะแนนเฉลี่ยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความง่ายในการใช้งาน [ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย]	50	3.00	5.00	4.1600	.73845
ความง่ายในการใช้งาน [ท่านเข้าใจการทำงานพื้นฐานของนวัตกรรมนี้]	50	2.00	5.00	4.0400	.63760
ความง่ายในการใช้งาน [ท่านสามารถใช้งานได้อย่างไม่ติดขัด]	50	3.00	5.00	3.9800	.65434
ความง่ายในการใช้งาน [นวัตกรรมไม่มีความซับซ้อน หรือไม่ทำให้รู้สึกสับสน]	50	2.00	5.00	4.0200	.65434
Valid N (listwise)	50				

ตอนที่ 4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

ตารางที่ ข.40 การให้คะแนนสูงสุด ต่ำสุด และคะแนนเฉลี่ยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ประโยชน์ที่ได้รับ [นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลง่ายขึ้น]	50	2.00	5.00	4.3200	.79385
ประโยชน์ที่ได้รับ [นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลได้รวดเร็วขึ้น]	50	2.00	5.00	4.0400	.80711
ประโยชน์ที่ได้รับ [นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านมีความเชื่อมั่นในแหล่งข้อมูล]	50	2.00	5.00	3.9800	.68482
ประโยชน์ที่ได้รับ [นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านมีความเชื่อมั่นในเนื้อหาข้อมูล]	50	2.00	5.00	4.0600	.73983
ประโยชน์ที่ได้รับ [นวัตกรรมนี้ช่วยให้ท่านหาข้อมูลได้ตรงกับความต้องการ]	50	2.00	5.00	4.1000	.70711
ประโยชน์ที่ได้รับ [นวัตกรรมนี้เป็นประโยชน์ต่อท่าน]	50	2.00	5.00	4.0600	.76692
Valid N (listwise)	50				

ตอนที่ 5 ความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม

ตารางที่ ข.40 การให้คะแนนสูงสุด ต่ำสุด และคะแนนเฉลี่ยด้านความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรม

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความสนใจที่จะใช้งาน [ท่านมีความสนใจที่จะใช้งานนวัตกรรมนี้]	50	2.00	5.00	4.2600	.75078
ความสนใจที่จะใช้งาน [ท่านมีความสนใจเห็นนวัตกรรมนี้ปรากฏขึ้นทันที]	50	2.00	5.00	3.8000	.78246
ความสนใจที่จะใช้งาน [ท่านมีความสนใจที่จะสมัครสมาชิกสำหรับนวัตกรรมนี้]	50	2.00	5.00	3.8200	.62890
ความสนใจที่จะใช้งาน [ท่านมีความสนใจที่จะแนะนำเพื่อน คนรู้จักใช้งานนวัตกรรมนี้]	50	2.00	5.00	3.9000	.67763
Valid N (listwise)	50				

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ติณณ์ อนุชาตระกูล
วัน เดือน ปี เกิด	29 มิถุนายน 2537
สถานที่เกิด	เชียงใหม่
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรม เกษตร
ที่อยู่ปัจจุบัน	122/124 หมู่ 6 ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY