

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจ โดยใช้แบบประเมินหลังการใช้งานอาคาร

AN ANALYSIS OF EMPLOYEES' SATISFACTION WITH OFFICE SPACE COMPONENTS IN DIFFERENT BUSINESS SECTORS USING POST-OCCUPANCY EVALUATION

ชัชณูชา ขุนจง^{1*} และกองกoon โตชัยวัฒน์²

Chissanucha Khunjong^{1*} and Kongkoon Tochaiwat²

¹นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการสภาพแวดล้อมสรรค์สร้าง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

²คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹Doctor of Philosophy Program Students, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

²Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

Received: March 16, 2025 / Revised: June 17, 2025 / Accepted: June 24, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานของพนักงานแต่ละกลุ่มธุรกิจด้วยแบบประเมินหลังการใช้งานอาคาร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากพื้นที่สำนักงานภายใต้โครงการที่มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาสู่ความยั่งยืนในทุกมิติและเมืองอัจฉริยะจากหลากหลายกลุ่มธุรกิจในเครือที่ใช้พื้นที่สำนักงานภายในอาคารเดียวกัน ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่สำนักงานของพนักงาน จาก 3 กลุ่มธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย คำปลีก เทคโนโลยีสารสนเทศ และขายสินค้าออนไลน์ จำนวน 392 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของพนักงานจากทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่อพื้นที่สำนักงานในภาพรวมทั้ง 9 ด้านอยู่ที่ 3.63 จากมาตรวัดระดับของลิเคิร์ต หรืออยู่ในระดับพึงพอใจมาก และมีค่าเฉลี่ยค่า S.D. อยู่ที่ 0.94 โดยสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจดังนี้ 1) ความปลอดภัย (3.88) 2) รูปแบบการจัดพื้นที่ (3.84) 3) สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ (3.81) 4) ประสิทธิภาพของอาคาร (3.68) 5) ความยั่งยืน (3.66) 6) ความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ (3.60) 7) ความสะดวกในการเข้าถึง (3.59) 8) ความเป็นส่วนตัว (3.38) และ 9) ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ (3.25) ผลการเปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียวพบว่า ประเภทธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่สำนักงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยประเด็นที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มธุรกิจคือ เรื่องของ “ความเป็นส่วนตัว”

คำสำคัญ: การจำแนกพื้นที่ การประเมินหลังการใช้งานอาคาร ความพึงพอใจ พื้นที่สำนักงาน อาคารสำนักงาน แบบสร้างเพื่อใช้เอง

*Corresponding Author

E-mail: chissanucha.k@gmail.com

Abstract

This applied research aimed to analyze employees' satisfaction with various components of office space across different business sectors, using a post-occupancy evaluation (POE) survey. The study was conducted in an organization that enforces comprehensive sustainability policies and accommodates multiple affiliated companies from the retail, information technology, and e-commerce sectors within a shared office building. A total of 392 employees were selected through quota sampling. Data analysis involved descriptive statistics—percentage, mean, and standard deviation—as well as inferential statistics using one-way analysis of variance (ANOVA), with the significance level set at .05.

The findings revealed that employees across all sectors reported an overall satisfaction score of 3.63 on a five-point Likert scale, indicating a high level of satisfaction. The average standard deviation was 0.94. Satisfaction levels across the nine evaluated aspects ranked as follows: 1) safety (3.88), 2) spatial orientation (3.84), 3) health and physical well-being (3.81), 4) efficiency (3.68), 5) sustainability (3.66), 6) flexibility (3.60), 7) accessibility (3.59), 8) privacy (3.38), and 9) reachability and parking facilities (3.25). The ANOVA results showed that business sector type was significantly associated with employee satisfaction. Specifically, the aspect of “privacy” demonstrated a statistically significant difference among the three sectors.

Keywords: Classification of Space, Post-occupancy Evaluation, Satisfaction, Office Space, Self-occupied Office

บทนำ

อาคารสำนักงาน คือ สิ่งปลูกสร้างที่มีพื้นที่ไว้ใช้เป็นสถานที่ทำงานและติดต่อธุรกิจการค้าต่าง ๆ โดยภายในหนึ่งอาคารเป็นการประกอบธุรกิจการค้าเพียงธุรกิจเดียวหรือหลากหลายก็ได้เช่นกัน (Krungsri Research, 2024) และด้วยลักษณะของธุรกิจในแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกัน กิจกรรมการทำงานและความต้องการใช้งานพื้นที่ส่วนสนับสนุนจึงมีหลากหลายรูปแบบ การออกแบบพื้นที่สำนักงานจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรต้องพิจารณามีอยู่ด้วยกัน 5 ข้อ ประกอบด้วย 1) ความต้องการใช้พื้นที่ (Requirement) คือ ต้องการพื้นที่ใช้สอยและการจัดวางผังของแต่ละพื้นที่เป็นอย่างไร 2) รูปแบบหรือลักษณะของการตกแต่ง (Design Conceptual) คือ การออกแบบตกแต่งสำนักงานที่แสดงถึงภาพลักษณ์และบุคลิกของ

องค์กรนั้น ๆ 3) การกำหนดงบประมาณ (Budget) เพื่อให้สามารถรู้ขอบเขตการพิจารณา การตัดสินใจและไม่เสียเวลา ทำให้มองเห็นภาพรวมได้อย่างชัดเจน 4) การกำหนดรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่จะนำมาใช้งานตั้งแต่แรก (Design Element Type) ขนาดประโยชน์ใช้สอย ชนิดของวัสดุ และรูปลักษณะเฉพาะตัวของเฟอร์นิเจอร์ และ (5) การจัดวางเฟอร์นิเจอร์และรูปแบบการใช้งานเฉพาะด้านที่สอดคล้องกับธุรกิจแต่ละประเภท (Furniture Follow Business Type) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการจัดประโยชน์ใช้สอย การใช้งานของพื้นที่ส่วนต่าง ๆ และการคัดเลือกวัสดุตกแต่ง (Encyclopedia, 2018)

จากที่กล่าวข้างต้นเป็นส่วนของการกำหนดลักษณะของพื้นที่สำนักงานที่เกิดขึ้นก่อนการใช้งานทั้งสิ้น แต่การใช้พื้นที่สำนักงานยังมีอีกหนึ่งปัจจัย

สำคัญที่องค์กรควรต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่งคือ “ประเด็นในการประเมินหลังการใช้งานอาคาร (Post Occupancy Evaluation: POE)” ที่ผู้ใช้งานอาคาร หรือพนักงานและผู้บริหารในองค์กรนั้น ๆ ควรได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นว่ามีความพึงพอใจ ในพื้นที่สำนักงานที่ใช้งานอยู่หรือไม่ พื้นที่สำนักงาน ที่ใช้อยู่สามารถตอบสนองต่อการทำงานได้มากน้อย เพียงใด รวมถึงสามารถเป็นส่วนสนับสนุนการดำเนิน ธุรกิจขององค์กรได้อย่างที่คาดหวังไว้หรือไม่

การประเมินความพึงพอใจหลังการใช้งาน อาคารถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหาร จัดการอาคาร (Yawongsa, 2017; Chaiprasien, 2017; Middlehurst et al., 2018) การทำให้พนักงาน มีประสบการณ์ที่ดีจะยิ่งส่งผลให้พนักงานมีความผูกพัน กับองค์กร (Employee Engagement) มากขึ้น ซึ่งจะเสริมสร้างบุคลากรภายในองค์กรให้มีระดับ ความเป็นเจ้าของหรือความมีส่วนร่วมในองค์กรให้ สูงขึ้น มีความสุขในการทำงานและความพึงพอใจใน การทำงานมากขึ้น อันจะส่งผลถึงประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น (Buranakul, 2019; Frasers Property, 2022, 2023)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจและความ พึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่สำนักงาน ว่าพนักงานที่ ทำงานอยู่ในประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันจะมีความคิด เห็นต่อพื้นที่สำนักงานในแต่ละองค์ประกอบเหมือน หรือแตกต่างกันในประเด็นใดบ้าง เพื่อเป็นแนวทาง ในการเสนอองค์ประกอบของพื้นที่สำนักงานที่จะสร้าง ความพึงพอใจให้กับพนักงานตามลักษณะการดำเนิน ธุรกิจขององค์กรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ พื้นที่สำนักงานของพนักงานแต่ละกลุ่มธุรกิจด้วยแบบ ประเมินหลังการใช้งานอาคาร

ทบทวนวรรณกรรม

พื้นที่สำนักงาน (Office Space) สามสิ่งที พนักงนออฟฟิศต้องการ ประกอบด้วย พื้นที่สำหรับ ผ่อนคลาย บริการอาหารเพื่อสุขภาพ และพื้นที่สีเขียว/ กลางแจ้ง โดยได้กล่าวอีกว่า ปัจจุบันมีพนักงานเพียง ร้อยละ 17 เท่านั้นที่สามารถเข้าถึงพื้นที่เพื่อการผ่อนคลาย ร้อยละ 19 สามารถเข้าถึงบริการอาหารเพื่อสุขภาพ และร้อยละ 25 สามารถเข้าถึงพื้นที่สีเขียวได้ ทั้งนี้ ในหมู่พนักงานที่สามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เหล่านี้ที่กว่าร้อยละ 70 ใช้สิ่งอำนวยความสะดวก เหล่านี้เป็นประจำทุกสัปดาห์ (Jones Lang LaSalle, 2022) โดยปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการและพนักงาน ให้ความสำคัญสำหรับออฟฟิศแห่งอนาคตไว้ว่า ส่วนหนึ่งคือ บรรยากาศที่ดี (Productive Environment) ยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างแรงบันดาลใจให้พนักงาน ออฟฟิศได้ (Frasers Property, 2023) องค์กรจึงควร ต้องคำนึงถึงคุณภาพชีวิต ความต้องการของพนักงาน ควบคู่ไปกับประโยชน์ขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมดี หรือไม่ การเดินทางสะดวกหรือไม่ และมีพื้นที่ที่เพียงพอ หรือไม่ (Human Soft, 2021) โดยนำไปใช้เป็น ส่วนหนึ่งของการกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่และ องค์ประกอบพื้นที่สำนักงานในงานวิจัยนี้

การประเมินการหลังการใช้งานอาคาร (Post-Occupancy Evaluation: POE) เป็น กระบวนการที่ใช้ในการค้นหาและประเมินสิ่งที่ยังเป็น ปัญหาและมีประสิทธิภาพต่ำของอาคารหรือสถานที่ โดยพิจารณาและวิเคราะห์จากระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้อาคารและการให้ค่าน้ำหนักตามความสำคัญ ของแต่ละหัวเรื่องที่สอบถาม ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อม ภายในอาคาร 2) ระดับคุณภาพของการบริการ 3) ประสิทธิภาพอาคารและระบบประกอบอาคาร และนำมากำหนดลำดับการปรับปรุงแก้ไข โดยเครื่องมือ ในการรวบรวมข้อมูลความเห็นของผู้ใช้อาคาร ได้แก่ การสัมภาษณ์และแบบสอบถาม (Barrett, 1995; Horgen & Sheridan, 1996) การประเมินจะต้อง

“สามารถวัดค่า” ได้โดยเป็นค่าทั้งใน “เชิงปริมาณ” เช่น ความสว่าง อุณหภูมิว่ามีปริมาณเท่าไร ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ด้านใดบ้าง เทียบกับเกณฑ์ในการประเมินแล้วเป็นอย่างไร อีกทั้งเป็นค่าใน “เชิงคุณภาพ” เช่น ด้านการสื่อความหมายความสวยงาม (Preiser, 1988) ซึ่งหลักเกณฑ์ 9 ประการสำหรับการประเมินส่วนใช้งานอาคาร (Van der Voordt, 2004; Van der Voordt & Van Wegan, 2005) ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ประสิทธิภาพของอาคาร 4) ความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ 5) ความปลอดภัย 6) รูปแบบการจัดพื้นที่ 7) ความเป็นส่วนตัว 8) สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ และ 9) ความยั่งยืน โดยนำไปใช้ในการกำหนดข้อคำถามในแบบสอบถามของงานวิจัยนี้

การรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) เป็นกระบวนการค้นหาความต้องการที่แท้จริงที่กลุ่มลูกค้าคาดหวังจากประสบการณ์ของการใช้บริการหรือใช้สินค้า (Griffin & Hauser, 1993) วิธีการรับฟังเสียงของลูกค้านี้ยังสามารถเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจมองหาโอกาสในการเพิ่มยอดขายจากความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และนำข้อมูลดังกล่าวไปเป็นส่วนสำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการออกแบบหรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการใหม่ (Graver, 2001) “เสียงของลูกค้า” อาจได้มาจากการสำรวจตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การสอบถามกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมาย การบันทึกการขายหรือรายงานการขาย บันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้า และข้อมูลภาคสนาม (Affinity Solution, 2020) วิธีการรับฟังเสียงจากลูกค้าอาจทำแบบมีโครงสร้างหรือไม่มีโครงสร้างก็ได้ (Bateman & Snell, 2007) โดยประกอบด้วย การสังเกตพฤติกรรม (Observe) การสัมภาษณ์ลูกค้าเป็นกลุ่ม (Focus group) การทำแบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์ (Interview) (Raijai, 2017) ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือสิ่งที่ผู้บริโภค

คาดหวังก่อนการให้บริการแล้วเกิดการประเมินผลที่ได้รับหลังจากการบริโภค ถ้าผู้ให้บริการสามารถตอบสนองผู้รับบริการได้ จะเกิดการตอบสนองอารมณ์ไปในเชิงบวกจะเท่ากับผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจที่ได้จากการได้รับการในทางกลับกันหากผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองความต้องการ/ความคาดหวังของผู้รับบริการได้ การตอบสนองด้านอารมณ์ของผู้รับบริการเป็นไปในเชิงลบ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องตอบสนองให้ผู้ใช้บริการทุกคนเกิดความพึงพอใจเพื่อที่ธุรกิจจะได้ประสบความสำเร็จ (Gerpott et al., 2001; Wiele et al., 2002) “ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ” เป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ โดยขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้า (Gerpott et al., 2001; Wiele et al., 2002) ดังนี้ 1) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของบริการ ผู้บริการและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ 2) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดี มีคุณภาพตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ก็ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำ และ 3) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ โดยนำไปใช้ในการกำหนดตัวแปรและเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยนี้

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) มุ่งศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานแต่ละกลุ่มธุรกิจต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงาน ใช้วิธีการคัดเลือกพื้นที่การศึกษาแบบเจาะจง (Purposive

Sampling) ในลำดับแรก เพื่อให้ได้พื้นที่สำนักงาน ภายใต้งค์กรที่มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาสู่ความยั่งยืนในทุกมิติและมืองค์กร/หน่วยงานย่อยในเครือข่ายพื้นที่สำนักงานภายในอาคารเดียวกันและสะดวกให้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในเชิงลึกตามขอบเขตด้านเวลาของงานวิจัย ซึ่งในงานวิจัยนี้คือ เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ อาคารเดอะธารา สำนักงานใหญ่ แห่งใหม่ที่ตั้งอยู่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ

สำหรับกลุ่มตัวอย่าง (Sample) พนักงานที่ทำงานอยู่ในอาคารเดอะธารา โดยแบ่งจำนวนตามกลุ่มธุรกิจ ดังนี้ 1) กลุ่มธุรกิจค้าปลีก 1,587 คน 2) กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ 899 คน และ 3) กลุ่มธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ 427 คน แต่มีโอกาสที่จำนวนพนักงานจะเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลาของปี (CAF-M, 2023) ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของ Yamane (1973) โดยใช้สูตร

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

ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 และ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 กลุ่มตัวอย่างที่ได้จึงเท่ากับ 342 คน ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่จำนวน 400 คน ที่สะดวกและเต็มใจตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มาครบถ้วนและป้องกันความเสียหายของข้อมูล และเมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา พบว่ามีความสมบูรณ์จำนวน 392 คน (ร้อยละ 98) จากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิสามารถแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้ 1) กลุ่มธุรกิจค้าปลีก 208 คน 2) กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ 124 คน และ 3) กลุ่มธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ 60 คน

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม ด้วยการทดสอบหาค่าความตรง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินหลังการใช้งานพื้นที่อาคาร (Post Occupancy Evaluation: POE) หรือด้านการบริหารทรัพยากรกายภาพ (Facility

Management) และ/หรือศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับงานวิจัย 3 ท่าน พิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างประเด็นหลักของเนื้อหาในงานวิจัยและข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยทำการคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 ไว้ (Meehanpong & Chatdokmaiprai, 2018) ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ค่า IOC ในภาพรวมเท่ากับ 1.00 และการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงและ/หรือพัฒนาขึ้น มาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally & Bernstein, 1994) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Field, 2009) การตรวจสอบความเชื่อมั่นนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับพนักงานกลุ่มตัวอย่าง (Pilot Test) จำนวน 30 ราย ซึ่งจากการทดสอบด้วยโปรแกรม SPSS พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้เท่ากับ .976

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแบบสอบถาม ด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้การแสดงผลในรูปแบบของตาราง แล้วทำการทดสอบเพื่อหาค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของพนักงานจากทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจต่อความพึงพอใจการใช้งานพื้นที่สำนักงาน กำหนดระดับนัยสำคัญสถิติที่ .05 (ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95)

โดยใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ (Best, 1977) ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง พึงพอใจในระดับมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง พึงพอใจในระดับมาก

2.61-3.40 หมายถึง พึงพอใจในระดับปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อย

1.00-1.80 หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจของพนักงานทั้ง

3 กลุ่มธุรกิจ จำนวน 392 คน สามารถแสดง
รายละเอียดของผลการวิจัย ได้ 3 หัวข้อหลักดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่มธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม (n = 392)	กลุ่มธุรกิจ							
	ค้าปลีก (n = 208)		เทคโนโลยีสารสนเทศ (n = 124)		ขายสินค้าออนไลน์ (n = 60)		รวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	
	จำนวน	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน	คิดเป็น ร้อยละ
ตำแหน่ง								
- ผู้จัดการทั่วไปอาวุโส	1	0.48	1	0.81	0	0.00	2	0.51
- ผู้จัดการทั่วไป	2	0.96	0	0.00	0	0.00	2	0.51
- รองผู้จัดการทั่วไป	11	5.29	1	0.81	2	3.33	14	3.57
- ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	6	2.88	6	4.84	1	1.67	13	3.32
- ผู้จัดการฝ่าย	21	10.10	9	7.26	8	13.33	38	9.69
- ผู้เชี่ยวชาญ	7	3.37	14	11.29	3	5.00	24	6.12
- ผู้จัดการแผนกพิเศษ	0	0.00	1	0.81	0	0.00	1	0.26
- ผู้จัดการแผนก	16	7.69	8	6.45	1	1.67	25	6.38
- เจ้าหน้าที่อาวุโส	68	32.69	17	13.71	26	43.33	111	28.32
- เจ้าหน้าที่	60	28.85	15	12.10	17	28.33	92	23.47
- พนักงาน	12	5.77	45	36.29	1	1.67	58	14.80
- พนักงานชั่วคราว	4	1.92	7	5.65	1	1.67	12	3.06
อายุงาน								
- น้อยกว่า 1 ปี	15	7.21	19	15.32	2	3.33	36	9.18
- 1-5 ปี	72	34.62	53	42.74	18	30.00	143	36.48
- 6-10 ปี	57	27.40	25	20.16	11	18.33	93	23.72
- 11-15 ปี	30	14.42	17	13.71	11	18.33	58	14.80
- 15 ปีขึ้นไป	34	16.35	10	8.06	18	30.00	62	15.82
ช่วงอายุ								
- 20-25 ปี	24	11.54	13	10.48	8	13.33	45	11.48
- 26-30 ปี	59	28.37	36	29.03	10	16.67	105	26.79
- 31-35 ปี	48	23.08	25	20.16	7	11.67	80	20.41
- 36-40 ปี	22	10.58	19	15.32	7	11.67	48	12.24
- 41-45 ปี	26	12.50	19	15.32	15	25.00	60	15.31
- 46-50 ปี	16	7.69	12	9.68	7	11.67	35	8.93
- 51-55 ปี	8	3.85	0	0.00	3	5.00	11	2.81
- 55-60 ปี	5	2.40	0	0.00	3	5.00	8	2.04

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่มธุรกิจ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม (n = 392)	กลุ่มธุรกิจ							
	ค้าปลีก (n = 208)		เทคโนโลยีสารสนเทศ (n = 124)		ขายสินค้าออนไลน์ (n = 60)		รวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เพศ								
- ชาย	87	41.83	63	50.81	10	16.67	160	40.82
- หญิง	121	58.17	60	48.39	48	80.00	229	58.42
- ไม่ระบุ	0	0.00	1	0.81	2	3.33	3	0.77
ระดับการศึกษา								
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	0.96	0	0.00	1	1.67	3	0.77
- ปริญญาตรี	155	74.52	95	76.61	46	76.67	296	75.51
- ปริญญาโท	48	23.08	29	23.39	13	21.67	90	22.96
- ปริญญาเอก	3	1.44	0	0.00	0	0.00	3	0.77
ความถี่ในการเข้าทำงานที่ สำนักงาน								
- 1-2 วัน/สัปดาห์	1	0.48	25	20.16	0	0.00	26	6.63
- 2-3 วัน/สัปดาห์	20	9.62	43	34.68	10	16.67	73	18.62
- 3-4 วัน/สัปดาห์	42	20.19	14	11.29	16	26.67	72	18.37
- 4-5 วัน/สัปดาห์	123	59.13	38	30.65	31	51.67	192	48.98
- 5-6 วัน/สัปดาห์	21	10.10	4	3.23	3	5.00	28	7.14
- 1-2 วัน/เดือน	1	0.48	0	0.00	0	0.00	1	0.26

จากตารางที่ 1 พบว่า จากผลรวมคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

ตำแหน่ง ที่ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรกดังนี้
1) เจ้าหน้าที่อาวุโส 111 คน (ร้อยละ 28.32)
2) เจ้าหน้าที่ 92 คน (ร้อยละ 23.47) และ 3) พนักงาน 58 คน (ร้อยละ 14.80)

อายุงาน ที่ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรกดังนี้
1) 1-5 ปี 143 คน (ร้อยละ 36.48) 2) 6-10 ปี 93 คน (ร้อยละ 23.72) และ 3) 15 ปีขึ้นไป 62 คน (ร้อยละ 15.82)

ช่วงอายุ ที่ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่
1) 26-30 ปี 105 คน (ร้อยละ 26.79) 2) 31-35 ปี 80 คน (ร้อยละ 20.41) และ 3) 41-45 ปี 60 คน (ร้อยละ 15.31)

เพศ ที่ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรกดังนี้

1) หญิง 229 คน (ร้อยละ 58.42) 2) ชาย 160 คน (ร้อยละ 40.82) และ 3) ไม่ระบุ 3 คน (ร้อยละ 0.77)

ระดับการศึกษา ที่ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ปริญญาตรี 296 คน (ร้อยละ 75.51) 2) ปริญญาโท 90 คน (ร้อยละ 22.96) และ 2) ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาเอก 3 คนเท่ากัน (ร้อยละ 0.77 เท่ากัน)

ความถี่ในการทำงานที่สำนักงาน ที่ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) 4-5 วัน/สัปดาห์ 192 คน (ร้อยละ 48.98) 2) 2-3 วัน/สัปดาห์ 73 คน (ร้อยละ 18.62) และ 3) 3-4 วัน/สัปดาห์ 72 คน (ร้อยละ 18.37)

2. ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงานแยกตามกลุ่มธุรกิจ (การจัดลำดับความพึงพอใจ)						
	คำปลีก (n = 208)	เทคโนโลยี สารสนเทศ (n = 124)	ขายสินค้า ออนไลน์ (n = 60)	ภาพรวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	S.D.	F	Sig
1. ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ (Reachability and Parking Facilities)	3.32⁽⁹⁾	3.15⁽⁸⁾	3.20⁽⁷⁾	3.25⁽⁹⁾	1.08	2.779	.063
1.1 พื้นที่จอดรถสามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.52	3.52	3.43	3.51	1.05	.752	.472
1.2 พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน	2.96	2.40	2.73	2.75	1.15	.752	.472
1.3 มีจำนวนลิฟต์ที่เพียงพอต่อการใช้งาน	3.52	3.36	3.42	3.46	0.99	9.595	.000
1.4 ระยะเวลาในการรอลิฟต์	3.29	3.32	3.23	3.29	0.96	1.093	.336
2. ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)	3.60⁽⁷⁾	3.58⁽⁶⁾	3.56⁽⁶⁾	3.59⁽⁷⁾	0.88	.290	.749
2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงระหว่างอาคารแต่ละอาคาร ภายในโครงการได้ง่าย	3.75	3.73	3.61	3.72	0.82	.176	.839
2.2 ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์บอกทางต่าง ๆ	3.60	3.66	3.58	3.62	0.85	.622	.538
2.3 มีจำนวนลิฟต์/บันไดเลื่อนที่เพียงพอต่อการใช้งาน	3.74	3.57	3.63	3.67	0.86	.250	.779
2.4 ระยะเวลาการรอลิฟต์โดยสาร	3.33	3.35	3.42	3.35	0.93	1.495	.234
3. ประสิทธิภาพของอาคาร (Efficiency)	3.68⁽⁵⁾	3.61⁽⁵⁾	3.80⁽³⁾	3.68⁽⁴⁾	0.95	1.252	.287
3.1 ท่าเลที่ตั้งของสำนักงาน สะดวกต่อการเดินทาง	3.71	3.57	3.63	3.66	0.97	.216	.806
3.2 อาคารมีทางเข้า-ออกหลายช่องทาง สะดวกต่อ การใช้งาน	3.80	3.77	3.80	3.79	0.85	.818	.442
3.3 ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่	3.64	3.48	3.68	3.60	0.92	2.416	.091
3.3.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.71	3.67	3.71	3.70	0.86	.054	.948
3.3.1.1 พื้นที่โดยรอบอาคาร พื้นที่สันทนาการ/ ทำกิจกรรม	3.82	3.81	3.77	3.81	0.80	.061	.941
3.3.1.2 พื้นที่ต้อนรับ พื้นที่ส่วนพักผ่อน บริเวณลิโอบบี้	3.71	3.68	3.65	3.69	0.87	.186	.830
3.3.1.3 โถงลิฟต์	3.66	3.65	3.73	3.67	0.82	.112	.894
3.3.1.4 พื้นที่ประชุมร่วมกับบุคคลภายนอก องค์กร	3.69	3.65	3.72	3.68	0.88	.239	.788
3.3.1.5 พื้นที่ทำงานร่วมกัน	3.76	3.72	3.75	3.75	0.86	.117	.890
3.3.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.69	3.42	3.78	3.62	0.95	4.688	.010
3.3.2.1 พื้นที่ทำงาน/โต๊ะทำงาน	3.84	3.44	3.98	3.74	0.96	.115	.892
3.3.2.2 พื้นที่สำหรับโทรศัพท์	3.66	3.34	3.67	3.56	0.91	9.394	.000
3.3.2.3 พื้นที่ประชุม/ห้องประชุมภายใน	3.67	3.48	3.78	3.63	0.97	5.371	.005
3.3.2.4 พื้นที่อภิปราย/หารือ	3.59	3.40	3.70	3.54	0.92	2.356	.096

ตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ (ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงานแยกตามกลุ่มธุรกิจ (การจัดลำดับความพึงพอใจ)						
	ค้าปลีก (n = 208)	เทคโนโลยี สารสนเทศ (n = 124)	ขายสินค้า ออนไลน์ (n = 60)	ภาพรวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	S.D.	F	Sig
3.3.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.53	3.35	3.53	3.48	0.94	3.542	.030
3.3.3.1 พื้นที่ห้องน้ำ	4.08	3.90	3.87	3.99	0.88	2.712	.068
3.3.3.2 พื้นที่ห้องพยาบาล/คลินิกโรงพยาบาล	4.13	3.94	3.93	4.04	0.86	2.351	.097
3.3.3.3 ห้องให้นมบุตร	3.49	3.34	3.55	3.45	0.90	2.261	.106
3.3.3.4 ห้อง/พื้นที่จัดเก็บเอกสาร	3.49	3.32	3.65	3.46	0.87	1.530	.218
3.3.3.5 ห้องเตรียมอาหาร	3.75	3.61	3.73	3.70	0.86	3.165	.043
3.3.3.6 พื้นที่พักผ่อนของพนักงาน	3.33	3.40	3.23	3.34	0.98	1.019	.362
3.3.3.7 พื้นที่ปรับ/ถ่ายเอกสาร	3.74	3.41	3.63	3.62	0.80	.300	.741
3.3.3.8 ห้องเครื่องระบบประกอบอาคาร	3.57	3.27	3.52	3.47	0.76	6.774	.001
3.3.3.9 เส้นทางสัญจรภายในพื้นที่ทำงาน	3.64	3.56	3.63	3.62	0.79	6.277	.002
3.3.3.10 พื้นที่จอดรถยนต์	3.26	2.80	3.25	3.11	1.12	.404	.668
3.3.3.11 พื้นที่จอดรถจักรยานยนต์	3.32	3.15	3.32	3.27	0.95	7.460	.001
3.3.3.12 พื้นที่กิจกรรมทางศาสนา	3.33	3.14	3.50	3.30	0.84	1.251	.287
3.3.3.13 พื้นที่เลี้ยงเด็ก	3.05	3.00	3.45	3.10	0.90	4.249	.015
3.3.3.14 พื้นที่สูบบุหรี่	3.07	2.91	3.25	3.05	1.04	5.727	.004
3.3.3.15 พื้นที่ร้านอาหาร	3.47	3.23	3.42	3.39	0.91	2.278	.104
3.3.3.16 พื้นที่ร้านเครื่องดื่ม	3.57	3.40	3.43	3.49	0.88	2.574	.078
3.3.3.17 พื้นที่ออกกำลังกาย (ฟิตเนส โยคะ เต้น ต๋อยมวย ฯลฯ)	3.70	3.47	3.63	3.62	0.91	1.634	.197
3.3.3.18 พื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้ง (ลู่วิ่ง สระว่ายน้ำ สนามบาส วอลเลย์บอล แบดมินตัน ฟุตซอล)	3.58	3.49	3.58	3.55	0.94	2.598	.676
3.4 ขนาดและความเพียงพอของพื้นที่	3.61	3.43	3.67	3.56	0.92	3.295	.038
3.4.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.68	3.60	3.69	3.65	0.86	.452	.636
3.4.1.1 พื้นที่โดยรอบอาคาร พื้นที่สันทนาการ/ ทำกิจกรรม	3.75	3.70	3.65	3.72	0.82	.392	.676
3.4.1.2 พื้นที่ต้อนรับ พื้นที่ส่วนพักคอย บริเวณลิโอบบี้	3.64	3.63	3.70	3.65	0.86	.435	.647
3.4.1.3 โถงลิฟต์	3.61	3.46	3.67	3.57	0.85	.146	.864
3.4.1.4 พื้นที่ประชุมร่วมกับบุคคลภายนอก องค์กร	3.63	3.59	3.72	3.63	0.89	1.612	.201
3.4.1.5 พื้นที่ทำงานร่วมกัน	3.75	3.60	3.73	3.70	0.88	.419	.658

ตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ (ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงานแยกตามกลุ่มธุรกิจ (การจัดลำดับความพึงพอใจ)						
	ค้าปลีก (n = 208)	เทคโนโลยี สารสนเทศ (n = 124)	ขายสินค้า ออนไลน์ (n = 60)	ภาพรวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	S.D.	F	Sig
3.4.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.64	3.39	3.75	3.58	0.93	5.013	.007
3.4.2.1 พื้นที่ทำงาน/โต๊ะทำงาน	3.78	3.35	3.95	3.67	0.97	1.226	.295
3.4.2.2 พื้นที่สำหรับโทรศัพท์	3.65	3.35	3.68	3.56	0.90	11.300	.000
3.4.2.3 พื้นที่ประชุม/ห้องประชุมภายใน	3.57	3.45	3.72	3.55	0.95	4.723	.009
3.4.2.4 พื้นที่อภิปราย/หารือ	3.55	3.39	3.65	3.52	0.91	1.616	.200
3.4.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.52	3.31	3.58	3.46	0.95	4.563	.011
3.4.3.1 พื้นที่ห้องน้ำ	3.97	3.82	3.78	3.89	0.87	2.089	1.25
3.4.3.2 พื้นที่ห้องพยาบาล/คลินิกโรงพยาบาล	4.08	3.79	3.97	3.97	0.85	1.630	.197
3.4.3.3 ห้องให้นมบุตร	3.42	3.27	3.58	3.40	0.87	4.615	.010
3.4.3.4 ห้อง/พื้นที่จัดเก็บเอกสาร	3.46	3.23	3.68	3.42	0.90	2.687	.069
3.4.3.5 ห้องเตรียมอาหาร	3.71	3.44	3.75	3.63	0.84	5.715	.004
3.4.3.6 พื้นที่พักผ่อนของพนักงาน	3.37	3.31	3.45	3.36	0.95	4.712	.010
3.4.3.7 พื้นที่ปาร์ก/ถ่ายเอกสาร	3.74	3.35	3.65	3.60	0.84	.415	.661
3.4.3.8 ห้องเครื่องงานระบบประกอบอาคาร	3.58	3.23	3.62	3.48	0.83	8.465	.000
3.4.3.9 เส้นทางสัญจรภายในพื้นที่ทำงาน	3.60	3.48	3.63	3.57	0.88	8.159	.000
3.4.3.10 พื้นที่จอดรถยนต์	3.16	2.73	3.37	3.06	1.15	.838	.433
3.4.3.11 พื้นที่จอดรถจักรยานยนต์	3.26	3.08	3.38	3.22	0.99	8.496	.000
3.4.3.12 พื้นที่กิจกรรมทางศาสนา	3.36	3.23	3.55	3.35	0.83	2.271	.105
3.4.3.13 พื้นที่เลี้ยงเด็ก	3.15	3.10	3.52	3.19	0.91	3.138	.044
3.4.3.14 พื้นที่สูบบุหรี่	3.12	3.03	3.20	3.10	1.04	4.728	.009
3.4.3.15 พื้นที่ร้านอาหาร	3.51	3.27	3.53	3.44	0.88	.575	.563
3.4.3.16 พื้นที่ร้านเครื่องดื่ม	3.55	3.35	3.57	3.49	0.92	3.062	.048
3.4.3.17 พื้นที่ออกกำลังกาย (ฟิตเนส โยคะ เต้น ต่อยมวย ฯลฯ)	3.68	3.45	3.63	3.60	0.93	2.048	.130
3.4.3.18 พื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้ง (ลู่วิ่ง สระว่ายน้ำ สนามบาส วอลเลย์บอล แบดมินตัน ฟุตบอล)	3.63	3.44	3.57	3.56	0.95	2.429	.089
3.5 ระดับความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดาน	4.00	4.09	4.12	4.05	0.84	1.716	.181
3.6 การใช้สีและวัสดุสำหรับการตกแต่งพื้นที่	3.70	3.87	3.93	3.79	0.95	.680	.507
3.7 ความเพียงพอของอุปกรณ์เครื่องใช้ เช่น โต๊ะทำงาน เก้าอี้ ตู้ชั้นเก็บเอกสารและของใช้ส่วนตัว เป็นต้น	3.44	3.19	3.73	3.40	1.03	2.124	.121

ตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ (ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงานแยกตามกลุ่มธุรกิจ (การจัดลำดับความพึงพอใจ)						
	ค้าปลีก (n = 208)	เทคโนโลยี สารสนเทศ (n = 124)	ขายสินค้า ออนไลน์ (n = 60)	ภาพรวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	S.D.	F	Sig
3.8 อาคารมีการออกแบบ Universal Design ที่สามารถรองรับการใช้งานของ ผู้พิการ ผู้ทุพพลภาพ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ห้องน้ำคนพิการ ที่จอดรถ ฯลฯ ได้	3.57	3.46	3.80	3.57	0.97	6.071	.003
4. ความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ (Flexibility)	3.63⁽⁶⁾	3.55⁽⁷⁾	3.64⁽⁴⁾	3.60⁽⁶⁾	0.85	2.106	.123
4.1 พื้นที่สำนักงานมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้	3.63	3.50	3.67	3.59	0.87	2.507	.083
4.2 พื้นที่สำนักงานสอดคล้องกับกิจกรรมการทำงาน/กิจกรรมการใช้งาน	3.63	3.60	3.62	3.62	0.83	1.062	.374
5. ความปลอดภัย (Safety)	3.89⁽¹⁾	3.86⁽¹⁾	3.86⁽¹⁾	3.88⁽¹⁾	0.83	.010	.990
5.1 การออกแบบพื้นที่ให้มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน	3.78	3.81	3.82	3.80	0.81	.023	.978
5.2 การเลือกใช้อุปกรณ์ตกแต่งที่เป็นมิตรต่อสุขภาพของผู้ใช้งานอาคาร	3.75	3.79	3.87	3.78	0.89	.054	.948
5.3 การจัดให้มีพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.93	3.90	3.87	3.91	0.80	.453	.636
5.4 การจัดให้มีกล้องวงจรปิด (CCTV)	3.90	3.90	3.73	3.88	0.84	.142	.868
5.5 การจัดให้มีระบบแจ้งเหตุ ระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย	4.00	3.94	4.00	3.98	0.79	.994	.371
5.6 การจัดให้มีการจัดการความปลอดภัยในการใช้ลิฟต์/บันไดเลื่อน	3.97	3.84	3.85	3.91	0.83	.215	.807
6. รูปแบบการจัดพื้นที่ (Spatial Orientation)	3.88⁽²⁾	3.76⁽³⁾	3.83⁽²⁾	3.84⁽²⁾	0.87	2.783	.063
6.1 มีสัญลักษณ์ที่ทันสมัย สวยงาม การออกแบบและตกแต่งมีความสอดคล้อง และสามารถสื่อถึงบริบทของธุรกิจองค์กร	3.87	3.65	3.78	3.79	0.87	2.304	.101
6.1.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	4.02	3.90	3.90	3.96	0.82	1.088	.338
6.1.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.74	3.45	3.68	3.64	0.90	1.076	.342
6.1.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.84	3.61	3.77	3.76	0.84	4.098	.017
6.2 ความสวยงามโดยรวมของพื้นที่สำนักงาน	3.90	3.86	3.88	3.89	0.86	2.883	.057
7. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	3.50⁽⁸⁾	3.05⁽⁹⁾	3.62⁽⁵⁾	3.38⁽⁸⁾	1.01	4.232	.015
7.1 ความเป็นส่วนตัวในระหว่างทำงาน	3.44	2.98	3.55	3.31	1.04	.068	.934
7.2 พื้นที่ความเป็นส่วนตัว (ขนาด เฟอร์นิเจอร์)	3.57	3.12	3.68	3.44	0.97	9.593	.000
8. สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ (Health and Physical Well-being)	3.83⁽³⁾	3.78⁽²⁾	3.80⁽³⁾	3.81⁽³⁾	0.87	.512	.600
8.1 ความสะอาด	3.96	3.85	3.91	3.92	0.85	3.000	.051
8.1.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	4.06	3.98	4.00	4.02	0.81	10.945	.000
8.1.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.88	3.80	3.82	3.85	0.89	.420	.657

ตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ (ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงานแยกตามกลุ่มธุรกิจ (การจัดลำดับความพึงพอใจ)						
	ค้าปลีก (n = 208)	เทคโนโลยี สารสนเทศ (n = 124)	ขายสินค้า ออนไลน์ (n = 60)	ภาพรวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	S.D.	F	Sig
8.1.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.92	3.79	3.92	3.88	0.84	.403	.669
8.2 เสียง (ระดับความดังของเสียงไม่ส่งผลให้เกิดการ รบกวนการทำงาน)	3.73	3.58	3.72	3.68	0.88	1.267	.283
8.2.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.86	3.78	3.78	3.82	0.86	1.032	.357
8.2.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.63	3.44	3.67	3.57	0.90	.403	.668
8.2.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.70	3.52	3.72	3.65	0.86	1.945	.144
8.3 แสงสว่าง (ระดับความสว่างของแสงเพียงพอและ เหมาะสมต่อการใช้งานในแต่ละพื้นที่)	3.90	3.90	3.82	3.89	0.87	.167	.846
8.3.1 แสงสว่างจากหลอดไฟ	3.89	3.83	3.79	3.85	0.89	.223	.800
8.3.1.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.90	3.74	3.80	3.84	0.93	2.064	.128
8.3.1.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.83	3.85	3.77	3.83	0.90	.376	.687
8.3.1.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.93	3.89	3.82	3.90	0.83	.191	.826
8.3.2 แสงสว่างจากธรรมชาติ	3.90	3.98	3.85	3.92	0.85	.388	.678
8.3.2.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	4.00	4.02	3.92	4.00	0.82	.471	.625
8.3.2.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.82	3.94	3.80	3.86	0.89	.367	.693
8.3.2.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.88	3.98	3.83	3.90	0.85	.862	.423
8.4 คุณภาพอากาศ	3.75	3.78	3.76	3.76	0.87	.072	.931
8.4.1 ระดับอุณหภูมิและระดับแรงลมของ ระบบปรับอากาศ	3.78	3.84	3.74	3.79	0.84	.620	.539
8.4.1.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.85	3.90	3.73	3.85	0.82	.733	.481
8.4.1.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.72	3.79	3.73	3.74	0.86	.874	.418
8.4.1.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.76	3.81	3.75	3.78	0.84	.254	.776
8.4.2 อากาศถ่ายเทได้ดี ไม่อับชื้น ไม่มีกลิ่นไม่พึงประสงค์	3.86	3.83	3.82	3.85	0.88	.117	.890
8.4.2.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.92	3.94	3.80	3.91	0.85	.196	.822
8.4.2.2 พื้นที่ส่วนตัว	3.82	3.77	3.80	3.80	0.92	.576	.563
8.4.2.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.85	3.79	3.85	3.83	0.87	.106	.900
8.4.3 ระดับฝุ่น/ฝุ่น PM 2.5 ที่ส่งผลต่อการหายใจ	3.60	3.66	3.72	3.64	0.88	.131	.877
8.4.3.1 พื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่สาธารณะ	3.64	3.65	3.68	3.65	0.86	.178	.837
8.4.3.2 พื้นที่ส่วนตัว (private area)	3.61	3.65	3.73	3.64	0.90	.062	.940
8.4.3.3 พื้นที่ส่วนสนับสนุน	3.56	3.68	3.73	3.63	0.89	.430	.651

ตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มธุรกิจและการจัดลำดับความพึงพอใจ (ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงานแยกตามกลุ่มธุรกิจ (การจัดลำดับความพึงพอใจ)						
	คำปลีก (n = 208)	เทคโนโลยี สารสนเทศ (n = 124)	ขายสินค้า ออนไลน์ (n = 60)	ภาพรวม 3 กลุ่มธุรกิจ (n = 392)	S.D.	F	Sig
9. ความยั่งยืน (Sustainability)	3.70 ⁽⁴⁾	3.62 ⁽⁴⁾	3.62 ⁽⁵⁾	3.66 ⁽⁵⁾	0.93	.015	.985
9.1 การเลือกวัสดุก่อสร้างและตกแต่งอาคารที่เป็นมิตร ทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและผู้ใช้งานอาคาร	3.84	3.79	3.73	3.81	0.81	1.173	.311
9.2 การจัดการพลังงานภายในอาคาร	3.90	3.75	3.80	3.84	0.82	4.07	.666
9.3 นโยบายและการดำเนินการในการบริหารจัดการอาคาร	3.63	3.62	3.62	3.63	0.95	.340	.712
9.3.1 การให้บริการดูแลและบำรุงรักษาพื้นที่สำนักงาน	3.81	3.72	3.67	3.76	0.88	1.353	.260
9.3.2 การรับเรื่องแจ้งซ่อม	3.57	3.60	3.62	3.59	0.95	.781	.459
9.3.3 ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการแจ้งซ่อม/ แก้ไขงาน	3.51	3.55	3.58	3.54	0.99	.095	.909
9.4 บริการด้านยานพาหนะในการเดินทาง	3.43	3.33	3.33	3.38	1.06	.126	.881
รวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจทั้ง 9 ด้าน	3.67 ⁽¹⁾	3.55 ⁽²⁾	3.66 ⁽³⁾	3.63	0.94	1.155	.316

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปผลระดับความพึงพอใจของพนักงานแต่ละกลุ่มธุรกิจต่อการใช้งานพื้นที่สำนักงาน ดังนี้

กลุ่มธุรกิจคำปลีก ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมทั้ง 9 ด้านอยู่ที่ 3.67 ความพึงพอใจ 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 5 ความปลอดภัย (3.89) 2) ด้านที่ 6 รูปแบบการจัดพื้นที่ (3.88) และ 3) ด้านที่ 8 สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ (3.83) ด้านหัวข้อย่อยของการประเมินเรียงลำดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่ห้องพยาบาล/คลินิก รักษาพยาบาล (4.13) 2) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่ห้องน้ำ และขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนสนับสนุนบริเวณพื้นที่ห้องพยาบาล/คลินิก รักษาพยาบาล (4.08 เท่ากัน) และ 3) ด้านที่ 8 สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ คือ ความสะอาดบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ (4.06) และสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจ

ต่ำสุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ คือ พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน (2.96) 2) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่เลี้ยงเด็ก (3.05) และ 3) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณสุขาบุหรื (3.07)

กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมทั้ง 9 ด้านอยู่ที่ 3.55 เรียงลำดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 5 ความปลอดภัย (3.86) 2) ด้านที่ 8 สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ (3.78) และ 3) ด้านที่ 6 รูปแบบการจัดพื้นที่ (3.76) ด้านหัวข้อย่อยของการประเมินเรียงลำดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ระดับความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดาน (4.09) 2) ด้านที่ 8 สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ คือ แสงสว่างจากธรรมชาติบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ (4.02) และ 3) ด้านที่ 8 สุขภาพและความ

เหมาะสมทางกายภาพ คือ ความสะอาดบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ และแสงสว่างจากธรรมชาติบริเวณพื้นที่ส่วนสนับสนุน (3.98) และสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจต่ำสุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ คือ พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน (2.40) 2) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่จอดรถยนต์ (2.73) และ 3) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่จอดรถยนต์ (2.80)

กลุ่มธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ผลวิจัยพบว่าความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมทั้ง 9 ด้านอยู่ที่ 3.66 เรียงลำดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 5 ความปลอดภัย (3.86) 2) ด้านที่ 6 รูปแบบการจัดพื้นที่ (3.83) และ 3) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร (3.80) ด้านหัวข้อย่อยของการประเมินเรียงลำดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ระดับความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดาน (4.12) 2) ด้านที่ 5 ความปลอดภัย คือ การจัดให้มีระบบแจ้งเหตุ ระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย และด้านที่ 8 สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ คือ ความสะอาดบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ (4.00 เท่ากัน) และ 3) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร คือ ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนตัวบริเวณพื้นที่ทำงาน/โต๊ะทำงาน (3.98) และสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจต่ำสุด 3 อันดับแรกดังนี้ 1) ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ คือ พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน (2.73) 2) ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ คือ ระยะเวลาในการรอลิฟต์ (3.23) และ 3) ด้านที่ 9 ความยั่งยืน คือ บริการด้านยานพาหนะในการเดินทาง (3.33)

3. สรุปผลความพึงพอใจเฉลี่ยของทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ จากตารางที่ 2 พบว่ามีความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมทั้ง 9 ด้านอยู่ที่ 3.63 และมีค่าเฉลี่ย

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ที่ 0.94 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีความแตกต่างของคำตอบน้อย โดยสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากสูงที่สุดไปต่ำที่สุด ได้ดังนี้

1) ด้านที่ 5 ความปลอดภัย (3.88) โดยทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ด้านที่ 6 รูปแบบการจัดพื้นที่ (3.84) โดยพบข้อคำถามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวน 1 ข้อคำถาม คือ มีรูปลักษณะที่ทันสมัย สวยงาม การออกแบบและตกแต่งมีความสอดคล้องและสามารถสื่อถึงบริบทของธุรกิจองค์กรของพื้นที่ส่วนสนับสนุน (Sig. = 0.017)

3) ด้านที่ 8 สุขภาพและความเหมาะสมทางกายภาพ (3.81) โดยพบข้อคำถามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวน 1 ข้อคำถาม คือ ความสะอาดพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ (Sig. = 0.000)

4) ด้านที่ 3 ประสิทธิภาพของอาคาร (3.68) โดยพบข้อคำถามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวน 20 ข้อคำถาม ดังนี้ (1) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่บริเวณพื้นที่ส่วนตัว ประกอบด้วย (1.1) พื้นที่สำหรับโทรศัพท์ และ (1.2) พื้นที่ประชุม/ห้องประชุมภายใน จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่บริเวณพื้นที่ส่วนตัว (Sig. = 0.010) (2) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่บริเวณพื้นที่ส่วนสนับสนุน ดังนี้ (2.1) ห้องเตรียมอาหาร (2.2) ห้องเครื่องนาระบบประกอบอาคาร (2.3) เส้นทางสัญจรภายในพื้นที่ทำงาน (2.4) พื้นที่จอดรถจักรยานยนต์ (2.5) พื้นที่เลี้ยงเด็ก และ (2.6) พื้นที่สูบบุหรี่ จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่บริเวณพื้นที่ส่วนสนับสนุน (Sig. = 0.030) (3) ขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนตัว ประกอบด้วย (3.1) พื้นที่สำหรับ

โทรศัพท์ และ (3.2) พื้นที่ห้องประชุม/ห้องประชุมภายใน จึงส่งผลให้ค่าเฉลี่ยขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนตัว (Sig. = 0.007) (4) ขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนสนับสนุน ประกอบด้วย (4.1) ห้องให้นมบุตร (4.2) ห้องเตรียมอาหาร (4.3) พื้นที่พักผ่อนของพนักงาน (4.4) ห้องเครื่องงานระบบประกอบอาคาร (4.5) เส้นทางสัญจรภายในพื้นที่ทำงาน (4.6) พื้นที่จอดรถจักรยานยนต์ (4.7) พื้นที่เลี้ยงเด็ก (4.8) พื้นที่สูบบุหรี่ และ (4.9) พื้นที่ร้านเครื่องดื่ม (Sig. = 0.048) ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนสนับสนุน (Sig. = 0.011) และส่งผลให้ค่าเฉลี่ยภาพรวมของขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ทั้ง 3 บริเวณ (Sig. = 0.038) และ (5) อาคารมีการออกแบบ Universal Design ที่สามารถรองรับการใช้งานของผู้พิการ ผู้ทุพพลภาพ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ห้องน้ำคนพิการ ที่จอดรถ ฯลฯ ได้ (Sig. = 0.003)

5) ด้านที่ 9 ความยั่งยืน (3.66) โดยทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6) ด้านที่ 4 ความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ (3.60) โดยทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7) ด้านที่ 2 ความสะดวกในการเข้าถึง (3.59) โดยทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

8) ด้านที่ 7 ความเป็นส่วนตัว (3.38) โดยพบข้อคำถามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวน 1 ข้อคำถาม คือ พื้นที่ความเป็นส่วนตัว (ขนาด เพอร์ซิเจอร์) (Sig. = 0.000) ซึ่งส่งผลให้ค่าเฉลี่ยภาพรวมของความเป็นส่วนตัว (Sig. = 0.015)

9) ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงและที่จอดรถ (3.25) โดยพบข้อคำถามที่แสดงถึงความ

สัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวน 1 ข้อคำถาม คือ มีจำนวนลิฟต์ที่เพียงพอต่อการใช้งาน (Sig. = 0.000)

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่สำนักงาน ทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจที่อยู่ในอาคารสำนักงานเดียวกันและต้องใช้พื้นที่สำนักงานร่วมกัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามของทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันในทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านที่ 5 ความปลอดภัยในการใช้งานอาคารที่มีค่าเฉลี่ยภาพรวมทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจสูงเป็นอันดับที่ 1 และโดยพบข้อคำถามที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและความพึงพอใจหลังการใช้งานพื้นที่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 ในข้อคำถามย่อยในด้านที่ 1, 3, 6 และ 8 ไม่มีผลต่อค่านัยสำคัญทางสถิติ ในภาพรวมของการประเมินของหัวข้อนั้น ๆ ยกเว้นด้านที่ 7 ความเป็นส่วนตัว ที่พบค่านัยสำคัญทางสถิติ ในภาพรวมของการประเมิน (Sig. = 0.015)

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานในประเด็นที่ใกล้เคียงกันและสัมพันธ์กัน ในองค์ประกอบพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะและพื้นที่ส่วนสนับสนุน โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะมากที่สุด ส่วนพื้นที่ส่วนสนับสนุนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Jones Lang LaSalle (2022) ที่กล่าวว่าพนักงานกว่าร้อยละ 70 มักเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณพื้นที่สาธารณะเป็นประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งจากผลความพึงพอใจจะเห็นว่าประเด็นในเรื่องของความเพียงพอต่อการใช้งานของพื้นที่จอดรถเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Human Soft (2021) ที่กล่าวว่า องค์กรจึงควรต้องคำนึงถึงคุณภาพชีวิต ความต้องการของ

พนักงานควบคู่ไปกับประโยชน์ขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมดีหรือไม่ การเดินทางสะดวกหรือไม่ และมีพื้นที่ที่เพียงพอหรือไม่ และยังสอดคล้องกับ Frasers Property (2023) ที่กล่าวว่า บรรยากาศที่ดี (Productive Environment) ยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานออฟฟิศได้ ซึ่งการสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้งานอาคารนี้ สอดคล้องกับ Graver (2001), Griffin และ Hauser (1993), Barrett (1995) และ Horgen & Sheridan (1996) ที่กล่าวว่า จะช่วยให้ผู้บริหารพื้นที่สำนักงาน และองค์กรเองได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานอาคาร และสอดคล้องกับ Gerpott et al. (2001) และ Wiele et al. (2002) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ เป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ

สรุปผล

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจค้าปลีก มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่ห้องพยาบาล/คลินิกรักษาพยาบาล 2) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่ห้องน้ำ และขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนสนับสนุนบริเวณพื้นที่ห้องพยาบาล/คลินิกรักษาพยาบาล และ 3) ความสะอาดบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานต่ำสุด 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน 2) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่เลี้ยงเด็ก และ 3) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณสุขาบุรี่

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) ระดับความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดาน 2) แสงสว่างจากธรรมชาติ

บริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ และ 3) ความสะอาดบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ และแสงสว่างจากธรรมชาติบริเวณพื้นที่ส่วนสนับสนุน และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานต่ำสุด 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน 2) ขนาดและความเพียงพอของพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่จอดรถยนต์ และ 3) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนพื้นที่สนับสนุนบริเวณพื้นที่จอดรถยนต์

กลุ่มธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานสูงสุด 3 อันดับแรก ดังนี้ 1) ระดับความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดาน 2) การจัดให้มีระบบแจ้งเหตุ ระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย และความปลอดภัยบริเวณพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ และ 3) ความเหมาะสมของการจัดสรรพื้นที่ส่วนตัวบริเวณพื้นที่ทำงาน/โต๊ะทำงาน และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานต่ำสุด 3 อันดับแรก 1) พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการใช้งาน 2) ระยะเวลาในการรอลิฟต์ (ที่จอดรถ) และ 3) บริการด้านยานพาหนะในการเดินทาง

ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบพื้นที่สำนักงานในประเด็นที่ใกล้เคียงกัน และสัมพันธ์กันในองค์ประกอบพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะและพื้นที่ส่วนสนับสนุน โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจมีความพึงพอใจต่อพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะมากที่สุด ส่วนพื้นที่ส่วนสนับสนุนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ส่วนประเด็นที่มีแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มธุรกิจคือเรื่องของ “ความเป็นส่วนตัว” โดยพบว่ากลุ่มธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจขายสินค้าออนไลน์นั้นค่อนข้างพึงพอใจต่อความเป็นส่วนตัวในระหว่างทำงาน อาจเนื่องจากลักษณะธุรกิจมีความคล้ายคลึงกันโดยเน้นเรื่องของการขายสินค้าเป็นหลักที่ต้องมีการติดต่อ พูดคุย ประสานงานกันตลอดเวลา ส่วนกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศต้องการความเป็นส่วนตัวในระหว่างทำงานสูงกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อาจเนื่องจากเป็นธุรกิจที่

เน้นการให้บริการ การพัฒนาระบบ และแก้ไขปัญหาเมื่อระบบเทคโนโลยีเกิดขัดข้อง ที่อาจต้องใช้ความสงบและสมาธิในการทำงานสูงกว่าปกติ

ข้อเสนอแนะ

การออกแบบพื้นที่สำนักงานนอกจากจะต้องคำนึงถึงพื้นที่ส่วนตัวหรือพื้นที่สำหรับทำงานแล้ว ปัจจัยด้านพื้นที่ส่วนสนับสนุนก็ถือเป็นพื้นที่ที่ต้องให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของการจัดสรรให้เหมาะสมให้มีขนาดและความเพียงพอต่อการใช้งาน โดยเฉพาะพื้นที่จอดรถ ซึ่งอาจพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของสำนักงานและความสะดวกในการเดินทางด้วยการใช้ระบบขนส่งสาธารณะโดยเฉพาะรถไฟฟ้าเป็นสำคัญ และเนื่องด้วยในปัจจุบันพฤติกรรมการทำงานและความต้องการของพนักงานได้เปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและวัยของกลุ่มคนทำงาน (Generation) แต่พื้นที่สำนักงานนั้นปรับเปลี่ยนได้ยากเนื่องจากข้อจำกัดต่าง ๆ ทางด้านกายภาพของอาคารและพื้นที่ หากจะมีการปรับเปลี่ยนจะต้อง

มีการจัดเตรียมงบประมาณจำนวนมหาศาล จึงต้องอาศัยการจัดการการให้บริการภายในพื้นที่สำนักงานที่ดีควบคู่กันไปด้วยเพื่อเป็นการยืดอายุการใช้งานของพื้นที่สำนักงานนั้น ๆ องค์กรจึงควรต้องมีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อพื้นที่สำนักงานอย่างต่อเนื่องหรืออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้ทราบว่าพื้นที่สำนักงานที่มีอยู่ทั้งพื้นที่ส่วนหน้าหรือพื้นที่ส่วนสาธารณะ พื้นที่ส่วนตัว และพื้นที่ส่วนสนับสนุน ที่มีอยู่ในปัจจุบันยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้งาน และยังสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมการรับมือและเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการพื้นที่สำนักงานต่อไป เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อยอดงานวิจัยจึงควรทำการศึกษาในอาคาร/โครงการอื่น ๆ ที่อาจมีกลุ่มธุรกิจมีลักษณะเดียวกันหรือแตกต่างกัน เพื่อเป็นการขยายขอบเขตของการศึกษาและต่อยอดผลของงานวิจัยให้เป็นที่ประจักษ์มากยิ่งขึ้น

References

- Affinity Solution. (2020). *Voice of the customer*. <https://www.thailandcontactcenter.com/voiceofcustomer/> [in Thai]
- Barrett, P. (1995). *Facilities management: Towards best practice*. Blackwell Science.
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2007). *Management: Leading and collaborating in a competitive world* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Chaiprasien, B. (2017). *The assessment of user satisfaction of workplace change: A case study of MJETS private jet terminal, Don Mueang Airport* (Independent study for the Master's degree). Thammasat University. [in Thai]
- Buranakul, A. (2019). *Workplace strategy: The game that CEOs must know*. Laisen Publishing Co., Ltd. [in Thai]
- CAF-M. (2023). *Number of users of the Tara building*. CAF-M, CP All Public Company Limited. [in Thai]
- Encyclopedia. (2018). *Trends in modern office design and considerations for choosing office furniture*. <https://www.wazzadu.com/article/2596> [in Thai]

- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). Sage.
- Frasers Property. (2022). *The future of the workplace in a hybrid society issue 3/2022*. RedPaper. [in Thai]
- Frasers Property. (2023). *Unlocking success in office building three keys for tenant attraction and retention issue 5/2023*. RedPaper. [in Thai]
- Jones Lang LaSalle. (2022). *3 Things office workers want in the workplace: Survey of employees in major cities around the world reveals*. <https://www.jll.co.th/th/trends-and-insights/workplace/three-things-workers-now-want-from-the-office0> [in Thai]
- Gerpott, T., Rams, W., & Schindler, A. (2001). Customer retention, loyalty and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market. *Telecommunications Policy*, 25(4), 249-269.
- Graver, M. S. (2001). Listening to customers. *Management Science*, 16(2), 41-54.
- Griffin, A., & Hauser, J. R. (1993). The voice of the customer. *Marketing Science*, 12(3), 1-27.
- Horgen, T., & Sheridan, S. (1996). Post-occupancy evaluation of facilities: A participatory approach to programming and design. *Facilities*, 14(7/8), 16-25.
- Human Soft. (2021). *How should HR manage when moving offices? (Office relocation)*. <https://www.humansoft.co.th/th/blog/office-relocation> [in Thai]
- Krungsri Research. (2024). *Industry Outlook 2024-2026: Office building in BMR*. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/real-estate/commercial-buildings-in-bmr/io/office-building-2024-2026> [in Thai]
- Meehanpong, P., & Chatdokmaiprai, K. (2018). Assessing quality of research instrument in nursing research. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 19(1), 9-15. [in Thai]
- Middlehurst, G., Yao, R., Jiang, L., Deng, J., Clements-Croome, D., & Adams, G. (2018). A preliminary study on post-occupancy evaluation of four office buildings in the UK based on the Analytic Hierarchy Process. *Intelligent Buildings International*, 10(2), 1-13.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Preiser, W. F. E. (1988). *Post-occupancy evaluation*. Van Nostrand Reinhold.
- Raijai, K. (2017). *Voice of customer*. <https://prezi.com/ktyjz8ftg4pj/voice-of-customer/> [in Thai]
- Van der Voordt, T. J. M. (2004). An integral tool for diagnostic evaluation of non-territorial offices. In B. Martens, & A. G. Keul (Eds.), *Designing social innovation, planning, building, evaluating* (pp. 241-250). Hogrefe & Huber Publishers.
- Van der Voordt, T. J. M., & Van Wegen, H. B. R. (2005). *Architecture in use: An introduction to the programming, design, and evaluation of buildings*. Architecture Press.
- Wiele, T. V. D., Boselie, P., & de Hesselink, M. (2002). Empirical evidence for the relationship between customer satisfaction and business performance. *Managing Service Quality*, 12(3), 184-193.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.

Yawongsa, M. (2017). *An evaluation of users' satisfaction of office building in Bangkok central business district area* (Independent study for the Master's degree). Thammasat University. [in Thai]



Name and Surname: Chissanucha Khunjong

Highest Education: Master of Architecture, Chulalongkorn University

Affiliation: Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

Field of Expertise: Construction Management and Architecture



Name and Surname: Kongkoon Tochaiwat

Highest Education: Ph.D. (Civil Engineering) Construction Engineering and Management, Chulalongkorn University

Affiliation: Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

Field of Expertise: Real Estate Project Development, Construction Management, Real Estate Strategic Management, and Real Estate Research