

การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงาน
สำหรับช่างภาพมืออาชีพ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ “การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงาน สำหรับช่างภาพมืออาชีพ” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนพล วีราสา ที่ได้ช่วยเหลือแนะนำแนวคิดให้คำปรึกษา และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่ได้ให้ความรู้ ข้อชี้แนะ และคอยให้กำลังใจ ตลอดจนอาจารย์ทุกท่านตลอดการศึกษาที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ แก่ผู้วิจัยจนสามารถนำความรู้มาใช้ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณเพื่อน EI 18A ทุกคน ที่ช่วยให้การเรียนเป็นไปด้วยความสนุกสนาน คอยช่วยเหลือสนับสนุน ให้กำลังใจกันเสมอมา และขอบคุณ “วิน” ศตพล กมลโชติ, “บอส” ภูริต ธนกาพย์ ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมาไม่ว่าจะเหนื่อยหรือท้อแท้เพียงใดจนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าทั้งหลายที่ได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูทเวทีแด่บิดามารดา และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางสาวอริษา แสงชัย

การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวคิดธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงานสำหรับช่างภาพมืออาชีพ
A FEASIBILITY STUDY ON BUSINESS CONCEPT OF PROVIDING WORKSPACE
SERVICES FOR PROFESSIONAL PHOTOGRAPHERS

นางสาวอริษา แสงชัย 5850065

กจ.ม. (การจัดการมหาบัณฑิต)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา, ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.วินัย วงศ์สุรวัดน์, ดร.ตฤณ ธนานุศักดิ์

บทคัดย่อ/บทสรุปผู้บริหาร

ฟรีแลนซ์ เป็นอาชีพที่เริ่มขยายตัวมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งทำให้รูปแบบการทำงานไม่ต้องถูกจำกัดด้วยพื้นที่และเวลาอีกต่อไป และจากการพัฒนาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมการถ่ายภาพได้เปิดโอกาสให้ผู้สนใจในการถ่ายภาพสามารถมีกล้องเป็นของตัวเองเข้าถึงศาสตร์ของการถ่ายภาพเพื่อทำเป็นงานอดิเรกจากความรักจนกลายเป็นอาชีพ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาไปเป็นอาชีพหลัก ต้องหมั่นเรียนรู้และฝึกฝนในทุกๆ โอกาส จนมีทักษะในการถ่ายภาพที่ควบคุมคุณภาพได้ และต้องผ่านกระบวนการทำงานหลายขั้นตอนรวมเวลาเดินทาง เวลาถ่ายภาพ เวลาตัดแต่งภาพ เวลาจัดส่งงานได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

บริการให้เช่าพื้นที่ทำงาน (Coworking Space) สำหรับช่างภาพมืออาชีพนี้เกิดขึ้นจากความเข้าใจอย่างลึกซึ้งของหนึ่งในทีมที่เป็นช่างภาพมืออาชีพ ได้สังเกตเห็นปัญหาของการขาดสถานที่พัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่องและความต้องการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานของกลุ่มช่างภาพด้วยกัน จึงเกิดเป็น Photolution “โคเวิร์กกิ้ง สเปซสำหรับกลุ่มช่างภาพโดยเฉพาะ” โดยบริการที่มอบให้ทั้งหมดถูกออกแบบมาอย่างเข้าใจจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกและสำรวจด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นช่างภาพในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 87 จากจำนวน 40 คน มีความต้องการใช้บริการ Photolution ที่เป็นสถานที่บ่มเพาะและส่งเสริมการพัฒนาทักษะของช่างภาพมืออาชีพ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการทำงานของช่างภาพโดยเฉพาะ ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น ด้วยบริการ 4 ส่วนหลัก คือ 1. อะคาเดมี่ (เวิร์คช็อปตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน ไปจนถึงขั้นสูงและห้องซ้อมถ่ายภาพ) เพื่อการพัฒนาทักษะที่จำเป็นและฝึกฝนทักษะได้อย่างต่อเนื่อง 2. ที่นั่งทำงาน ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการนั่งทำงานของช่างภาพ 3. สตูดิโอให้เช่า ที่มีขนาดได้มาตรฐานและอุปกรณ์คุณภาพครบชุดพร้อมใช้งาน ไม่จำเป็นต้องเช่าอุปกรณ์ใดๆ เพิ่มให้เสียค่าใช้จ่าย และ 4. เสน่ห์ให้เช่า พร้อมบริการรับ – ส่ง ครอบคลุมพื้นที่ตามจุดรถไฟฟ้า BTS เพิ่มความสะดวกสบาย

คำสำคัญ : พื้นที่ทำงาน/ Coworking/ ช่างภาพ/ พัฒนาทักษะ/ ฟรีแลนซ์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ/บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
บทที่ 2 สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	4
2.1 สภาพแวดล้อม	4
2.2 การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	6
2.2.1 ปัจจัยทางการเมืองและนโยบาย	7
2.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	8
2.2.3 ปัจจัยทางสังคม	9
2.2.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี	9
บทที่ 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน	11
3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	11
3.1.1 การคุกคามของกลุ่มรายใหม่	11
3.1.2 อำนาจการต่อรองของลูกค้า	11
3.1.3 การคุกคามของสินค้าทดแทน	12
3.1.4 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์	13
3.1.5 การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่	14
3.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน	14
3.2.1 ความสำเร็จในการแข่งขัน	14
3.2.2 ความเสียเปรียบเชิงกลยุทธ์	15
3.2.3 โอกาสในการเติบโต	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.4 อุปสรรคทางธุรกิจ	15
3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	16
3.3.1 คู่แข่งทางตรง	16
3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม	16
บทที่ 4 แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	19
4.1 แนวคิดธุรกิจ	19
4.1.1 วิสัยทัศน์	20
4.1.2 พันธกิจ	20
4.1.3 ความหมายของแบรนด์	20
4.1.4 สินค้าและบริการ	20
4.1.5 สถานที่ประกอบการ	21
4.1.6 การตกแต่งภายใน	24
4.2 รูปแบบธุรกิจ	25
4.2.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	25
4.2.2 ความสามารถในการให้บริการ	39
4.2.3 อัตราค่าบริการเฉลี่ย	39
4.2.4 คุณค่าที่คาดว่าจะผู้ใช้บริการจะได้รับ	40
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ	42
5.1 บทสรุป	42
5.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ	42
บรรณานุกรม	44
ภาคผนวก	45
ภาคผนวก ก การวิจัยการตลาด	46
ภาคผนวก ข การวิจัยพฤติกรรมช่างภาพ	60
ประวัติผู้วิจัย	63

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – เวิร์คช็อปประเภท Portrait	26
4.2	รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – เวิร์คช็อปประเภท Lighting	27
4.3	รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – เวิร์คช็อปประเภท Product	28
4.4	รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – เวิร์คช็อปประเภท Post-processing	30
4.5	อุปกรณ์สำหรับเวิร์คช็อป	31
4.6	รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – ห้องซ้อม	31
4.7	รายละเอียดบริการเช่าพื้นที่ทำงาน	32
4.8	อุปกรณ์สำหรับพื้นที่ทำงาน	33
4.9	รายละเอียดบริการเช่าสตูดิโอ	34
4.10	อุปกรณ์สำหรับสตูดิโอ	35
4.11	รายละเอียดบริการเช่าเลนส์	37
4.12	อุปกรณ์เลนส์ให้เช่า	38
4.13	ความสามารถในการให้บริการของ Photolution	39
4.14	อัตราค่าบริการเฉลี่ยของ Photolution	40

สารบัญญรูปภาพ

รูปภาพ		หน้า
2.1	การคาดการณ์จำนวน Coworking Space ทั่วโลกภายในปี 2012	4
2.2	การคาดการณ์จำนวนสมาชิก Coworking ทั่วโลกภายในปี 2012	5
2.3	การเช่าพื้นที่ของผู้ให้บริการ Coworking ในสหรัฐ ตั้งแต่ปี 2014	5
2.4	จำนวนโคเวิร์กกิ้ง สเปซในประเทศไทย	6
2.5	แผนงานรถไฟฟ้า 11 สาย	8
3.1	ข้อแตกต่างระหว่างการทำงานที่บ้าน ร้านกาแฟ และ Coworking Space	12
3.2	ปริมาณและความต้องการตลาดสำนักงานกรุงเทพฯ	13
3.3	จุดให้บริการรับ – ส่งเลนส์บน BTS สายสุขุมวิทและสายสีลม	18
4.1	ตำแหน่งที่ตั้งบริษัท	19
4.2	แสดงสัญลักษณ์ของแบรนด์ “Photolution”	20
4.3	อาคารสถานประกอบการ	21
4.4	ผังพื้นที่ชั้นที่ 1	22
4.5	ผังพื้นที่ชั้นที่ 2	23
4.6	ผังพื้นที่ชั้นที่ 3	23
4.7	ผังพื้นที่ชั้นที่ 4	24
4.8	การตกแต่งภายในแบบ โมเดิร์นลอฟท์สไตล์	25
4.9	รูปแบบธุรกิจและคุณค่าที่นำเสนอ	41

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

ในอนาคตอันใกล้โลกใบนี้อาชีพฟรีแลนซ์จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากว่าประชากร "เจเนอเรชั่น Z" กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานและเป็นคลื่นลูกใหม่ที่มีความสำคัญอย่างมาก ช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา อีกประการหนึ่ง การทำงานแบบ "ฟรีแลนซ์" กลายเป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องด้วยระบบอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา เปิดโอกาสให้การทำงานมีความยืดหยุ่น ขณะที่ความต้องการแรงงานที่มีทักษะก็ยังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในหลายประเทศ ทำให้จำนวนแรงงานฟรีแลนซ์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สถิติจากสหภาพแรงงานฟรีแลนซ์ (Freelancers Union) ในสหรัฐอเมริการะบุว่า กลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน 1,000 คน มี 34% ทำงานฟรีแลนซ์ในช่วงปีที่ผ่านมา นอกจากนี้กว่า 60% ยังสามารถสร้างรายได้จากการทำงานอิสระได้ถึงกว่า 1 ใน 4 ของรายได้ทั้งหมด การทำงานในฐานะฟรีแลนซ์ยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการขยายตัวของเทคโนโลยีประเภท Cloud Computing ที่เพิ่มโอกาสให้หลายคนสามารถทำงานส่งให้กับนายจ้างที่ไม่จำเป็นต้องอยู่ในที่เดียวกัน และยิ่งมากประสบการณ์ก็ยิ่งหางานง่ายขึ้น

ในปี 2015 ประเทศสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนของชาวฟรีแลนซ์สูงถึง 54 ล้านคน หรือคิดเป็นประมาณ 34% ของประชากรเลยทีเดียว โดยอ้างอิงจากผลสำรวจ ที่มีชื่อว่า Freelancing in America : 2015 จัดทำโดย Edelman Berland ซึ่งผลสำรวจนี้ได้แบ่งประเภทชาวฟรีแลนซ์ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. Independent Contractors คือ คนที่รับจ้างงานเป็น Project ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดในบรรดา Freelancer คิดเป็น 36%
2. Moonlighters คือ ผู้ที่มีงานประจำอยู่แล้ว แต่มาทำงานฟรีแลนซ์เป็นอาชีพเสริม ฟรีแลนซ์ประเภทนี้มี 25% ของฟรีแลนซ์ในอเมริกาทั้งหมด
3. Diversified Workers คือ กลุ่มคนที่หารายได้จากหลายทาง เช่น ขายของที่ตลาดตอนเช้า ตอนบ่ายมาเขียนบทความอิสระ พอดคเอน์ก็ไปขับ Uber ฟรีแลนซ์ประเภทนี้ มีราวๆ 26%
4. Temporary Workers คือ กลุ่มคนที่ทำงานเหมือนงานประจำ แต่แค่ชั่วคราว

ฟรีแลนซ์ที่รับงานจากลูกค้าเพียงคนเดียว ผูกมัดไว้เป็นระยะเวลาสั้นๆ 3 – 4 เดือน ซึ่งฟรีแลนซ์ประเภทนี้มีสัดส่วนเป็น 9%

5. Freelance Business Owner คือกลุ่มคนที่ทำงานเป็นฟรีแลนซ์ แต่ก็จ้างฟรีแลนซ์คนอื่นมาทำงานมาร่วมทีมด้วย หรือเรียกว่าเป็น Agency หรือ ผู้รับเหมา ซึ่งฟรีแลนซ์ประเภทนี้มีสัดส่วนเป็น 5 % เท่านั้น

โดยที่ฟรีแลนซ์นั้นก็คือ ผู้มีอาชีพรับจ้างอิสระ ไม่ขึ้นตรงต่อหน่วยงานองค์กรใดๆ ผู้ที่ทำงานประเภทฟรีแลนซ์จะสามารถจัดการเวลาการทำงานของตนเอง และรับเงินจากผู้ว่าจ้าง ซึ่งตกลงตามความพึงพอใจของทั้งสองฝ่ายได้โดยตรง ซึ่งตรงกับนิสัยของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันที่มีนิสัยรักความสะดวกสบาย ต้องการความยืดหยุ่นในการทำงาน ไม่จำเป็นต้องทำงานเป็นขั้นตอนจนมากเกินไป

“ช่างภาพ” นั้นก็นับเป็นหนึ่งในอาชีพประเภทฟรีแลนซ์ และเป็นอาชีพที่คนรุ่นใหม่หลายๆ คนใฝ่ฝันอยากเป็น การทำงานของช่างภาพในปัจจุบันมีความสะดวกสบายมากขึ้นกว่าสมัยก่อน การพบเจอกันของผู้จ้างงานและช่างภาพเป็นได้ง่ายขึ้น เพราะการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อินเทอร์เน็ต โปรแกรมตกแต่งรูปภาพในคอมพิวเตอร์ ฟังก์ชันเสริมในตัวโปรแกรม หรือแม้แต่อุปกรณ์ในการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้วัยรุ่นในเจนเนอเรชั่น Z หรือคนรุ่นใหม่ ได้หันมาเป็นช่างภาพมือใหม่กันมากขึ้น

การจะเป็นช่างภาพนั้น ไม่สามารถเป็นกันได้ทุกคน ผู้ที่จะเป็นช่างภาพนั้นต้องมีทั้งอุปกรณ์และทักษะพื้นฐานในการถ่ายภาพในระดับหนึ่งก่อนที่จะสามารถรับงานในฐานะช่างภาพได้ ซึ่งทักษะในการถ่ายภาพนี้แบ่งออกได้เป็นหลายประเภท โดยแต่ละประเภทก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น การถ่ายภาพบุคคล การถ่ายภาพสินค้า การถ่ายภาพกลางคืน หรือ การถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ เป็นต้น

ทักษะการถ่ายภาพของช่างภาพแต่ละคนนั้น จะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถของช่างภาพคนนั้น และเป็นตัวกำหนดรายได้หรือค่าจ้างต่องานของช่างภาพคนนั้น เพราะฉะนั้นทักษะการถ่ายภาพจึงเป็นสิ่งที่ช่างภาพทุกคนให้ความสนใจในการศึกษาทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อที่จะได้ก้าวหน้าในสายงานอาชีพนี้

โดยช่างภาพในปัจจุบันที่ต้องการจะศึกษาทักษะการถ่ายภาพใหม่ๆ นั้น นอกจากจะทำการศึกษาจากเว็บไซต์หรือกลุ่มแชทของช่างภาพแล้ว ก็ไปตามการจัดเวิร์คช็อปของเพจช่างภาพในเฟซบุ๊กหรือการจัดเวิร์คช็อปของช่างภาพระดับประเทศที่มีการโฆษณาในเฟซบุ๊ก หรือทำการซื้อหนังสือเกี่ยวกับการถ่ายภาพมาศึกษาเอง เพื่อเพิ่มทักษะที่ต้องการ

ในส่วนการทำงานของช่างภาพในปัจจุบัน พบว่าช่างภาพส่วนใหญ่แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่

1. ก่อนการถ่ายภาพ คือการที่ผู้ว่าจ้างงานทำการติดต่อกับช่างภาพ ทำการตกลงค่าจ้างและวันเวลาในการดำเนินงาน จากนั้นช่างภาพก็จะต้องทำการวางแผนการทำงานต่างๆ ก่อนการทำงาน
2. ระหว่างการถ่ายภาพ คือ การที่ช่างภาพเดินทางไปยังสถานที่ที่ได้ทำการตกลงไว้กับผู้จ้างงานและทำการถ่ายภาพตามที่กำหนด
3. หลังการถ่ายภาพ คือ การที่ช่างภาพเดินทางกลับจากสถานที่ถ่ายงาน ถ้ามีการเช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพก็จะเดินทางนำอุปกรณ์ไปคืน หลังจากที่ทำกรคืนอุปกรณ์แล้ว ก็จะต้องทำการตกแต่งรูปภาพที่ถ่ายมาหรือเรียกว่า Post-processing เพื่อให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น เมื่อเสร็จแล้วก็ต้องทำการส่งผลงาน ไปให้ผู้จ้างงานตามข้อตกลงที่ได้ทำไว้

ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้และการได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ช่างภาพพบว่า ในการเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพของช่างภาพนั้น มีถึง 80% มีปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ในการจัดเวิร์คช็อปที่ไม่แน่นอน รวมทั้งมีข้อจำกัดด้านเวลา ไม่สามารถฝึกปฏิบัติได้มากเนื่องด้วยกลุ่มใหญ่ และทั้งหมด 100% บ่งบอกว่าการไปฝึกทักษะที่เวิร์คช็อปนั้นมีความน่าสนใจ แต่เมื่อไปเข้าเวิร์คช็อปมาแล้วเมื่อเวลาเดินผ่านไปก็ลืมทักษะที่ได้เรียนรู้มาบางส่วน เนื่องมาจากว่าไม่มีสถานที่ให้ฝึกสิ่งที่เรียนรู้มาจากเวิร์คช็อป หรือกล่าวได้ว่า ไม่มีห้องซ้อมสำหรับฝึกทักษะถ่ายภาพโดยเฉพาะ ทำให้รู้สึกว่า การเข้าเวิร์คช็อปเป็นที่น่าสนใจ แต่จะใช้การเรียนรู้ทักษะจากหนังสือและเว็บไซต์ยูทูปก่อนที่จะเข้าอบรมในเวิร์คช็อป และในการทำงานนั้นก็พบว่าช่างภาพมีปัญหาในทุกส่วนของการทำงานไม่ว่าจะเป็นการที่มีอุปกรณ์ไม่เพียงพอหรือไม่พร้อมต่อการทำงาน หรือสถานที่ทำงานไม่อำนวยความสะดวกในการทำงาน และที่สำคัญคือการทำงานช่างภาพไม่มีสถานที่ทำงานที่แน่นอนในช่วงหลังการถ่ายงาน เช่น สถานที่คืนอุปกรณ์ สถานที่นั่ง Post-processing รูปภาพ ร้านพิมพ์รูปภาพ และไปรษณีย์ อยู่คนละที่กัน ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเพิ่มเวลาในการทำงานหลังการถ่ายงานของช่างภาพด้วย

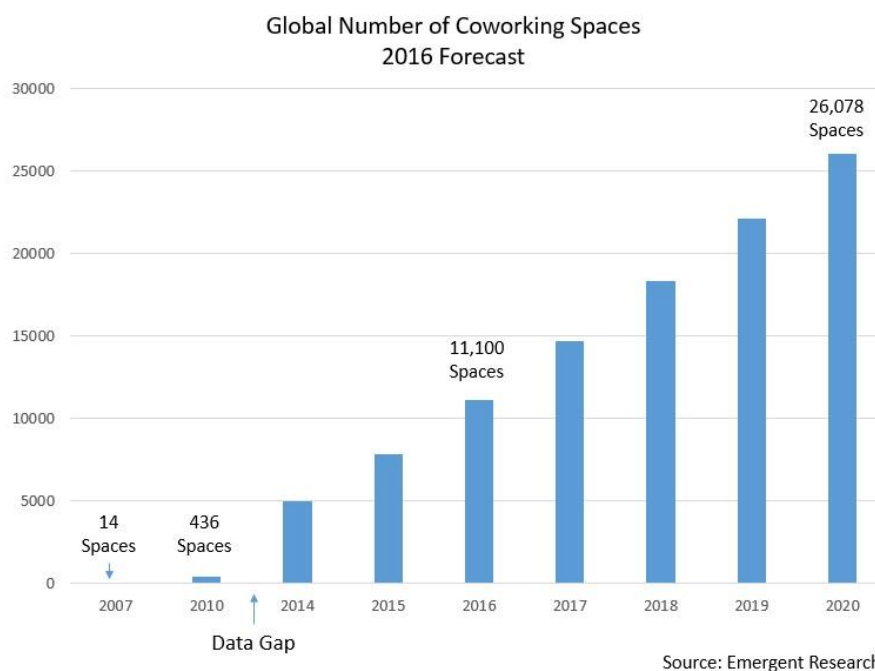
จากปัญหาที่พบจึงเป็นจุดเริ่มต้นของ “Photolution” ที่เป็นสถานที่ให้ความรู้เกี่ยวกับทักษะการถ่ายภาพแบบเวิร์คช็อปและห้องซ้อม เสริมสร้างทักษะในการทำงานของช่างภาพให้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น และให้บริการอำนวยความสะดวกสบายในการทำงานของช่างภาพ ประกอบกับผลการสำรวจด้วยแบบสอบถาม (31 คน) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (9 คน) ยืนยันว่าช่างภาพถึงร้อยละ 87 จากจำนวน 40 คน มีความสนใจเข้าใช้บริการสถานที่พัฒนาทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานของช่างภาพโดยเฉพาะ

บทที่ 2

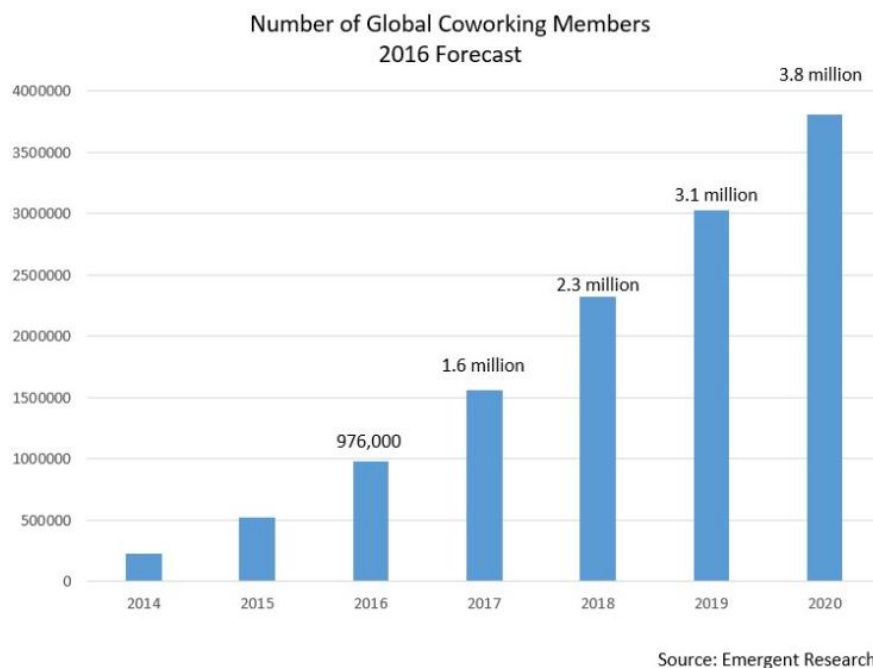
สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

2.1 สภาพแวดล้อม

รูปแบบการทำงานในพื้นที่ร่วมกัน หรือ Coworking นั้นเริ่มขึ้นในปี 2005 โดยแบรด นิวเบิร์ก (Brad Neuberg) ได้ก่อตั้ง Coworking Space ที่น่าจะเป็นแห่งแรกขึ้นในเมืองซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา ชื่อ “The Hat Factory” เป็นที่ที่พบปะของนักเขียนด้าน IT สามคน แต่มักจะมีผู้คนแวะเข้ามานั่งทำงานที่นี้ (KWANKHAO. 2012. Deskmag) และหลายประเทศได้รับวัฒนธรรมการทำงานแบบยืดหยุ่นเรื่องพื้นที่ทำงานนี้เข้ามา และมีอัตราการเติบโตมากขึ้น จนเทียบเท่าประเทศต้นกำเนิด จากผลการสำรวจ Emergent Research มีการคาดการณ์ว่า จำนวน Coworking Space ทั่วโลกจะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 4 ปีข้างหน้า จาก 11,000 แห่ง ในปี 2016 เป็น 26,000 แห่ง ในปี 2020 หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 23.8% และคาดว่าจำนวนสมาชิก Coworking ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นจากประมาณ 976,000 คน ในปี 2016 เป็น 3.8 ล้านคน ในปี 2020 หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 41%

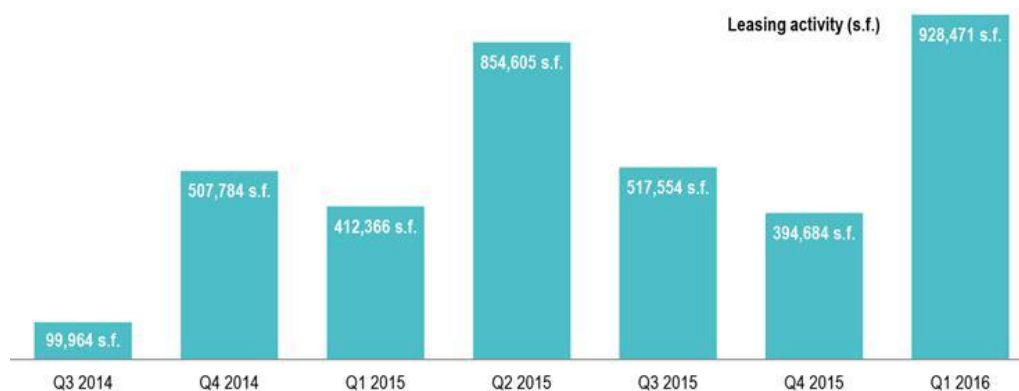


ภาพที่ 2.1 การคาดการณ์จำนวน Coworking Space ทั่วโลกภายในปี 2020



ภาพที่ 2.2 การคาดการณ์จำนวนสมาชิก Coworking ทั่วโลกภายในปี 2012

Coworking ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ด้วยการเพิ่มขึ้นของการเป็นผู้ประกอบการและฟรีแลนซ์ ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในด้านวิธีการทำงานของคนและสถานที่ทำงาน การทำงานของสหรัฐฯ ซึ่งเป็นแบบธุรกิจขนาดเล็กและคนทำงานอิสระ ตั้งแต่กลางปี 2014 ได้มีผู้ให้บริการสำนักงานที่เข้าร่วมกันได้เข้าพื้นที่กว่า 3.7 ล้านตารางฟุต โดยเฉพาะในไตรมาสแรกของปี 2016 ได้เข้าพื้นที่ถึง 928,471 ตารางฟุต และความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นคาดว่าจะยังคงต้องใช้พื้นที่เพิ่มเติม แต่ตลาด Coworking เป็นเพียงร้อยละ 0.7 ของตลาดสำนักงานในสหรัฐฯ ทั้งหมด จึงยังมีโอกาสโตได้อีกมาก



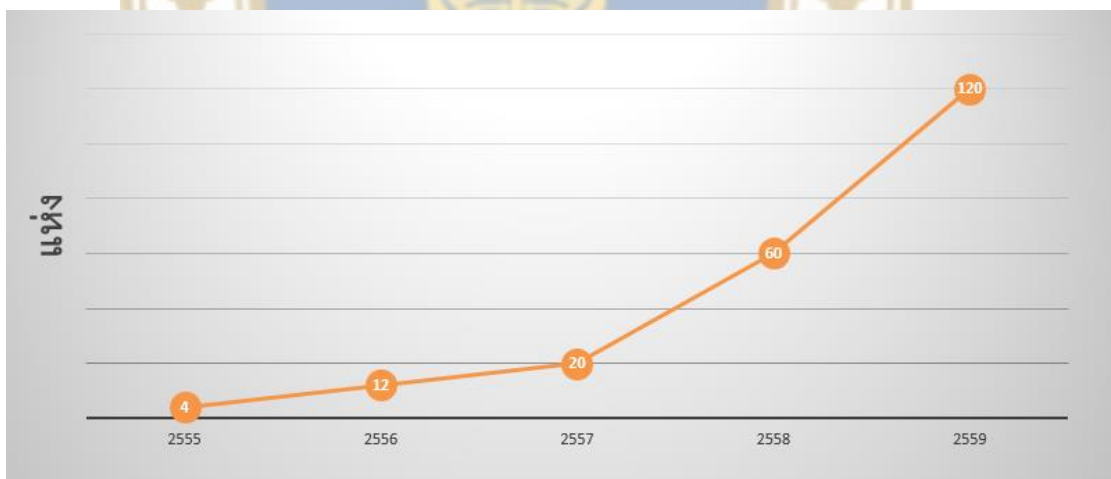
ภาพที่ 2.3 การเช่าพื้นที่ของผู้ให้บริการ Coworking ในสหรัฐฯ ตั้งแต่ปี 2014

ที่มา: <http://www.us.jll.com/united-states/en-us/research/7071/us-shared-workspace-2016-jll>

สำหรับในประเทศไทย โควีร็อกกิ้ง สเปซเริ่มมีขึ้นในกรุงเทพฯ เมื่อปี 2555 หลังจากที่พื้นที่รอบนอกน้ำท่วมช่วงไตรมาส 4 ปี 2554 ผู้คนจำนวนมากไม่สามารถเดินทางไปทำงานที่บริษัท จึงทำงานที่บ้านแทน หลังจากนั้น โควีร็อกกิ้ง สเปซจึงเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนของฟรีแลนซ์หรือคนที่สามารถทำงานที่บ้านได้เพิ่มขึ้นทุกปีซึ่ง โควีร็อกกิ้งสเปซ จึงมีความเหมาะสมกับคนที่ทำงานในกลุ่มนี้ โดยสามารถแบ่งลักษณะที่ตั้งของโควีร็อกกิ้ง สเปซออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. พื้นที่ที่ตั้งอยู่ในอาคารที่ตนเองเป็นเจ้าของ เช่น อาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียม
2. อาคารที่ตั้งของพื้นที่เป็นอาคารมรดก ทำให้ไม่ต้องเสียค่าเช่า และ
3. เช่าพื้นที่เพื่อพัฒนาเป็นโควีร็อกกิ้ง สเปซ

ขณะที่ตลาดโควีร็อกกิ้ง สเปซ ในประเทศไทยมีการเติบโตด้านปริมาณอย่างก้าวกระโดดมาก จากที่มีจำนวนเพียง 4 แห่งในปี 2555 สิ้นสุดปี 2559 มีจำนวน 100 แห่ง คาดว่าในปีนี้มีอัตราการเติบโตที่ประมาณ 50% แม้ว่าจะมีอัตราการเติบโตที่ต่อเนื่อง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าโควีร็อกกิ้ง สเปซทุกแห่งจะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้เต็มประสิทธิภาพ หัวใจของโควีร็อกกิ้งสเปซคือพื้นที่ที่ก่อให้เกิดชุมชนสังคม วัฒนธรรม และความรู้ต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนสิ่งเหล่านี้ร่วมกัน แต่ปัจจุบัน โควีร็อกกิ้ง สเปซหลายแห่งเป็นเพียงร้านกาแฟเท่านั้น ไม่ได้ตอบโจทย์ความต้องการในส่วนนี้



ภาพที่ 2.4 จำนวน โควีร็อกกิ้ง สเปซในประเทศไทย

ที่มา: บริษัท ฮับบ้า จำกัด และฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย

2.2 การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

ก่อนที่องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ จำเป็นที่จะต้องตรวจสอบปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ที่จะช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์และวางแผน

กลยุทธ์ หารวิธีการในการตั้งรับและเสริมสร้างโอกาสให้กับธุรกิจเราได้นั้น คือ เครื่องมืออย่าง PEST Analysis ซึ่งมี

2.2.1 ปัจจัยทางการเมืองและนโยบาย (Politics)

จากแผนการลงทุนภาครัฐในโครงการรถไฟฟ้าต่อขยายสายต่างๆ ในกทม. และ ปริมณฑล 11 สาย มูลค่ารวม 6 แสนล้านบาท 148 สถานี ซึ่งเป็นโครงการลงทุนในระยะแรก นับตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปี 2564 พร้อมกันนี้ยังเดินหน้าจัดทำแผนแม่บทการลงทุนโครงข่ายรถไฟฟ้า ระยะที่สองอีก 10 สาย ทั้งนี้ 10 สายในระยะที่สอง จะเป็นการลงทุนขยายโครงข่ายจากในเมืองออก สู่ชานเมืองหรือชานเมือง การเติบโตก็จะขยายสู่รอบเมือง ในการลงทุนดังกล่าว เปิดให้มีการสร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจบริเวณสถานีรถไฟฟ้าหรือบริเวณรอบๆ สถานี สร้างรายได้ที่เกิดจากการพัฒนา โดยรอบสถานีให้เอกชนมาลงทุน ในทำเลที่ไม่ไกลจากเส้นทางรถไฟฟ้า ดังนั้นจึงเอื้อต่อการประกอบธุรกิจโคเวิร์กิ้ง สเปซ ช่วยให้ผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ หรือต้องการขยาย สาขาการให้บริการ มีทำเลใหม่ๆ ที่ตั้งอยู่ไม่ไกลรถไฟฟ้าให้เลือกมากขึ้น ซึ่งด้านทำเลที่ตั้งถือเป็น ปัจจัยหลักที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการเลือกใช้โคเวิร์กิ้ง สเปซ เพราะยังต้องการ ความสะดวกสบายในการเดินทาง อีกทั้งด้วยการเดินทางในกรุงเทพฯ มีความคล่องตัวและ สะดวกสบายมากขึ้น ยิ่งเอื้อให้การเข้าใช้บริการเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ขยายวงกว้างได้มากขึ้น ทั้งจาก ผู้ให้บริการในเมืองสู่ผู้ให้บริการนอกเมือง และผู้ให้บริการนอกเมืองถึงผู้ให้บริการในเมือง

โครงการรถไฟฟ้า	ระยะทาง	สถานี	ความก้าวหน้า	เปิดให้บริการ	ออกแบบ ศึกษา	รอฟังการ โครงการ	เปิดประมูล เวนคืน	ระหว่างการ ก่อสร้าง	รอเปิดให้ บริการ
สายสีเขียวอ่อน	67.0								
หมอชิต - แบริ่ง	21.8	23	100%	เปิดให้บริการแล้ว					
แบริ่ง - สมุทรปราการ	12.8	9	90%	2563					
หมอชิต - คูคต	18.4	16	10%	2563					
คูคต - ลำลูกกา	7.0	4	0%	2572					
สมุทรปราการ - บางปู	7.0	4	0%	N/A					
สายสีเขียวเข้ม	15.5								
สนามกีฬาแห่งชาติ - บางหว้า	14.5	13	100%	เปิดให้บริการแล้ว					
สนามกีฬาแห่งชาติ - ยศเส	1.0	1	0%	N/A					
สายสีน้ำเงิน	55.0								
บางซื่อ - หัวลำโพง	20.0	18	100%	เปิดให้บริการแล้ว					
หัวลำโพง - บางแค	14.0	11	81%	2562					
บางซื่อ - กำแพง	13.0	10	81%	2562					
บางแค - พุทธนครเสนา 4	8.0	5	0%	2564					
สายสีม่วง	46.6								
บางใหญ่ - บางซื่อ	23.0	16	100%	เปิดให้บริการแล้ว					
เตาปูน - ราษฎร์บูรณะ	23.6	17	0%	2563					
สายสีแดงอ่อน	53.8								
บางซื่อ - ดงจันทน์	15.0	7	100%	เปิดให้บริการชั่วคราว					
ดงจันทน์ - ศิริราช	5.8	4	N/A	2559					
บางซื่อ - พญาไท - ปากเกร็ด	9.0	3	N/A	2561					
ปากเกร็ด - หัวหมาก	10.0	3	N/A	2561					
ดงจันทน์ - ศาลายา	14.0	4	0%	2562					
สายสีแดงเข้ม	80.5								
บางซื่อ - รังสิต	26.0	10	56%	2562					
รังสิต - ธรรมศาสตร์	10.0	4	0%	2562					
บางซื่อ - หัวลำโพง	6.5	5	0%	2562					
หัวลำโพง - บางบอน - มหาชัย	38.0	17	0%	2572					
สายสีส้ม	37.5								
ดงจันทน์ - ศูนย์วัฒนธรรม (ตะวันออก)	17.5	13	0%	2564					
ศูนย์วัฒนธรรม (ตะวันออก) - ดินบุรี (ตะวันออก)	20.0	17	0%	2565					
สายสีชมพู	34.5								
แคราย - ดินบุรี	34.5	30	0%	2563					
สายสีเหลือง	30.4								
ลาดพร้าว - สำโรง	30.4	23	0%	2563					
สายสีเทา	39.9								
วังสราญ-ลาดพร้าว	16.3	5	0%	2562					
ลาดพร้าว-พระราม4	12.2	10	0%	2562					
พระราม4-สะพานพระราม9	11.5	6	0%	2562					
สายสีทอง	2.7								
กรมธนบุรี - วัดอนงคาราม	2.7	5	0%	2561					
สายสีน้ำตาล	21.0								
แคราย - มีนบุรี	21.0	23	0%	2564					
สายท่าอากาศยาน	50.3								
พญาไท-สุวรรณภูมิ	28.5	8	100%	เปิดให้บริการแล้ว					
ดอนเมือง-บางซื่อ-พญาไท	21.8	5	0%	2565					

DATA AS OF JULY 2016

SANSIRI OFFICIAL BLOG
www.sansiri.com/blog
[sansiriplc](#)
[sensirifamily](#)
[sansiriplc](#)
[sensirivt](#)

ภาพที่ 2.5 แผนงานรถไฟฟ้า 11 สาย

2.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economics)

ปัจจุบันอาคารสำนักงานให้เช่าขนาดใหญ่ หรือพื้นที่ตึกสูงมีอัตราค่าเช่าที่สูงขึ้น ผู้ที่มีพื้นที่เพื่อการใช้สอยที่ทิ้งไว้ประโยชน์แล้วปรับมาเป็นพื้นที่โคเวิร์กกิ้ง สเปซ เข้ามาเป็นทางเลือกใหม่รองรับให้กับอาชีพฟรีแลนซ์ ธุรกิจเปิดใหม่ (Startup) และธุรกิจ SMEs ที่ยังไม่พร้อมหรือไม่มั่นใจพอที่จะเช่าพื้นที่ในอาคารสำนักงานราคาเช่าสูงและต้องผูกติดสัญญาเช่าเป็นปี ทำให้

ธุรกิจนี้มีโอกาสเติบโตสูงมาก และด้วยปัจจุบันภาครัฐก็มีนโยบายส่งเสริมการสร้างธุรกิจใหม่ ทำให้สถานที่ทำงานในรูปแบบโคเวิร์กิ้ง สเปซมีความต้องการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีที่ตั้งเหมาะแก่การใช้เป็นฐานเข้าสู่ตลาด AEC ส่งผลให้อัตราค่าเช่าปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของธุรกิจใหม่ขนาดเล็กในการตัดสินใจเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน ทำให้ตลาดออฟฟิศเสมือนอย่างเซอร์วิสออฟฟิศ มินิ-ออฟฟิศ โฮมออฟฟิศ และโคเวิร์กิ้ง สเปซ เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ

2.2.3 ปัจจัยทางสังคม (Social)

เนื่องจากปัจจุบันคนรุ่นใหม่มีทางเลือกในการประกอบอาชีพ มีแนวโน้มในการตัดสินใจเริ่มธุรกิจใหม่ หรือแม้กระทั่งปรับรูปแบบการทำงานเป็นระบบฟรีแลนซ์ที่สะดวกสบายในแง่ของความคล่องตัว ไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของคนยุคใหม่ เพราะกลุ่มคนส่วนใหญ่เหล่านี้ให้ความสำคัญกับเวลาและอิสระในการใช้ชีวิตมากกว่าความมั่นคงในอาชีพการงาน การทำงานรูปแบบใหม่ที่ไม่จำเป็นต้องทำงานอยู่ในออฟฟิศ จึงกลายเป็นทางเลือกใหม่ที่คนจำนวนมากให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ ที่เลือกไปตามความฝันของตัวเอง และอาชีพช่างภาพ ก็เป็นหนึ่งในอาชีพที่หลายคนชื่นชอบและเลือกเดินไปตามความฝันของตัวเอง ซึ่งเป็นงานที่อิสระและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของคนที่ยากทำงานอิสระได้ เปลี่ยนจากสิ่งที่ฝันอยากทำ ให้กลายเป็นอาชีพและมีรายได้จริงขึ้นมา แม้การถ่ายภาพใดๆ ก็สามารรถถ่ายภาพได้ แต่การจัดองค์ประกอบภาพ และมีความคิดสร้างสรรค์นั้นสำคัญ ไม่ใช่ใครๆ ก็จะสามารถทำได้ ต้องมีการศึกษาเทคนิคในด้านการถ่ายภาพอยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงกระบวนการและหลังการถ่ายภาพไปจนถึงการแต่งภาพ มีขั้นตอนจำนวนมาก เหล่านี้จึงมองว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจสถานที่ให้บริการสนับสนุนการทำงานของช่างภาพและพัฒนาฝีมือการถ่ายภาพให้ดียิ่งขึ้น

2.2.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology)

กระแสความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดธุรกิจใหม่มากมาย ทั้งยังส่งผลต่อวิธีการทำงานจากรูปแบบเดิมๆ ไปเป็นรูปแบบใหม่ที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิง ปัจจุบันเทคโนโลยีใหม่ๆ การวิเคราะห์ข้อมูล และสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อรูปแบบการสื่อสารและการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเรื่องสถานที่ทำงาน จำนวนชั่วโมงการทำงาน แม้กระทั่งอาชีพใหม่ๆ ที่เราไม่เคยคาดคิดมาก่อนว่าจะมี ก็เริ่มมีมาให้เห็นบ้างแล้ว เพราะเพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ไวไฟ กับโน้ตบุ๊ก หรือ สมาร์ทโฟนสักตัว ก็สามารถนั่งทำงานได้ทุกที่ในโลกใบนี้ ตลอดจนยุคปัจจุบันเทคโนโลยีการถ่ายภาพพัฒนามากขึ้น กล้องถ่ายรูปมีลูกเล่น

ที่ดีขึ้น ประกอบกับราคากล้องที่ถูกลงทำให้เกิดดากล้องหน้าใหม่ขึ้นมาจำนวนมาก ทั้งที่เรียนมาโดยตรง และรับจ้างถ่ายรูปเป็นงานเสริมรายได้ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจเกี่ยวกับการถ่ายภาพหรือมีกลุ่มเป้าหมายเป็นช่างภาพ



บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

การวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมของโคเวิร์กกิ้ง สเปซว่ามีลักษณะและแนวโน้มที่ดีหรือไม่ โดยใช้หลักการพิจารณาจาก 5 Forces Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงของธุรกิจซึ่ง 5 แง่มุมมีดังนี้

3.1.1 การคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new entrants)

ผู้ให้บริการ โคเวิร์กกิ้ง สเปซในประเทศไทยเริ่มมีจำนวนมากขึ้นตามจำนวนคนที่ทำงานฟรีแลนซ์และกลุ่มสตาร์ทอัพที่มีจำนวนไม่น้อยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และทั่วเอเชียรวมทั้งในประเทศไทย ที่ต้องการพื้นที่ทำงานที่ดูเป็นทางการกว่าที่บ้านแต่ไม่จริงจังกังแบบพื้นที่สำนักงานในรูปแบบเดิมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการทำงาน รวมทั้งมีภาพลักษณ์ที่ดี สำหรับจำนวน โคเวิร์กกิ้ง สเปซในประเทศไทย ในปี 2558 มี 60 แห่ง และในปี 2559 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 120 แห่ง ซึ่งให้เห็นถึงโคเวิร์กกิ้ง สเปซในประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ต้องการเข้ามาลงทุนในตลาดมากขึ้น แต่การเข้ามาทำธุรกิจโคเวิร์กกิ้ง สเปซให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี ทำกำไรได้ จะต้องสร้างความแตกต่างให้กับสเปซของตัวเองให้เป็นมากกว่าสถานที่ที่สวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน รู้ความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการสร้างคุณค่าเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับธุรกิจนี้จึงประสบความสำเร็จ

3.1.2 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining power of customers)

โคเวิร์กกิ้ง สเปซในประเทศไทยปัจจุบันเปิดให้บริการเป็นสถานที่ทำงานของกลุ่มคนหลักที่ทำงานสายไอที-ดิจิทัล เช่น นักพัฒนาซอฟต์แวร์ นักพัฒนาเว็บไซต์ นักออกแบบเว็บไซต์ เทคสตาร์ทอัพ สายครีเอทีฟ เช่น นักออกแบบ (Designer) นักออกแบบกราฟฟิก (Graphic Designer) สถาปนิก นักการตลาด นักเขียน บล็อกเกอร์ นักตกแต่งภายใน ผู้ที่ชอบวาดรูป และสายโซเชียลเอ็นเตอร์ไพรส์ (Social Enterprise: SE) กลุ่มคนทำงานด้านสังคม คนที่ทำงาน NGO เป็นส่วนใหญ่

สำหรับ โคเวิร์กิ้ง สเปซ ที่เน้นเจาะในกลุ่มอาชีพช่างภาพ โดยเฉพาะ เพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนี้ยังไม่มีผู้ให้บริการยังถือว่าอำนาจต่อรองของผู้บริโภคต่ำ

3.1.3 การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of substitutes)

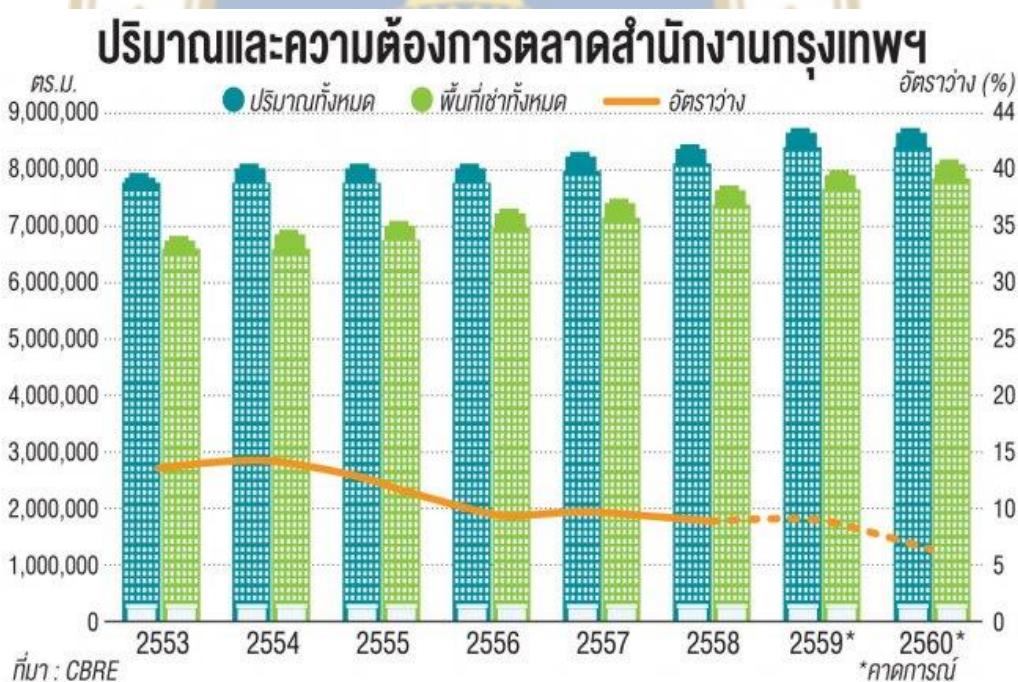
โคเวิร์กิ้ง สเปซ คือ พื้นที่ทำงานรูปแบบใหม่ นวัตกรรมแบบใหม่ๆ ตอบโจทย์ของคนที่ไม่ชอบความจำเจในแบบออฟฟิศ เหมาะกับกลุ่มคนบางอาชีพ โดยเฉพาะกับคนที่ทำอาชีพอิสระ เมื่อเทียบกับสถานที่ทำงานในร้านกาแฟที่มีจำนวนมาก หรือทำงานที่บ้าน แม้จะสะดวกสบาย แต่ก็คงไม่เอื้อต่อการทำงานมากนัก เพราะมีหลายปัจจัยที่จะดึงเราออกจากงานได้ตลอดเวลา ยกตัวอย่างความรู้สึกไม่ดีกับการส่งกาแฟแก้วเดียวแล้วนั่งทั้งวัน บางครั้งก็ไม่มีสมาธิเพราะเสียงจอแจ แต่จะกลับไปทำงานที่บ้านก็ไม่เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน โคเวิร์กิ้ง สเปซ จึงเข้ามาตอบโจทย์ที่หาไม่ได้จากการนั่งทำงานในร้านกาแฟ หรือที่บ้าน นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศการทำงาน ยังเป็นพื้นที่รวมตัวของกลุ่มคนที่มีความสนใจตรงกัน และแลกเปลี่ยนไอเดียกัน



ภาพที่ 3.1 ข้อแตกต่างระหว่างการทำงานที่บ้าน ร้านกาแฟ และ Coworking Space

3.1.4 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining power of suppliers)

ในช่วง 6 – 7 ปีที่ผ่านมา ตลาดอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครขยายตัวต่อเนื่อง และยังคงขยายตัวต่อเนื่องในปี 2559 รวมทั้งในอนาคต อัตราว่างเฉลี่ยน้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ต่ำที่สุดในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ในขณะที่เดียวกัน กรุงเทพฯ ถือเป็นศูนย์กลางธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะธุรกิจประเภทสตาร์ทอัพ ซึ่งเกิดขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว รวมถึงบริษัทต่างชาติที่ต้องการเปิดสาขาในประเทศไทยเพื่อแสวงหาโอกาสขยายธุรกิจในตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ และเป็นฐานในการรุกสู่ตลาดอาเซียน ปัจจัยดังกล่าวทำให้มีความต้องการใช้พื้นที่สำนักงานเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะอาคารสำนักงานเกรดเอในเขตศูนย์กลางทางธุรกิจ และในอาคารสำนักงานในพื้นที่รอบๆ สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที (ใต้ดิน) ส่งผลให้อำนาจต่อรองของเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของอาคารสูง คิดอัตราค่าเช่าพื้นที่ที่สูงขึ้น ผู้ให้บริการ โคเวิร์กิ้ง สเปซ จำเป็นต้องมีความระมัดระวังเพราะการให้บริการพื้นที่โคเวิร์กิ้ง สเปซไม่เหมือนการปล่อยเช่าพื้นที่สำนักงาน หรือการให้ผู้เช่ามาเช่าพื้นที่เพื่อทำงานตามปกติ



ภาพที่ 3.2 ปริมาณและความต้องการตลาดสำนักงานกรุงเทพฯ

3.1.5 การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ (Rivalry among existing competitors)

ปัจจุบันธุรกิจ โคเวิร์กกิ้ง สเปซในเมืองไทยถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนไทย และการให้บริการในลักษณะนี้ในเมืองไทยนั้นเริ่มมาไม่นาน แต่มีการเติบโตที่รวดเร็วมมาก แต่โคเวิร์กกิ้ง สเปซยังมีอยู่แค่หลักหมื่นตรม. เท่านั้น ในตลาดอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ที่มีอยู่ถึง 8 – 9 ล้าน ตร.ม. (Bangkokbiznews.com สิงหาคม 2559) ดังนั้นตลาดโคเวิร์กกิ้ง สเปซยังมีโอกาสโตได้อีกมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ได้เข้ามาให้บริการมากขึ้น สิ่งที่จะทำให้โคเวิร์กกิ้ง สเปซได้รับความนิยมคือ ความ "เฉพาะตัว" ที่แตกต่างจากที่อื่นเพราะจะเป็นสิ่งดึงดูดคนทำงานที่มีบุคลิกเดียวกันมารวมตัวกัน จนกลายเป็นชุมชน (Community) เช่นเดียวกับกลุ่มช่างภาพ การสร้าง “Community” ชุมชนแห่งการแบ่งปันให้เกิดขึ้น สร้างบรรยากาศให้คนมาทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข และสนุกกับการทำงาน จะเป็นโคเวิร์กกิ้ง สเปซที่สร้างเครือข่ายของช่างภาพมืออาชีพ

3.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Analysis)

มีองค์ประกอบด้วยกัน 4 อย่าง ในการวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์จากปัจจัยภายใน (Internal Analysis) คือ ความได้เปรียบในการแข่งขันและความเสียเปรียบเชิงกลยุทธ์ และจากปัจจัยภายนอก (External Analysis) คือ โอกาสในการเติบโตและอุปสรรคทางธุรกิจด้วยกัน

3.2.1 ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantages)

3.2.1.1 Photolution เกิดขึ้นจากหนึ่งในทีมผู้บริหารขององค์กรซึ่งเป็นช่างภาพได้สังเกตเห็นปัญหาและความต้องการของกลุ่มช่างภาพด้วยกัน จึงต้องการมอบบริการสำหรับเส้นทางสู่การเป็นช่างภาพมืออาชีพและลักษณะการทำงานของช่างภาพอย่างแท้จริงจากทีมงานบริหารจัดการที่มีความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคในการปฏิบัติงานถ่ายภาพไม่น้อยกว่า 4 ปีขึ้นไป สามารถช่วยให้คำปรึกษาแนะนำให้ช่างภาพพัฒนาฝีมือการถ่ายภาพด้วยวิธีที่ถูกต้องและทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพขึ้น และมีความสุขกับการทำงาน พัฒนาตัวเองเพื่อสร้างความก้าวหน้า

3.2.1.2 ทางกลุ่มได้จับมือเป็นพันธมิตรธุรกิจกับเวลเทคกรุ๊ป (Master Dealer ผู้แทนจำหน่ายของ CANON) และนิคอน ประเทศไทยที่ให้การสนับสนุนเลนส์แก่ Photolution เพื่อให้บริการเช่า พร้อมด้วย 3 อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีอิทธิพลต่อช่างภาพทางเว็บไซต์ ยูทูป และเฟสบุ๊ค อย่าง iLoveToGo, 2how และ Tech Chill เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้เป็นผู้นำโคเวิร์กกิ้ง สเปซสำหรับช่างภาพแห่งแรกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3.2.2 ความเสียเปรียบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Disadvantages)

3.2.2.1 ท่าเรือที่ไม่ไกลจากเส้นทางรถไฟ และ การออกแบบตกแต่งภายในให้มีสไตล์ เพื่อสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมกับการทำงานที่ใช้สมาธิ กระตุ้นการทำงานให้เอื้อต่อการสร้างแรงบันดาลใจ ถือเป็นกุญแจสำคัญหนึ่งของโคเวิร์กิ้ง สเปซแต่ละแห่ง รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โคมไฟ ที่ Photolution คำนึงถึงประโยชน์ด้านการใช้งานและความสบายสำหรับนั่งทำงานเป็นเวลานาน

3.2.3 โอกาสในการเติบโต (Opportunities for Growth)

3.2.3.1 ในปัจจุบันพฤติกรรมการทำงานเปลี่ยนแปลงไป มีคนอยากทำงานอิสระ เป็นฟรีแลนซ์มากขึ้น และอาชีพช่างภาพก็เป็นหนึ่งในอาชีพอิสระที่คนเลือกทำงานรับจ้างมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้คนเริ่มมองหาสถานที่ทำงานที่ก้าวข้ามข้อจำกัดแบบเดิมๆ ตอบโจทย์มากกว่าร้านกาแฟที่ให้บริการเพียงอินเทอร์เน็ต

3.2.3.2 ภาพถ่ายนับเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่องานในแต่ละประเภท ที่มีความแตกต่างกันออกไป เช่น งานนิเทศสาร งานแฟชั่น งานมงคล ท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าอาชีพช่างภาพ มีงานรองรับให้ทำอยู่มากมาย เกิดอาชีพช่างภาพเติบโตตามมา กลายเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Photolution ที่มากขึ้น เป็นปัจจัยส่งเสริมการขยายสาขาเพิ่ม

3.2.3.3 จากราคากล้องที่ถูกลงเรื่อยๆ ทำให้หลายคนที่มีใจรักในการถ่ายภาพและเล่นกล้องสามารถฝึกจนเกิดทักษะมีความชำนาญมากขึ้นแล้วกลายเป็นช่างภาพมือใหม่หรือมือสมัครเล่นรับงานถ่ายภาพงานรับปริญญาและงานอื่นๆ ได้อย่างมั่นใจมากขึ้น สร้างรายได้ให้กับคนรุ่นใหม่ที่สนใจด้านงานถ่ายภาพในปัจจุบัน จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการเติบโตของอุตสาหกรรมโคเวิร์กิ้ง สเปซ ที่เป็นพื้นที่การเรียนรู้และการทำงานรูปแบบใหม่พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยเฉพาะสำหรับช่างภาพมือใหม่และมืออาชีพ

3.2.4 อุปสรรคทางธุรกิจ (Business Barriers)

3.2.4.1 เป็นธรรมชาติของธุรกิจ คือ เมื่อธุรกิจ Photolution มีรายได้จากการให้บริการสูง ทำกำไรมาก มีผลให้เป็นที่ต้องการเข้ามาลงทุนทำธุรกิจโคเวิร์กิ้ง สเปซ และเลือกที่จะสนใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นช่างภาพของผู้ประกอบการรายใหม่ ไม่ว่าจะรายเล็กหรือรายใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นบริษัทใหญ่ๆ อย่าง Canon Nikon Sony ที่เป็นผู้ผลิตแบรนด์กล้องมืออาชีพ และอื่นๆ อาจมีแนวคิดดังกล่าวที่จะทำเป็นของตัวเอง ทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจ Photolution ที่เกิดขึ้นได้

3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

การศึกษาข้อมูลของคู่แข่งในตลาดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

3.3.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)

Photolution ไม่มีคู่แข่งทางตรง โควีร์กิ้ง สเตชที่มีทั่วไปมอบบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพื้นฐานคล้ายกัน ถึงแม้ในบางโควีร์กิ้ง สเตชจะมีให้บริการสตูดิโอถ่ายภาพด้วย แต่นั่นก็ไม่ใช่บริการหลักของโควีร์กิ้ง สเตชดังกล่าว เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่มกัน จากผลการวิจัยแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกช่างภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของ Photolution เช่น ห้องซ้อมฝึกถ่ายภาพ อุปกรณ์และจำนวนที่จำเป็นต้องมีให้ครบเพียงพอต่อการถ่ายภาพ ยี่ห้อของเลนส์กล้อง รุ่นของเลนส์กล้องที่ต้องการให้มีบริการเช่า สถานที่ที่มีสีและแสงจากหลอดไฟที่เหมาะสมและให้ความสว่างเพียงพอต่อการใช้คอมพิวเตอร์แต่งภาพ จัดการเกี่ยวกับรูปภาพ ซึ่งโควีร์กิ้ง สเตชโดยทั่วไปไม่มีบริการดังกล่าว

3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม ((Indirect Competitor)

มี 4 ธุรกิจ ดังต่อไปนี้

3.3.2.1 โควีร์กิ้ง สเตช

โควีร์กิ้ง สเตชที่มีทั่วไปให้บริการหลักที่คล้ายกันในราคาที่ใกล้เคียงกัน ขึ้นกับพื้นที่คู่แข่งที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง รวมถึงต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของแต่ละราย สำหรับบริการเสริมหรือจุดเด่นก็จะมีแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น โควีร์กิ้ง สเตช

1. สายไอที-ดิจิทัล ได้แก่ Launchpad ถนนปิ่น มีบริษัทระดับแนวหน้าที่มาเช่าอยู่ช่วยกันแก้ปัญหาธุรกิจระหว่าง Startup บางรายผันตัวเองเป็น VC (Venture Capitalist) ลงทุนใน Startup ที่มีศักยภาพ

2. สายครีเอทีฟ ได้แก่ PAH Creative Space ซอยเอกมัย 4, HUBBA ซอยเอกมัย 4, Mushroom ซอยประดิพัทธ์ 23, Draftboard ดิโกรรกานต์ ซอยชิดลม มีบริการเสริมและเครื่องมือช่วย เช่น ที่ปรึกษาในการสร้างธุรกิจ จัดหาแหล่งเงินทุน เครื่องปริ้นสามมิติ เครื่องเจียร เครื่องเชื่อม สร้างสรรค์ผลงานสินค้าต้นแบบ

3. สายโซเชียลเอ็นเตอร์ไพรส์ ได้แก่ Ma:D ซอยเอกมัย 4 มี Mentor Session เพื่อให้คำปรึกษาสำหรับคนทำกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

แต่โคเวิร์กิ้ง สเปซส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่ทำงานของคนในหลากหลายสายงาน สาขาอาชีพต่างๆ ยังไม่มีโคเวิร์กิ้ง สเปซที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การพัฒนา และการทำงานให้สะดวกขึ้นและสร้างคุณค่าสำหรับช่างภาพ โดยเฉพาะ Photolution จึงเปรียบเสมือนพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่ช่วยบ่มเพาะพื้นฐานการถ่ายภาพและช่วยแก้ไขปัญหาในการทำงานของช่างภาพที่มีความได้เปรียบ ซึ่งโคเวิร์กิ้ง สเปซโดยทั่วไปไม่มี

3.3.2.2 สถาบันสอนถ่ายภาพ

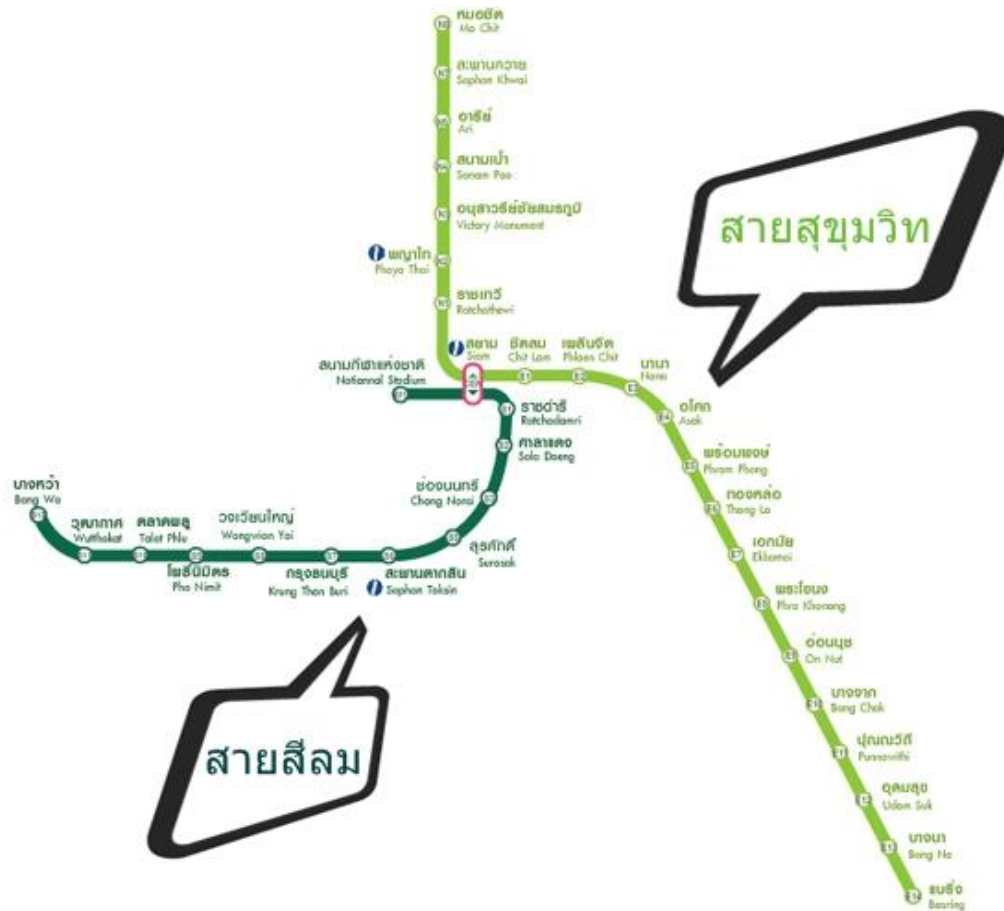
ในการเป็นช่างภาพ หลายคนจะเริ่มเรียนรู้การถ่ายภาพจากอ่านหนังสือ ศึกษาจากยูทูป เว็บไซต์ หรือกูรูรุ่นพี่ และทดลองฝึกด้วยตัวเองก่อน แล้วค่อยไปเข้าคอร์สลงเรียน และจากผลการวิจัย ปัญหาเดียวกันที่หลายๆ คนประสบในการเข้าคอร์ส คือ ได้ทดลองปฏิบัติจริงน้อย เพราะเวลามีจำกัด เน้นผู้เรียนกลุ่มใหญ่ และที่สำคัญ หลังผ่านคอร์สจากสถาบันสอนถ่ายภาพต่างๆ มาแล้ว ไม่มีสถานที่ที่แน่นอนเพื่อฝึกทบทวน ซึ่งต้องมีห้องฝึกซ้อมถ่ายภาพ ที่จะช่วยพัฒนาทักษะเพิ่มขึ้นในระดับต่อไป

3.3.2.3 สตูดิโอถ่ายภาพให้เช่า

จากผลการวิจัยแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มช่างภาพพบว่า การใช้บริการสตูดิโอทั่วไป ส่วนใหญ่ต้องมีเช่าอุปกรณ์เสริมเพิ่มเติม ได้แก่ ไฟรีเฟล็กซ์ และฉาก เนื่องจากไม่ครบเพียงพอต่อการถ่ายภาพ ทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากค่าเช่าสตูดิโอ อีกทั้งหากต้องการเช่ากล้องหรือเลนส์ ก็มีค่าบริการที่สูงเมื่อคิดเป็นชั่วโมงและจำกัดให้ใช้เฉพาะที่สตูดิโอเท่านั้น ดังนั้นการมีให้บริการเช่าสตูดิโอที่มีขนาดและอุปกรณ์เสริมครบและจำนวนเพียงพอได้มาตรฐานภายในพื้นที่เดียวกัน ช่วยประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำงานอีกด้วย

3.3.2.4 ร้านให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ร้านให้เช่ากล้อง เลนส์ อุปกรณ์เสริมสำหรับถ่ายภาพที่เป็นที่รู้จัก ทั่วไปได้ในกรุงเทพฯ มี 2 ร้าน คือ ร้าน Lens & Lens กับ ร้าน Lenslineup นอกจากสองทางเลือกนี้ ไม่มีทางเลือกอื่นที่ดีกว่า ทำให้ช่างภาพจำเป็นต้องเดินทางไปเช่า เป็นผลให้บางครั้งมีโอกาสส่งคืนอุปกรณ์ไม่ตรงเวลาตามที่จองไว้ได้ ทำให้ต้องเสียค่าปรับตามจำนวนวันที่คืนอุปกรณ์ช้า พร้อมทั้งต้องจ่ายค่าเช่าถ้ามีลูกค้าท่านอื่นเช่าต่อวันดังกล่าว ดังนั้นการมีทางเลือกที่ให้บริการเช่าเลนส์ออกนอกสถานที่สำหรับคนที่ไม่ต้องการซื้อ เพราะใช้ไม่บ่อยและบางรุ่นราคาสูง และบริการรับ – ส่งตามเส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายสีลมและสุขุมวิท จะช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ลดค่าเดินทางสามารถคืนอุปกรณ์ได้ทัน เพื่อมีเวลาทำงานเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 3.3 จุดให้บริการรับ – ส่งเลนส์บน BTS สายสุขุมวิทและสายสีลม



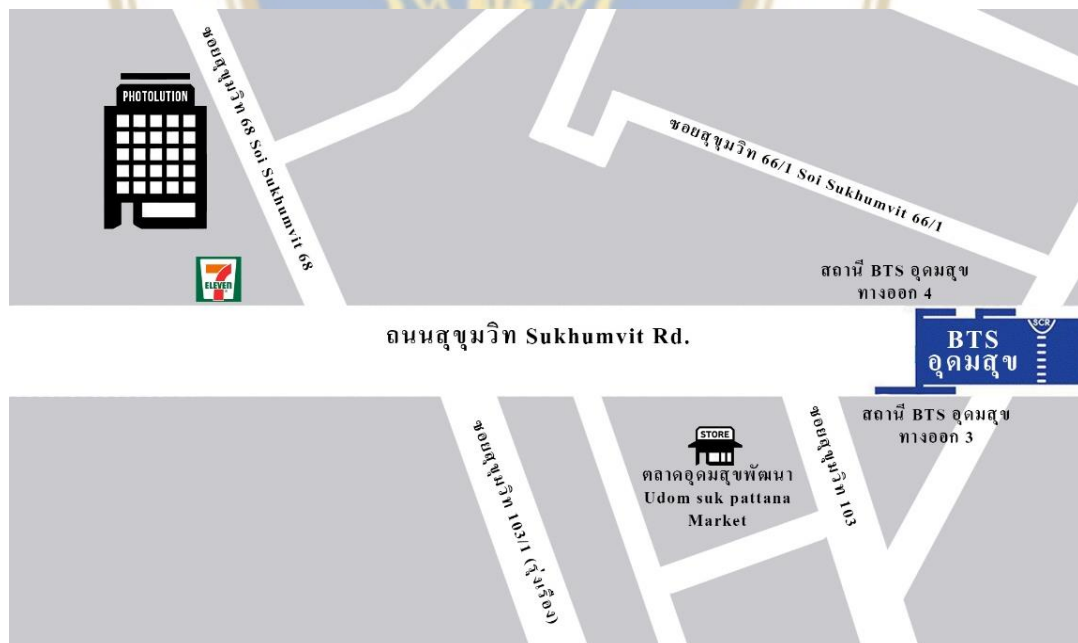
บทที่ 4

แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

4.1 แนวคิดธุรกิจ

ทางกลุ่มวางแผนที่จะจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า “บริษัท โฟโตลูชั่น โควเวิร์กกิ้ง สเปซ จำกัด” หรือ “Photolution Coworking Space Co., Ltd.” มีสถานที่ตั้งบริษัทอยู่ที่ซอยสุขุมวิท 68 ใกล้รถไฟฟ้า BTS สถานีอุดมสุข เพียง 100 เมตร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ช่างภาพร้อยละ 66.67% การเดินทางสะดวกใกล้สถานีรถไฟฟ้า เป็นปัจจัยที่จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โควเวิร์กกิ้ง สเปซ ดังนั้น Photolution จึงเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับรถไฟฟ้า BTS สถานีอุดมสุข ซึ่งสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวกและตั้งอยู่ใกล้กับศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นที่รู้จักและเป็นศูนย์กลางงานพบปะสังสรรค์ต่างๆ



ภาพที่ 4.1 ตำแหน่งที่ตั้งบริษัท

4.1.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้ให้บริการสถานที่ทำงานและเสริมสร้างทักษะการถ่ายภาพสำหรับช่างภาพมืออาชีพ ในรูปแบบโคเวิร์กิ้ง สเปซที่ช่างภาพเลือกใช้บริการเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทยในระยะเวลา 5 ปี

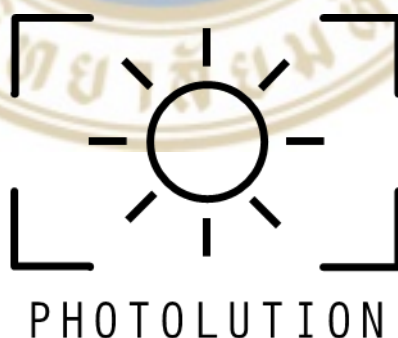
4.1.2 พันธกิจ

4.1.2.1 ส่งเสริมให้ช่างภาพได้พัฒนาทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพให้เพิ่มมากขึ้นในการทำงาน

4.1.2.2 นำเสนอสถานที่ทำงานและเสริมสร้างทักษะการถ่ายภาพสำหรับช่างภาพที่มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และเป็นส่วนตัวแก่ผู้ใช้บริการ

4.1.3 ความหมายของแบรนด์

ชื่อ “Photolution” มาจากคำ Photographer และ Evolution ซึ่งฟังแล้วมีความหมายที่สื่อได้อย่างชัดเจน โดยคำว่า Photographer หมายถึงช่างภาพ และคำว่า Evolution หมายถึงวิวัฒนาการ ดังนั้นความหมายรวมของ “Photolution” คือการวิวัฒนาการทักษะการถ่ายภาพและการทำงานของช่างภาพ โดยเลือกใช้สัญลักษณ์เป็นลายเส้นรูปทรงกล้องถ่ายภาพ มีลายเส้นเป็นวงกลมตรงกลางคล้ายหลอดไฟเปล่งแสง บ่งบอกถึงการได้รับความรู้หรือไอเดียใหม่ๆ โดยมีตัวอักษรบอกชื่อแบรนด์ “Photolution”



ภาพที่ 4.2 แสดงสัญลักษณ์ของแบรนด์ “Photolution”

4.1.4 สินค้าและบริการ

บริษัท โฟโตลูชัน โคเวิร์กิ้ง สเปซ จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นสถานที่ให้บริการเสริมสร้างทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพและพื้นที่ทำงานสำหรับช่างภาพ ในรูปแบบการให้บริการเช่าพื้นที่

ทำงานที่มีมาตรฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ใช้บริการ โดยแนวคิดธุรกิจสถานที่ให้บริการสำหรับช่างภาพนี้มาจากหนึ่งในสมาชิกมีอาชีพเป็นช่างภาพมืออาชีพและมองเห็นถึงปัญหาการฝึกทักษะการถ่ายภาพเพื่อพัฒนาฝีมือตนเองเพิ่มรายรับในการทำงาน รวมถึงขั้นตอนของการทำงานของช่างภาพ โดยเฉพาะขั้นตอนการทำงานหลังการทำงานถ่ายภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อทำงานให้เสร็จตามเป้าหมาย มีสถานที่ทำงานที่ไม่แน่นอน ไม่สามารถนั่งทำงานได้ทั้งวัน ซึ่งธุรกิจ Photolution นี้จะเข้ามาตอบโจทย์ความต้องการและการทำงานช่างภาพมืออาชีพให้มีประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้

4.1.5 สถานประกอบการ

Photolution เลือกอาคารที่มีดีไซน์ดูทันสมัยเหมาะกับช่างภาพ ซึ่งภายในอาคารถูกออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะฝีมือการถ่ายภาพและการทำงานแก่ช่างภาพ โดยเฉพาะ เป็นอาคารสูง 4 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยรวม 510 ตร.ม. และมีพื้นที่แต่ละชั้นประมาณ 127.5 ตร.ม. ซึ่งการแบ่งพื้นที่อาคารในแต่ละชั้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



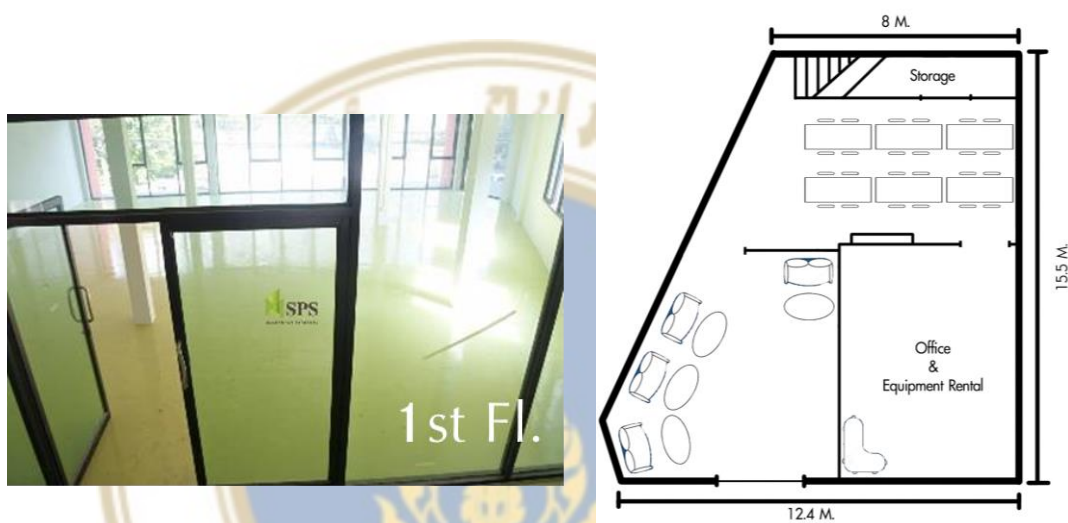
ภาพที่ 4.3 อาคารสถานประกอบการ

4.1.5.1 ชั้นที่ 1 ประกอบด้วย

1. สำนักงานและแผนกเช่าอุปกรณ์ – เป็นส่วนของสำนักงาน

Photolution และพื้นที่ให้บริการเช่าเลนส์ พร้อมทั้งบริการต่างๆ อาทิ การทำความสะอาดเลนส์ การทดลองเลนส์ รวมไปถึงการให้คำปรึกษาแนะนำเรื่องเลนส์จากผู้เชี่ยวชาญ

2. ห้องนั่งเล่น – สำหรับผู้ที่เดินทางมาใช้บริการสามารถพักผ่อนได้ตามอัธยาศัย ทั้งยังเป็นห้องรับรองสำหรับวิทยากรและแขกผู้มีเกียรติที่เดินทางมาให้ความรู้
3. Share Desk – พื้นที่สำหรับนั่งทำงานร่วมกัน เปลี่ยนที่ไปเรื่อยๆ เป็นราคาเช่าแบบรายวัน จำนวน 36 ที่นั่ง



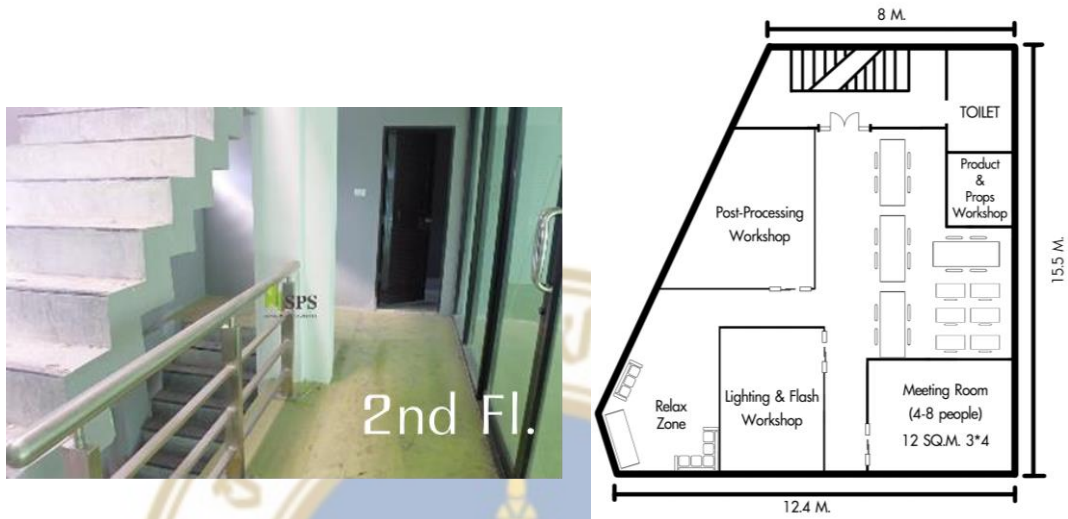
ภาพที่ 4.4 ผังพื้นที่ชั้นที่ 1

4.1.5.2 ชั้นที่ 2 ประกอบด้วย

1. Academy – สำหรับจัดเวิร์คช็อปพัฒนาทักษะความรู้พื้นฐานต่างๆ ด้านการถ่ายภาพ โดยช่างภาพมืออาชีพของ Photolution และจากวิทยากรพิเศษ ช่างภาพมืออาชีพระดับประเทศ รวมถึงอินฟลูเอนเซอร์ที่มีอิทธิพลกับกลุ่มช่างภาพ มาให้คำแนะนำเชิงเทคนิค อีกทั้งยังมีห้องซ้อมส่วนตัวเพื่อใช้ฝึกฝนให้เก่งมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมทั้งมีพี่เลี้ยงที่จะให้คำแนะนำที่ถูกต้องอย่างใกล้ชิด
2. Share Desk – พื้นที่สำหรับนั่งทำงานร่วมกัน เป็นราคาเช่ามีทั้งแบบราย 15 วัน และสมาชิกรายเดือน 30 วัน รวมจำนวน 18 ที่นั่ง
3. Fixed Desk – โต๊ะทำงานประจำในพื้นที่รวม เป็นราคาเช่าแบบสมาชิกรายเดือน 30 วัน มี 18 ที่นั่ง
4. Meeting Room – ขนาดพื้นที่ 12 ตร.ม. รองรับความจุ 6 – 8 คน เป็นราคาเช่าแบบรายชั่วโมง

5. Relaxing Zone – มุมพักสายตา พร้อมขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม

ให้บริการฟรี



ภาพที่ 4.5 ผังพื้นที่ชั้นที่ 2

4.1.5.3 ชั้นที่ 3 ประกอบด้วย

1. สตูดิโอขนาด 4*7 เมตร รองรับได้จำนวน 10 คน
2. สตูดิโอขนาด 6*8 เมตร รองรับได้จำนวน 15 คน
3. ห้องแต่งหน้าและห้องแต่งตัว สำหรับนางแบบและนายแบบ



ภาพที่ 4.6 ผังพื้นที่ชั้นที่ 3

4.1.5.4 ชั้นที่ 4 ประกอบด้วย

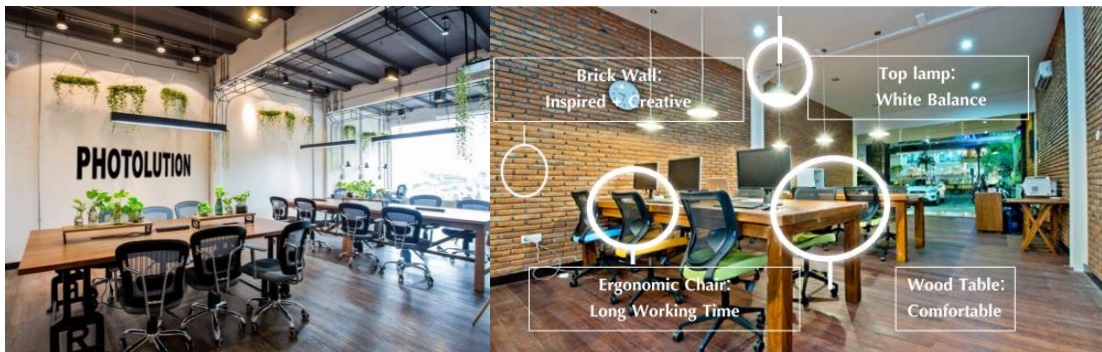
เป็นมุมพักผ่อนหลากหลายรูปแบบ มีโต๊ะพู่ โต๊ะปิงปอง และโต๊ะฟุตบอล ช่วยให้ช่างภาพพักผ่อนคลายจากการทำงานด้วยบรรยากาศที่เย็นสบายบนดาดฟ้า ทำให้ได้รับความสนุกสนาน สร้างพันธมิตรทางธุรกิจและมิตรภาพที่ดีได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.7 ผังพื้นที่ชั้นที่ 4

4.1.6 การตกแต่งภายใน

จากผลสำรวจความชอบในสไตล์การตกแต่งสถานที่ พบว่าช่างภาพ 66.67% ชอบการตกแต่งแบบโมเดิร์นสไตล์ เป็นรูปแบบเรียบง่ายผสมผสานเข้ากับความทันสมัย และ 50% ชอบการตกแต่งแบบลอฟท์สไตล์ เป็นรูปแบบเน้นให้เห็นโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม อาทิ ปูนเปลือย ผนังอิฐ โปรงโล่ง ให้ความรู้สึกเท่ ดังนั้นทาง Photolution จึงได้นำการตกแต่งทั้งสองสไตล์มาผสมผสานเข้าด้วยกัน เกิดเป็นโมเดิร์นลอฟท์สไตล์ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เป็นแรงบันดาลใจ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของช่างภาพ โดยประกอบไปด้วยทริคเล็กๆ หลายปัจจัยด้วยกัน อย่าง Brick Wall กำแพงอิฐสวยงาม ให้ความรู้สึกสร้างแรงบันดาลใจและมีความคิดสร้างสรรค์, Ergonomic Chair ที่ถูกออกแบบมาเพื่อการนั่งทำงานเป็นเวลานานได้สบาย, Top Lamp โคมไฟเพดาน ภายได้แสงไฟจากหลอดที่ถูกออกแบบมาให้ช่วยช่างภาพตกแต่งภาพให้มีความถูกต้องใกล้เคียงกับสีที่แท้จริงของวัตถุ และ Wood Table โต๊ะไม้ที่ถูกออกแบบติดตั้งปลั๊กไฟที่สะดวกเพียงพอต่อการใช้งานและให้ความรู้สึกสบายเมื่อได้สัมผัส



ภาพที่ 4.8 การตกแต่งภายในแบบโมเดิร์นลอฟท์สไตล์

4.2 รูปแบบธุรกิจ

ธุรกิจ Photolution เป็นธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงานและเสริมสร้างทักษะการถ่ายภาพสำหรับช่างภาพ มีรายได้หลักมาจากบริการหลัก 4 ประเภท คือ บริการอะคาเดมี่ บริการเช่าพื้นที่ทำงาน บริการเช่าสตูดิโอ และบริการเช่าเลนส์ สำหรับช่างภาพที่มีความต้องการฝึกทักษะการถ่ายภาพหรือสถานที่ทำงาน ซึ่ง Photolution มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ยกตัวอย่างเช่น อะคาเดมี่ แบ่งคอร์สอบรมเป็นหลายรอบให้ได้เลือกทั้งในวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ หรือการเช่าพื้นที่ทำงานมีทั้งแบบรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน หรือจะเป็นการเลือกประเภทของโต๊ะทำงานที่เป็นแบบประจำ หรือ ไม่ประจำ ก็สามารถเลือกได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.2.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ

Photolution เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 09.00 น. ถึง 00.00 น. (15 ชั่วโมง) บริการภายในแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

4.2.1.1 บริการอะคาเดมี่ (Academy)

แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ บริการเวิร์คช็อปเกี่ยวกับทักษะการถ่ายภาพ และบริการห้องซ้อมให้ได้ฝึกซ้อมทักษะการถ่ายภาพที่ได้เรียนรู้มา ในส่วนของบริการเวิร์คช็อปจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ Portrait Lighting Product และ Post-processing ซึ่งแต่ละประเภทมี 3 ระดับ ได้แก่ Beginner Advanced และ Professional ตามความซับซ้อนของทักษะ ระดับ Beginner อบรมโดยทีมช่างภาพมืออาชีพภายในของ Photolution สำหรับระดับ Advanced และ Professional ทาง Photolution จะเชิญช่างภาพฝีมือระดับแนวหน้าของเมืองไทย รวมถึงอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีอิทธิพลต่อช่างภาพทางเว็บไซต์ ยูทูป และเฟสบุ๊ค มาให้ความรู้และเทคนิคการถ่ายภาพสำหรับช่างภาพมืออาชีพ สามารถแจกแจงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดค่าบริการอะคาเดมี – เวิร์คช็อปประเภท Portrait

เวิร์คช็อปประเภท 1	จำนวนผู้อบรม	ค่าบริการ	หมายเหตุ
Portrait การถ่ายภาพบุคคล	ไม่เกิน 6 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	<ul style="list-style-type: none"> - เทคนิคการถ่ายภาพบุคคลและการจัดองค์ประกอบภาพ ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานไปจนถึงขั้นสูง - มีบริการนางแบบและนายแบบโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม - คือนำอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพมาด้วยตนเอง - ต้องทำการลงทะเบียนล่วงหน้า 7 วัน
Portrait การจัดองค์ประกอบภาพ	ไม่เกิน 6 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	

เวิร์คช็อปประเภท 1 - Portrait การถ่ายภาพบุคคล

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Model Posing & Background Control คอร์ส Skin Tones & Lighting และคอร์ส Types of Shots
2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Concept of Costume และคอร์ส Portfolio Design
3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Fashion Portrait, คอร์ส Essential Portrait Techniques คอร์ส Shooting with Color Lighting และคอร์ส Color Portrait

ในเวิร์คช็อปการถ่ายภาพบุคคล ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพบุคคลในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่การเลือกฉาก การโพสท่า การใช้แสง ไปจนถึงการประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพงานแฟชั่นได้อย่างเชี่ยวชาญแบบมืออาชีพ

เวิร์คช็อปประเภท 1 - Portrait การจัดองค์ประกอบภาพ

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Composition and Focusing คอร์ส Composition Rules และคอร์ส Composition Elements
2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Color & Tone และคอร์ส Balance Contrast Harmony Emphasis Unity & Variety
3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Golden Ratio Techniques

ในเวิร์คช็อปการจัดองค์ประกอบภาพ ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่พื้นฐานไปจนถึงการประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพงานจริง รวมถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบภาพต่างๆ เพื่อให้เห็นการจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้งานจริง

ในส่วนของเวิร์คช็อปประเภท Portrait ทั้งการถ่ายภาพบุคคลและการจัดองค์ประกอบภาพ วิทยากรผู้เชี่ยวชาญที่ Photolution จะเชิญมา ได้แก่ คุณโจ สุรัตน์ จริยวัฒน์จิตร, คุณจอร์จ ธาดา วาริช และคุณใหม่ อมาตย์ นิมิตภักย์ ซึ่งทั้งสามท่านเป็นช่างภาพสายแฟชั่นระดับแถวหน้าของเมืองไทย มีผลงานลงในแม็กกาซีนมากมาย

ตารางที่ 4.2 รายละเอียดบริการอะคาเดมี – เวิร์คช็อปประเภท Lighting

เวิร์คช็อปประเภท 2	จำนวนผู้อบรม	ค่าบริการ	หมายเหตุ
Lighting การใช้ไฟต่อเนื่อง	ไม่เกิน 6 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	- เทคนิคการถ่ายภาพโดยใช้อุปกรณ์ไฟเสริมและแฟลชของกล้องถ่ายภาพ
Lighting การใช้งานแฟลช	ไม่เกิน 6 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	- มีบริการไฟสตูดิโอโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม - มีบริการนางแบบและนายแบบโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม - ต้องนำอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพมาด้วยตนเอง - ต้องมีอุปกรณ์แฟลชเป็นของตนเอง - ต้องทำการลงทะเบียนล่วงหน้า 7 วัน

เวิร์คช็อปประเภท 2 – Lighting การใช้ไฟต่อเนื่อง

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Types of Continuous Lighting & Characteristic คอร์ส Lighting Setup & Position Setting & Lux Meter และคอร์ส Reflect & Color Plate & Soft Box

2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Single Light and Multiple Light
คอร์ส Shadow Control & Light Sources และคอร์ส Lighting Patterns

3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Shooting with Colored
Lighting คอร์ส Essential Lighting Techniques คอร์ส The Fundamentals of Color Theory และคอร์ส
How to fully control and manipulate light with advanced setups

ในเวิร์คช็อปการใช้ไฟต่อเนื่อง ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ ใน
การใช้อุปกรณ์ไฟ สามารถใช้ไฟต่อเนื่องหลายชิ้นพร้อมกันได้อย่างเชี่ยวชาญ

เวิร์คช็อปประเภท 2 – Lighting การใช้งานแฟลช

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Types of Flash คอร์ส Flash
Power & Flash Setting คอร์ส Flash Positioning & Flash Duration และคอร์ส Reflect & Color Plate
& Soft Box

2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Single Flash and Multiple Flash
และคอร์ส Speedlights & High-Speed Sync

3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Shooting with Colored Flash
คอร์ส Essential Flash Techniques และคอร์ส How to fully control and manipulate studio flash
with advanced setups

ในเวิร์คช็อปการใช้งานแฟลช ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้การใช้อุปกรณ์
แฟลชตั้งแต่พื้นฐานถึงขั้นสูง ทั้งอุปกรณ์แฟลช อุปกรณ์กล้อง ไปจนถึงแฟลชแยก สามารถใช้แฟลช
หลายชิ้นพร้อมกันในการถ่ายภาพได้อย่างเชี่ยวชาญ

ในส่วนของเวิร์คช็อปประเภท Lighting ทั้งการใช้ไฟต่อเนื่องและการใช้
งานแฟลช วิทยากรผู้เชี่ยวชาญที่ Photolution จะเชิญมา ได้แก่ คุณต่อวงศ์ ซาลวาลา หรือพี่หาว
(2how.com), คุณเปิ้ล วสันต์ ผิงประเสริฐ และคุณติม พันธุ์ศิริ สิริเวชชะพันธ์ ซึ่งทั้งสามท่านเป็น
ช่างภาพที่มีผลงานด้านการจัดแสงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตนเอง

ตารางที่ 4.3 รายละเอียดบริการอะคาเดมี – เวิร์คช็อปประเภท Product

เวิร์คช็อปประเภท 3	จำนวนผู้อบรม	ค่าบริการ	หมายเหตุ
Product การถ่ายภาพสินค้า	ไม่เกิน 4 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	- เทคนิคการถ่ายภาพสินค้า - เทคนิคการจัดฉากถ่าย
Product การจัดฉากสินค้า	ไม่เกิน 4 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	สินค้า

ตารางที่ 4.3 รายละเอียดบริการอะคาเดมี – เวิร์คช็อปประเภท Product (ต่อ)

เวิร์คช็อปประเภท 3	จำนวนผู้อบรม	ค่าบริการ	หมายเหตุ
			<ul style="list-style-type: none"> - มีบริการโต๊ะฉากถ่ายสินค้า โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม - มีบริการไฟสตูดิโอ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม - ต้องนำอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพมาด้วยตนเอง - ต้องทำการลงทะเบียนล่วงหน้า 7 วัน

เวิร์คช็อปประเภท 3 – Product การถ่ายภาพสินค้า

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Light & Shadow คอร์ส Positioning and Focusing และคอร์ส Product Types
2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Product & Concept และคอร์ส Equipment & Flash
3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Emotional Product และคอร์ส Lighting and Flash for Highlights

เวิร์คช็อปประเภท 3 – Product การจัดฉากสินค้า

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Kind of Props คอร์ส Props Setting และคอร์ส Props & Product
2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Props Creativity และคอร์ส Props Composition
3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Emotional Product และคอร์ส Lighting and Flash for Highlights

ในเวิร์คช็อปประเภท Product ทั้งการถ่ายภาพสินค้าและการจัดฉากสินค้า ผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้การถ่ายภาพสินค้าอย่างมืออาชีพ ตั้งแต่พื้นฐานการถ่ายภาพสินค้า การเลือกฉาก ไปจนถึงการถ่ายทอคอนเสิร์ตของสินค้าออกมาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น วิทยากร

ผู้เชี่ยวชาญที่ Photolution จะเชิญมา ได้แก่ คุณรุต วิสูตร อังคทะวานิช, คุณต่อวงศ์ ชาลวาลา หรือพี่หาว (2how.com), TechChill Channel และ iLoveToGo Channel

ตารางที่ 4.4 รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – เวิร์คช็อปประเภท Post-processing

เวิร์คช็อปประเภท 4	จำนวนผู้อบรม	ค่าบริการ	หมายเหตุ
Post-processing Adobe Lightroom	ไม่เกิน 6 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	- เทคนิคการแต่งภาพ ตั้งแต่พื้นฐานถึงระดับสูง
Post-processing Adobe Photoshop	ไม่เกิน 6 คน	1,000 – 4,000 บาท/ครั้ง/คน	- ต้องนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มาเอง - ต้องมีโปรแกรมเป็นของตัวเอง - มีบริการ Plug-in และ Preset ให้ใช้งานในการฝึกอบรม - ต้องทำการลงทะเบียนล่วงหน้า 7 วัน

เวิร์คช็อปประเภท 4 – Adobe Lightroom Post-processing

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Lightroom Basic & Interface คอร์ส Raw Files และคอร์ส Basic Operations
2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Tones and Split Tone คอร์ส Curves & Histogram และคอร์ส Tools Techniques
3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Combining Multiple Images (HDR/DRO) คอร์ส Retouching และคอร์ส Presets

เวิร์คช็อปประเภท 4 – Adobe Photoshop Post-processing

1. ระดับ Beginner ประกอบด้วยคอร์ส Photoshop Basic & Interface คอร์ส Camera Raw & Raw Files และคอร์ส Basic Operations
2. ระดับ Advanced ประกอบด้วยคอร์ส Layer & Layer Mask คอร์ส Brush and Types of Brushes คอร์ส Dodge & Burn Tools

3. ระดับ Professional ประกอบด้วยคอร์ส Hi End Retouching คอร์ส Changing the Sky & Tones คอร์ส Combining Multiple Images และคอร์ส Plug-in

ในเวิร์คช็อปประเภท Post-processing การตกแต่งภาพ ทาง Photolution มีเทคนิคการสอนและอบรมที่เข้าใจง่ายตั้งแต่พื้นฐานการใช้โปรแกรมทั้งสองไปจนถึงการประยุกต์ใช้เทคนิคขั้นสูงต่างๆ ในการทำงาน เพื่อได้ผลงานที่ดี มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างพอร์ตโฟลิโอ (Portfolio) ที่ดีสำหรับช่างภาพ วิทยากรผู้เชี่ยวชาญที่ Photolution จะเชิญมา ได้แก่ คุณตติพล ขุนอ่อน ช่างภาพรีทัชมืออาชีพ และ iLoveToGo Channel

สำหรับการใช้บริการเวิร์คช็อปทุกประเภท ผู้ใช้บริการจะต้องทำการโอนเงินมัดจำ 1,000 บาท เพื่อเป็นการยืนยันการลงทะเบียนภายใน 3 วัน หลังการลงทะเบียน กรณีที่ไม่มาและไม่มีการแจ้งยกเลิกการจอง Photolution จะทำการยึดเงินมัดจำที่โอนมา

ตารางที่ 4.5 อุปกรณ์สำหรับเวิร์คช็อป

อุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ
Self-Study Chair	เก้าอี้นั่งเรียนสำหรับเลคเชอร์ มีพนักพิงแบบตาข่ายเก้าอี้สำนักงาน	
Projector	อุปกรณ์สำหรับฉายภาพจากสัญญาณวิดีโอผ่านระบบเลนส์ไปยังฉากรับภาพ โดยใช้ไฟที่สว่างและจำเป็นในการฉายภาพ	
Projector Screen	จอ Projector สำหรับรับภาพจาก Projector เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้	

ตารางที่ 4.6 รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – ห้องซ้อม

ประเภทห้องซ้อม	จำนวน	ค่าบริการ	หมายเหตุ
Lighting ห้องซ้อมจัดแสง	1 ห้อง	150 บาท/ชั่วโมง	<ul style="list-style-type: none"> - มีอุปกรณ์ไฟให้บริการในการถ่ายภาพครบชุด - ให้บริการฉากถ่ายภาพ - มีบริการนางแบบและนายแบบ

ตารางที่ 4.6 รายละเอียดบริการอะคาเดมี่ – ห้องซ้อม (ต่อ)

ประเภทห้องซ้อม	จำนวน	ค่าบริการ	หมายเหตุ
			<ul style="list-style-type: none"> - ใช้งานได้ครั้งละไม่เกิน 3 ท่าน - ต้องทำการลงทะเบียนล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน
Product ห้องซ้อมถ่ายสินค้า	1 ห้อง	150 บาท/ชั่วโมง	<ul style="list-style-type: none"> - มีอุปกรณ์ฉากถ่ายภาพ - มีอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพสินค้า - มีฉากถ่ายภาพหลายสี - ให้บริการชุดไฟถ่ายภาพสินค้า - ใช้งานได้ครั้งละไม่เกิน 3 ท่าน - ต้องทำการลงทะเบียนล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน

4.2.1.2 บริการเช่าพื้นที่ทำงาน (Space Rental)

มีที่นั่งให้บริการทั้งหมดจำนวน 72 ที่นั่ง และห้องประชุมจำนวน 1 ห้อง

ตารางที่ 4.7 รายละเอียดบริการเช่าพื้นที่ทำงาน

รายการ	จำนวน	ค่าบริการ	หมายเหตุ
Share Desk รายวัน	36 ที่นั่ง	250 บาท/วัน	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถนั่งที่โต๊ะทำงานไหนก็ได้ - ใช้งานได้เพียง 1 คนต่อ 1 ที่นั่ง - โต๊ะขนาด 1 ตารางเมตร มีปลั๊กไฟในตัว
Share Desk ราย 15 วัน (ระยะเวลาใช้งาน 30 วัน)	9 ที่นั่ง	210 บาท/วัน	
Share Desk รายเดือน	9 ที่นั่ง	180 บาท/วัน	
Fixed Desk รายเดือน	18 ที่นั่ง	200 บาท/วัน	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะนั่งทำงานประจำ - สามารถวางสิ่งของทิ้งไว้ที่ Photolution ได้ - มีล็อกเกอร์สำหรับเก็บของให้ใช้ฟรี - ใช้งานได้เพียง 1 คนต่อ 1 ที่นั่ง - โต๊ะขนาด 1 ตร.ม. มีปลั๊กไฟในตัว

ตารางที่ 4.7 รายละเอียดบริการเช่าพื้นที่ทำงาน (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ค่าบริการ	หมายเหตุ
ห้องประชุม	1 ห้อง	350 บาท/ชั่วโมง	- ห้องประชุมสำหรับ 6 - 8 คน - มีไวท์บอร์ด - มีโปรเจกเตอร์

ตารางที่ 4.8 อุปกรณ์สำหรับพื้นที่ทำงาน

อุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ
Share Desk	โต๊ะทำงานสำหรับนั่งร่วมกับผู้อื่น มีปลั๊กไฟให้บริการเหมาะสำหรับผู้ที่มาทำงานรายวัน	
Fixed Desk	โต๊ะทำงานสำหรับผู้ที่มาทำงานเป็นประจำ เหมาะสำหรับผู้เช่ารายเดือนสามารถนำอุปกรณ์ที่ใช้ประจำมาไว้ในพื้นที่ทำงานได้ เช่น PC, Mac,	
Meeting Room Table	โต๊ะขนาดใหญ่สำหรับใช้ในห้องประชุม สามารถใช้ร่วมกันได้จำนวนถึง 6 - 8 คน	
Ergonomic Chair	เก้าอี้ที่ถูกต้องออกแบบให้นั่งสบาย ผ่อนคลาย เหมาะสำหรับการนั่งทำงานที่ใช้เวลานานๆ	
Modem Router	อุปกรณ์กระจายสัญญาณ Wi-Fi จำเป็นต้องมีความเสถียรและมีความเร็วสูง	
Photo Printer	Printer ภาพสี ที่มีคุณภาพสูง ซึ่งมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอเพื่อประกันคุณภาพการทำงานของช่างภาพ เพื่อให้ได้รับงานที่มีมาตรฐาน	

ตารางที่ 4.8 อุปกรณ์สำหรับพื้นที่ทำงาน (ต่อ)

อุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ
CCTV	กล้องวงจรปิดมีความคมชัด ความปลอดภัยสูง เพื่อป้องกันการสูญหายของทรัพย์สินของช่างภาพทุกคน	
Locker	ตู้เก็บสัมภาระของช่างภาพเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับช่างภาพที่มาใช้บริการ	
Pool Table	โต๊ะ Pool สำหรับให้บริการช่างภาพที่มาใช้บริการ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากงาน และเป็นการพักเบรกเพื่อสร้างมิตรภาพ	
Water Dispenser	ตู้กดน้ำดื่ม สามารถได้ทั้ง ร้อนและเย็น ซึ่งผู้ให้บริการสามารถเลือกได้ตามอัธยาศัย	
Air Conditioner	เครื่องปรับอากาศ เพื่อปรับอุณหภูมิห้องให้เหมาะสม	

4.2.1.3 บริการเช่าสตูดิโอ (Studio Rental)

มีให้บริการอยู่ 2 ขนาด คือ ขนาด 28 ตารางเมตร (4 เมตร * 7 เมตร) และขนาด 48 ตารางเมตร (6 เมตร * 8 เมตร) และทั้งสองขนาดมีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าและห้องแต่งหน้าให้บริการแยกจากกัน



ตารางที่ 4.9 รายละเอียดบริการเช่าสตูดิโอ

ลำดับ	ขนาดสตูดิโอ	ค่าบริการ	อุปกรณ์ให้บริการ
1	28 ตร.ม. (4 ม. * 7 ม.)	1,000 บาท/ชั่วโมง	<ul style="list-style-type: none"> - ขาตั้ง Tripod 1 ขา - แผ่นสะท้อนแสง Reflector 3 แผ่น - กล่องกรองแสง Soft box 3 กล่อง

ตารางที่ 4.9 รายละเอียดค่าบริการเช่าสตูดิโอ (ต่อ)

ลำดับ	ขนาดสตูดิโอ	ค่าบริการ	อุปกรณ์ให้บริการ
			<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องวัดแสง 1 เครื่อง - ฉากกระดาษขาว 2 ชุด - โต๊ะทำงาน 1 ชุด - ขาดังอุปกรณ์ 2 ขา - ชุดไฟประกอบฉากแบบ 4 ดวง 1 ชุด - บันไดเล็ก 1 อัน
2	48 ตร.ม. (6 ม. * 8 ม.)	1,600 บาท/ชั่วโมง	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดัง Tripod 1 ขา - แผ่นสะท้อนแสง Reflector 3 แผ่น - กล่องกรองแสง Soft box 3 กล่อง - เครื่องวัดแสง 1 เครื่อง - ฉากกระดาษขาว 1 ชุด - โต๊ะทำงาน 1 ชุด - ขาดังอุปกรณ์ 2 ขา - ชุดไฟประกอบฉากแบบ 4 ดวง 1 ชุด - บันไดเล็ก 1 อัน - ฉากขาว - ที่นั่ง – ชุดโซฟา

ตารางที่ 4.10 อุปกรณ์สำหรับสตูดิโอ

ชื่ออุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ
Tripod	ขาดังกล่อง ที่ทำเป็นสามขา มีน้ำหนักเบา สำหรับอำนวยความสะดวกให้กับช่างภาพที่ไม่มีอุปกรณ์เป็นของตนเอง	
Reflector	เป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการจัดการกับแสง สามารถใช้สำหรับเพิ่มแสง ด้วยการสะท้อนแสง และลดแสง ด้วยการดูดซับแสง รวมทั้งสามารถลดความแรงของแสงได้อีกด้วย	

ตารางที่ 4.10 อุปกรณ์สำหรับสตูดิโอ (ต่อ)

Soft Box	เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยลด และกระจายแสง แพลชไม่ให้เข้าแบบตรงๆ แสงจะนุ่มขึ้น ไม่แรงไป	
Lux Meter	เครื่องวัดปริมาณของแสงที่มองเห็น (ความสว่าง) ในพื้นที่ที่กำหนดทดสอบ สว่างจะแสดงในหน่วยของ LUX (ตัวชี้วัด) และเทียบเท่า (อังกฤษ) Lux เป็นหน่วยมาตรฐานของการวัดความเข้มของแสง	
Paper Background	กระดาษพื้นหลังประกอบฉากในงานถ่ายภาพประเทศต่างๆ อาทิ พอร์ทเทรด, โปรตักส์, อีเว้นท์, ฟรีเวดคิง ฯลฯ	
Work Table	โต๊ะทำงานสำหรับใช้เป็นที่วาง PC, Mac และอุปกรณ์ต่างๆ ในการทำงานภายในสตูดิโอ	
Studio Light	ชุดไฟสตูดิโอสำหรับงานถ่ายภาพมืออาชีพ สามารถถ่ายภาพภายในสตูดิโอได้อย่างครบถ้วน	
Stand	ขาตั้งสำหรับอุปกรณ์ภายในสตูดิโอสามารถตั้งได้ทั้งไฟใน Studio และ Soft Box ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้ตามอัธยาศัย	
Step Ladder	ขั้นบันไดสำหรับงานถ่ายภาพต่างๆ เพื่อให้ได้มุมที่ช่างภาพต้องการและเพิ่มประสิทธิภาพในการถ่ายภาพ และลดข้อจำกัดบางอย่างลง	
White Background	พื้นหลังสีขาวเพื่อถ่ายภาพในสตูดิโอซึ่งสามารถถ่ายภาพได้หลากหลายประเภท	

4.2.1.4 บริการเช่าเลนส์ (Lens Rental)

มีเลนส์ให้บริการทั้งหมด 3 แบรินด์ คือ Canon Nikon และ Sony รวมจำนวนเลนส์ทั้งหมด 25 เลนส์ จำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 4.11 รายละเอียดค่าบริการเช่าเลนส์

แบรนด์	รุ่นเลนส์	จำนวน	ราคา	หมายเหตุ
Canon	EF 35mm f 1.4L	3	600	- ต้องเป็นสมาชิกที่ลงทะเบียนกับทาง Photolution เท่านั้น - มีการแจ้งล่วงหน้า 1 วัน - ในกรณีวางหลักประกันไม่เต็มจำนวน ต้องมารับและคืนเลนส์ที่ Photolution เท่านั้น
	EF 85mm f/1.2L	3	600	
	EF 16-35mm f/2.8L IS ii USM	2	500	
	EF 24-70mm f/2.8L ii USM	2	600	
	EF 70-200mm f/2.8L IS ii USM	2	650	
Nikon	AF-S 24-70mm f/2.8G ED Nano	2	500	- ในกรณีที่วางหลักประกันเต็มจำนวน สามารถนำบัตรและคืนเลนส์ที่สถานี BTS ได้ และทาง Photolution จะโอนหลักประกันคืนภายใน 1 วัน
	AF-S 70-200mm f/2.8G ED Nano	2	600	
	AF-S 85mm f/1.4G Nano	3	550	
Sony	Zeiss Batis 25mm f/2	2	500	- เซ็นสัญญาเช่าข้าม
	Zeiss Batis 85mm f/1.8	2	500	
	FE 24-70 มม. F2.8 GM	1	700	
	FE 70-200 มม. F2.8 GM OSS	1	700	


ในบริการเช่าเลนส์ ผู้ใช้บริการสามารถนำบัตรและคืนเลนส์ที่สถานี BTS ได้ ในกรณีที่ผู้ใช้บริการวางหลักประกันเต็มจำนวนเป็นเงินสดกับทาง Photolution โดยจะต้องนำบัตรและเวลาคืนเลนส์ในวันทำการเช่าเลนส์ หลังการรับเลนส์คืน จะมีการตรวจสอบคุณภาพและความเสียหาย ถ้าไม่มีการเสียหายใดๆ เกิดขึ้นทาง Photolutiom จะทำการโอนเงินหลักประกันคืนภายในหนึ่งวัน

กรณีที่เกิดความเสียหายของเลนส์ในระหว่างเช่า ทาง Photolution จะทำการอายัดเงินหลักประกันไว้ก่อน และประเมินค่าความเสียหายจากทางศูนย์บริการของแต่ละแบรนด์ ถ้าค่าความเสียหายมากกว่าเงินหลักประกัน จะทำการส่งบิลค่าความเสียหายที่ต้องชำระเพิ่มไปยังผู้ใช้บริการ แต่ถ้าค่าความเสียหายน้อยกว่าเงินหลักประกัน จะทำการตัดเงินส่วนค่าความเสียหายออกและโอนส่วนที่เหลือคืนไปยังผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.12 อุปกรณ์เลนส์ให้เช่า

อุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ
EF 35mm f/1.4L II USM	เลนส์ Canon ระยะ 33 มม.	
EF 85mm f/1.2L II USM	เลนส์ Canon ระยะ 88 มม.	
EF 16-35mm f/2.8L IS II USM	เลนส์ Canon ระยะ 35 มม.	
EF 24-70mm f/2.8L II USM	เลนส์ Canon ระยะ 70 มม.	
EF 70-200mm f/2.8L IS II USM	เลนส์ Canon ระยะ 70 – 200 มม.	
AF-S 24-70mm f/2.8E ED VR	เลนส์ Nikon ระยะ 24 – 70 มม.	
AF-S 70-200mm f/2.8G ED VR II	เลนส์ Nikon ระยะ 70 – 200 มม.	
AF-S 85mm f/1.4G Nano	เลนส์ Nikon ระยะ 85 มม.	
Zeiss Batis 25mm f/2	เลนส์ Sony ระยะ 25 มม.	
Zeiss Batis 85mm f/1.8	เลนส์ Sony ระยะ 85 มม.	
FE 24-70 mm f/2.8 GM	เลนส์ Sony ระยะ 24 – 70 มม.	

ตารางที่ 4.12 อุปกรณ์เลนส์ให้เช่า (ต่อ)

อุปกรณ์	คำอธิบาย	ภาพ
FE 70-200 mm F2.8 GM OSS	เลนส์ Sony ระยะ 70 – 200 มม.	

4.2.2 ความสามารถในการให้บริการ

Photolution เปิดให้บริการพื้นที่นั่งทำงาน เช่าเลนส์ สตูดิโอ และห้องซ้อมถ่ายภาพ ตั้งแต่เวลา 09.00 – 00.00 น. ทุกวัน ยกเว้นเวิร์คช็อปถ่ายภาพ เปิดรอบอบรม รอบละ 3 ชั่วโมงในบางวัน ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ความสามารถในการให้บริการของ Photolution

Academy		Space		Lens	Studio	
Workshop	Practice Room	Desk	Meeting Room			
จันทร์ 18.00 - 21.00 น.	09.00 - 10.00 น. 10.00 - 11.00 น.	ชั้น 1 Share Desk (1 Day) 36 ที่นั่ง	09.00 - 10.00 น.	Sony 6 เลนส์ Canon 12 เลนส์ Nikon 7 เลนส์	09.00 - 10.00 น.	
พุธ 18.00 - 21.00 น.	11.00 - 12.00 น. 12.00 - 13.00 น.		10.00 - 11.00 น. 11.00 - 12.00 น.		10.00 - 11.00 น. 11.00 - 12.00 น.	
ศุกร์ 18.00 - 21.00 น.	13.00 - 14.00 น. 14.00 - 15.00 น.		12.00 - 13.00 น. 13.00 - 14.00 น.		12.00 - 13.00 น. 13.00 - 14.00 น.	
3 เวิร์คช็อป	15.00 - 16.00 น.		14.00 - 15.00 น. 15.00 - 16.00 น.		14.00 - 15.00 น. 15.00 - 16.00 น.	
เสาร์ 09.00 - 12.00 น.	16.00 - 17.00 น. 17.00 - 18.00 น.		ชั้น 2 Share Desk (15 Days/30 Days) 18 ที่นั่ง Fixed Desk (30 Days) 18 ที่นั่ง		16.00 - 17.00 น.	16.00 - 17.00 น.
13.00 - 16.00 น.	18.00 - 19.00 น. 18.00 - 21.00 น.				17.00 - 18.00 น. 18.00 - 19.00 น.	17.00 - 18.00 น. 18.00 - 19.00 น.
อาทิตย์ 09.00 - 12.00 น.	20.00 - 21.00 น. 21.00 - 22.00 น.	19.00 - 20.00 น. 20.00 - 21.00 น.			19.00 - 20.00 น. 20.00 - 21.00 น.	
13.00 - 16.00 น.	22.00 - 23.00 น. 22.00 - 23.00 น.	21.00 - 22.00 น. 22.00 - 23.00 น.			21.00 - 22.00 น. 22.00 - 23.00 น.	
18.00 - 21.00 น.	23.00 - 00.00 น.	23.00 - 00.00 น.			23.00 - 00.00 น.	
6 เวิร์คช็อป	15 ชั่วโมง	72 ที่นั่ง			15 ชั่วโมง	25 เลนส์

4.2.3 อัตราค่าบริการเฉลี่ย

เวิร์คช็อปถ่ายภาพ	2,500	บาทต่อคอร์ส
ห้องซ้อมถ่ายภาพ	150	บาทต่อชั่วโมง
พื้นที่นั่งทำงาน	224	บาทต่อวัน

ห้องประชุม	350	บาทต่อชั่วโมง
เช่าเลนส์	574	บาทต่อวัน
สตูดิโอ	1,300	บาทต่อชั่วโมง

ตารางที่ 4.14 อัตราค่าบริการเฉลี่ยของ Photolution

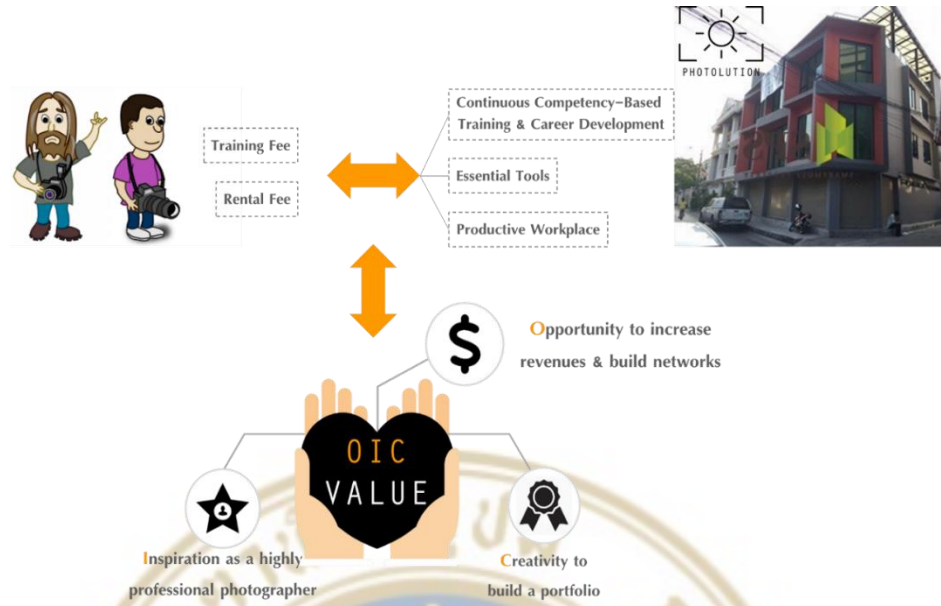
Academy		Space		Lens	Studio
Workshop	Practice Room	Desk	Meeting Room		
Portrait ฿ 1,000 – ฿ 4,000	Lighting ฿ 150/ชม.	Share Desk (1 Day) ฿ 250/วัน	Meeting Room ฿ 350/ชม.	Sony ฿ 500/฿ 700	ขนาด 4*7 ฿ 1,000/ชม.
Product ฿ 1,000 – ฿ 4,000		Share Desk (15 Days/30 Days) ฿ 195/วัน		Canon ฿ 500/฿ 600/฿ 650	
Lighting ฿ 1,000 – ฿ 4,000	Props ฿ 150/ชม.	Fixed Desk (30 Days) ฿ 200/วัน		Nikon ฿ 500/฿ 550/฿ 600	ขนาด 6*8 ฿ 1,600/ชม.
Post-processing ฿ 1,000 – ฿ 4,000		฿ 224/วัน		฿ 350/ชม.	
฿ 2,500/เวิร์คช็อป	฿ 150/ชม.				฿ 1,300/ชม.

4.2.4 คุณค่าที่คาดว่าจะผู้ใช้บริการจะได้รับ

4.2.4.1 โอกาสในการทำงานที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น สร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการได้พัฒนาฝีมือจากบริการภายในที่มี และสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มช่างภาพมือใหม่และมีอาชีพ เป็นแหล่งชุมชนที่ทำให้ช่างภาพได้รู้จักกันและทำงานร่วมกัน

4.2.4.2 แรงบันดาลใจในการทำงานและในการเป็นช่างภาพมืออาชีพด้วยสถานที่ที่ถูกออกแบบและดีไซน์ให้ช่างภาพได้ทำงานอย่างสร้างสรรค์และเต็มไปด้วยช่างภาพที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ความสามารถในการทำงานและพัฒนาทักษะต่างๆ ของช่างภาพให้มีความสามารถมากขึ้น

4.2.4.3 ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ผลงานของตัวเองให้มีความสวยงามและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดึงดูดผู้ที่สนใจในผลงานและความสามารถของช่างภาพ



ภาพที่ 4.9 รูปแบบธุรกิจและคุณค่าที่นำเสนอ



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

5.1 บทสรุป

แนวคิดธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ทำงาน (Coworking Space) สำหรับช่างภาพมืออาชีพ แปรนต์ “Photolution” เกิดจากความคิดที่ต้องการตอบ โจทย์การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และการทำงาน of ช่างภาพด้วยกัน ที่ปัจจุบันสายวิชาชีพนี้ก้าวเข้าสู่เส้นทางอาชีพอิสระกันมากขึ้น ประกอบกับ Coworking Space ที่เปิดให้บริการไม่ได้เน้นตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว Photolution สร้างความแตกต่าง มีจุดเด่นเน้นเป็นสถานที่ช่วยให้ช่างภาพสามารถพัฒนาฝีมือตัวเองอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อขยายโอกาสและความก้าวหน้าในสายอาชีพ สำหรับตลาดกลุ่มเป้าหมาย และตลาด Coworking Space ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมการทำงานของคนยุคนี้ ด้วยปัจจัยด้านการเติบโตดังกล่าวและมุ่งในลูกค้าคนละกลุ่มกับ Photolution ทำให้บริษัทไม่มีคู่แข่งโดยตรง บวกกับการเป็นช่างภาพมืออาชีพของผู้ก่อตั้ง Photolution ทั้งความเป็นมืออาชีวด้านการถ่ายภาพและมีเครือข่ายในวงการถ่ายภาพและช่างภาพมืออาชีพ แสดงให้เห็นศักยภาพที่จะจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ

5.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

จำเป็นต้องมีกลยุทธ์เพื่อนำความสำเร็จที่ยั่งยืนสู่ธุรกิจดังนี้

5.2.1 กลยุทธ์การให้บริการ

ศึกษาความคาดหวัง ความต้องการ ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ และความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถปรับเปลี่ยน นำเสนอบริการให้ตอบสนองรองรับต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ทันทุกที่ เพื่อสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการ และรักษาสถานลูกค้าเดิมของบริษัทไว้ได้ รวมถึงต้องมีส่วนของการมีปฏิสัมพันธ์ในสถานที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดและส่งเสริมการทำงาน ได้ประโยชน์จากการได้พบปะ เป็นคอมมิวนิตีขยายไปจนเป็นวัฒนธรรมการทำงานใน Photolution ที่จะดำเนินต่อไปได้เรื่อยๆ

5.2.2 กลยุทธ์การตลาด

การตลาดจะสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นให้กับการบริการของ Photolution โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาและเทคนิคการถ่ายภาพที่จะช่วยในการเป็นช่างภาพที่เก่งขึ้น โดยเลือกใช้เครื่องมือการตลาดที่เหมาะสม สามารถวัดผลได้ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงแบรนด์ในวงกว้างที่ช่างภาพนี้ถึง ก้าวสู่ผู้นำในการเป็น Coworking Space สำหรับช่างภาพแห่งแรกในประเทศไทย

5.2.3 กลยุทธ์การดำเนินงาน

ให้ความสำคัญกับการจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทางที่ต้องการเข้าทำงาน และวางแผนการพัฒนาบุคลากรรายบุคคลให้มีสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่ง และอีกปัจจัยสำคัญคือ การหาพันธมิตร สร้าง Connection และใช้เครือข่ายในการสร้างสัมพันธ์ภาพที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ โอกาสในการขยายธุรกิจ และการทำธุรกิจเพื่อสังคม



บรรณานุกรม

- ฟรีแลนซ์เบย์. 2559. “ฟรีแลนซ์ คืออะไร.” เข้าถึงได้จาก: <https://www.freelancebay.com/article/48>
- Steve King and Carolyn Ockels. 2016. Small Business Labs. Emergent Research. “Coworking Forecast.” เข้าถึงได้จาก: <http://www.smallbizlabs.com/2016/08/coworking-forecast-44-million-members-in-2020.html>
- JLL United States. “Shared workspaces: a landlord's perspective on coworking.” เข้าถึงได้จาก: <http://www.us.jll.com/united-states/en-us/research/office/coworking-space-the-landlord-perspective>
- Sansiri Blog. 2016. “สรุปผังรถไฟฟ้า-อัปเดตความคืบหน้า 11 สายหลัก.” เข้าถึงได้จาก: <http://www.sansiri.com/blog/2016/02/25/propertyinsight/bangkok-mass-transit/>
- Thansettakij.com. 2016. “โค-เวิร์กิ้งสเปซ’ โตต่อเนื่อง รับเทรนด์กลุ่มสตาร์ทอัพ/SMEs.” เข้าถึงได้จาก: <http://www.theagent.co.th/news/detail/1131>
- SIKHARIN LANGKULSEN / ZLAPDASH STUDIO. 2013. “INFOGRAPHIC : ทำงานที่บ้าน ร้านกาแฟ หรือ Coworking Space - ที่ไหนดีกว่ากัน?.” เข้าถึงได้จาก: <http://www.deskmag.com/th/infographic-home-coffeeshop-coworking-space>
- BuilderNews. 2016. “Co-Working Space ออฟฟิศรูปแบบใหม่ โตเร็วในตลาดอสังหาฯ.” เข้าถึงได้จาก: <http://www.buildernews.in.th/news/propertyconstruction/6249>



ภาคผนวก ก

การวิจัยการตลาด

จุดประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความสนใจในบริการและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของช่างภาพที่มีต่อ Photolution

ลักษณะของข้อมูลที่ได้จากการวิจัย

ข้อมูลที่จะใช้จากการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยการทำการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายและโดยการใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิจัย
2. ข้อมูลทุติยภูมิเป็นการศึกษาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ข่าวสาร เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นช่างภาพมือสมัครเล่นและมืออาชีพที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 31 คน

ผลการศึกษาทางการตลาด

ผลจากการศึกษาการตลาดโดยการใช้แบบสอบถาม สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพ
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการทำงานของช่างภาพ
- ส่วนที่ 4 ความสนใจในบริการแต่ละประเภทของ Photolution

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ชาย	25	81%
หญิง	6	19%

2. อายุ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0%
21 - 25 ปี	2	6%
26 - 30 ปี	11	36%
31 - 35 ปี	10	32%
36 ปี ขึ้นไป	8	26%

3. ระดับความสามารถในการถ่ายภาพ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามความสามารถในการถ่ายภาพ

ระดับความสามารถ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ช่างภาพมือใหม่	16	52%
ช่างภาพมืออาชีพ	15	48%

4. รายได้เฉลี่ยต่องาน

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่องาน

รายได้โดยเฉลี่ยต่องาน	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่มีรายได้, เป็นงานอดิเรก	7	23%
น้อยกว่า 2,000 บาท	2	6%
2,001 - 3,000 บาท	3	10%
3,001 - 4,000 บาท	4	13%
4,001 - 5,000 บาท	9	29%
มากกว่า 5,001 บาท	6	19%

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพ

5. แหล่งเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามแหล่งเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพ

แหล่งเรียนรู้ทักษะการถ่ายภาพ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
หนังสือ	15	48%
เว็บไซต์	8	26%
ยูทูป (YouTube)	14	45%
เข้าคอร์ส หรือ เวิร์คช็อป	8	26%
อื่นๆ	5	16%

6. ความถี่ในการเข้าคอร์สหรือเวิร์คช็อปถ่ายภาพ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามความถี่ในการเข้าคอร์สหรือเวิร์คช็อปถ่ายภาพ

ความถี่ในการเข้าคอร์สหรือเวิร์คช็อปถ่ายภาพ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
1 ถึง 2 ครั้ง ต่อเดือน	16	70%
3 ถึง 4 ครั้ง ต่อเดือน	1	4%
มากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	1	4%
อื่นๆ	5	22%

7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคอร์สหรือเวิร์คช็อป

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคอร์สหรือเวิร์คช็อป

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคอร์สหรือเวิร์คช็อป	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	2	9%
500 ถึง 1,000 บาท	6	26%
1,001 ถึง 3,000 บาท	11	48%
3,001 ถึง 5,000 บาท	1	4%
5,001 ถึง 10,000 บาท	0	0%
10,001 บาท ขึ้นไป	0	0%
อื่นๆ	3	13%

8. วันที่เลือกใช้บริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อป

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามวันที่เลือกใช้บริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อป

วันที่เลือกใช้บริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อป	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
วันธรรมดา จันทร์ ถึง ศุกร์	4	17%
วันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์ ถึง อาทิตย์	16	70%
อื่นๆ	3	13%

หมายเหตุ จากข้อมูลทำให้ทราบว่าบริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปควรจะเน้นไปยังวันหยุดสุดสัปดาห์เป็นหลัก ส่วนวันธรรมดาไม่จำเป็นต้องจัดคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปทุกวัน

9. ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อป

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อป

ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อป	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ช่วงเช้า	9	41%
ช่วงบ่าย	6	27%
ช่วงเย็น	2	9%
อื่นๆ	5	23%

หมายเหตุ จากคำถามนี้ทำให้สรุปบริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปได้ว่า ในหนึ่งสัปดาห์ควรจัดคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปในวันเสาร์และอาทิตย์ เริ่มคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปตั้งแต่ช่วงเช้า ซึ่งทำให้จัดบริการคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปได้ทั้งหมด 3 เวลา

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการทำงานของช่างภาพ

3.1 พฤติกรรมการทำงานพื้นฐาน

10. ในงานถ่ายภาพ 1 งาน ใช้เวลาในการ Process ภาพกี่วัน

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามระยะเวลาในการ Process ภาพ

ระยะเวลาในการ Process ภาพ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
1 - 5 วัน	5	29%
6 - 10 วัน	3	18%
11 - 15 วัน	1	5%
15 - 20 วัน	4	24%
มากกว่า 20 วัน	4	24%

11. ถ่ายภาพงานประเภทใด

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามประเภทงานที่ถ่าย

ประเภทงานที่ถ่าย	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
แลนด์สเคป (Landscape)	2	12%
รับปริญญา	11	65%
งานแต่งงาน	8	48%
อีเว้นท์	5	30%
ฟรีเวดดิ้ง	3	18%
สินค้า	5	29%
แฟชั่น	6	35%

12. สถานที่นั่งทำงานหลังการถ่ายภาพ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามสถานที่นั่งทำงานหลังการถ่ายภาพ

สถานที่นั่งทำงาน	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
โคเวิร์กิ้ง สเปซ	2	12%
บ้าน	7	41%
ร้านกาแฟ	12	71%
ออฟฟิศ	6	35%
ห้าง	5	30%

13. เวลาในการนั่งทำงานหลังการถ่ายภาพ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามเวลาในการนั่งทำงาน

เวลาในการนั่งทำงาน	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
2 - 3 ชั่วโมง	1	6%
3 - 4 ชั่วโมง	9	29%
5 - 7 ชั่วโมง	13	41%
8 - 10 ชั่วโมง	8	24%

3.2 พฤติกรรมการใช้งานสตูดิโอ

14. เคยใช้งานสตูดิโอหรือไม่

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามการใช้งานสตูดิโอ

ใช้งานสตูดิโอ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เคย	20	65%
ไม่เคย	11	35%

หมายเหตุ จากคำถามข้อนี้ ทางคณะผู้จัดทำจึงได้ทำการถามคำถามกับผู้ตอบว่า “เคย” ใช้บริการสตูดิโอทั้ง 20 คนต่อ ดังนี้

15. ใช้งานสตูดิโอในการถ่ายงานประเภทใด

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามการใช้งานสตูดิโอ

ประเภทงาน	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
บุคคล	13	63%
แฟชั่น	9	45%
สินค้า	4	18%

16. ความถี่ในการใช้งานสตูดิโอ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามความถี่ในการใช้งานสตูดิโอ

ความถี่ในการใช้งานสตูดิโอ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์	4	18%
3 - 4 ครั้ง ต่อเดือน	9	45%
เดือนละครั้ง	5	27%
2 - 3 เดือนต่อครั้ง	1	9%

17. ระยะเวลาในการใช้งานสตูดิโอต่อครั้ง

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามระยะเวลาในการใช้งานสตูดิโอต่อครั้ง

ระยะเวลาในการใช้งานสตูดิโอ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
1 - 2 ชั่วโมง	0	0%
4 - 6 ชั่วโมง	11	55%
6 - 10 ชั่วโมง	5	27%
12 ชั่วโมง	1	18%

18. ค่าใช้จ่ายในการใช้สตูดิโอต่อครั้ง

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้สตูดิโอต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อการใช้งานสตูดิโอ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
2,000 บาท	2	9%
3,000 บาท	0	0%
4,000 บาท	5	27%
5,000 บาท	9	45%
มากกว่า 5,000 บาท	4	18%

19. ในการใช้งานสตูดิโอแต่ละครั้ง ต้องทำการเช่าอุปกรณ์เสริมหรือไม่

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามการเช่าอุปกรณ์เสริม

การเช่าอุปกรณ์เสริม	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เช่า	15	73%
ไม่เช่า	5	27%

20. ปัญหาที่พบในการใช้งานสตูดิโอ (ระบุ)

ปัญหาที่พบในการใช้งานสตูดิโอ

ปัญหาที่พบในการใช้งานสตูดิโอ
<ul style="list-style-type: none"> - ห้องไม่พร้อม ของไม่ครบ - เช่าสตูดิโอแล้ว อุปกรณ์ไม่พอ เช่าแล้วเช่าอีก - สถานที่ไม่สะอาด เตรียมสถานที่น่านั่ง - มีฝุ่นเยอะ ถ่ายฉากขาวเห็นฝุ่น

3.3 พฤติกรรมการใช้บริการเช่าอุปกรณ์

21. เคยใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์หรือไม่

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์

ใช้บริการเช่าอุปกรณ์	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เคย	13	41%
ไม่เคย	18	59%

หมายเหตุ จากคำถามข้อนี้ ทางคณะผู้จัดทำจึงได้ทำการถามคำถามกับผู้ตอบว่า “เคย” ใช้บริการเช่าอุปกรณ์ทั้ง 13 คนต่อ ดังนี้

22. ความถี่ในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามความถี่ในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์

ความถี่ในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง ต่อเดือน	4	31%
2 - 3 เดือน ต่อครั้ง	4	31%
6 เดือน ครั้ง	5	38%

23. ระยะเวลาในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์ต่อครั้ง

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามระยะเวลาในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์ต่อครั้ง

ระยะเวลาในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
1 วัน	9	69%
2 วัน	4	31%

24. ค่าใช้จ่ายในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์ต่อครั้ง

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์ต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
500 - 700 บาท	7	54%
700 - 1,000 บาท	2	15%
1,000 - 2,000 บาท	4	31%

25. ปัญหาที่พบในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์ (ระบุ)

ปัญหาที่พบในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์

ปัญหาที่พบในการใช้งานบริการเช่าอุปกรณ์
<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาในการใช้อุปกรณ์ สิ้นเกินไป - อุปกรณ์ไม่เพียงพอตามต้องการ - เดินทางมาคืนไม่ทัน โคนค่าปรับเท่าเช่า 1 วัน

ส่วนที่ 4 ความสนใจในบริการแต่ละประเภทของ Photolution

26. ความต้องการพัฒนาทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามความต้องการพัฒนาทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพ

ความต้องการพัฒนาทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
มี	31	100%
ไม่มี	0	0%

หมายเหตุ จากผลสำรวจทำให้ทราบว่า ผู้ทำแบบสอบถามทั้ง 31 คน หรือคิดเป็น 100% มีความต้องการพัฒนาทักษะและเทคนิคการถ่ายภาพ

27. ความสนใจในบริการโคเวิร์กิ้ง สเปซสำหรับช่างภาพโดยเฉพาะ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามความสนใจในบริการโคเวิร์กิ้ง สเปซสำหรับช่างภาพ

ความสนใจในบริการโคเวิร์กิ้ง สเปซสำหรับช่างภาพ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
สนใจเข้าใช้บริการ	27	87.1%
ไม่สนใจเข้าใช้บริการ	4	12.9%

28. ความสนใจในคอร์สหรือเวิร์คช็อปแต่ละประเภทที่มีในโคเวิร์กิ้ง สเปซ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามคอร์สหรือเวิร์คช็อปที่มีในโคเวิร์กิ้ง สเปซ

ประเภทคอร์สหรือเวิร์คช็อปที่มีในโคเวิร์กิ้ง สเปซ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
การจัดองค์ประกอบภาพ	18	67%
การจัดองค์ประกอบแสง	20	74%
การจัดอุปกรณ์ประกอบฉาก	15	56%
การใช้งานแฟลช	20	74%
การถ่ายภาพในสตูดิโอ (Studio)	9	33%
การถ่ายภาพบุคคล (Portrait)	12	44%
การถ่ายภาพสินค้า (Product)	17	63%
การ Post-processing รูปหลังถ่ายภาพ	24	89%
อื่นๆ	1	4%

หมายเหตุ จากผลสำรวจทำให้ทราบว่า “การ Post-processing รูปหลังถ่ายภาพ” เป็นประเภทคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปที่มีความสนใจมากที่สุดคิดเป็น 89% รองลงมาคือประเภทคอร์สฝึกอบรมหรือเวิร์คช็อปที่เกี่ยวกับแสง ได้แก่ “การจัดองค์ประกอบแสง” และ “การใช้งานแฟลช” ที่มีผู้สนใจจำนวน 74%

29. ลักษณะคอร์สหรือเวิร์คช็อปที่ต้องการ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามลักษณะคอร์สหรือเวิร์คช็อปที่ต้องการ

ลักษณะคอร์สหรือเวิร์คช็อป	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เรียนต่อเนื่องเต็มวัน ครั้งเดียวจบ	12	44%
แบ่งย่อยเป็นหลายครั้ง ครั้งละ 3 ถึง 4 ชั่วโมง	13	48%
เหมาะจ่ายรายเดือน เลือกเรียนได้ไม่จำกัดตามที่ต้องการ	1	4%
อื่นๆ	1	4%

30. ค่าบริการของคอร์สหรือเวิร์คช็อปที่พึงพอใจ

สัดส่วนผู้ตอบจำแนกตามค่าบริการของคอร์สหรือเวิร์คช็อปที่พอใจ

ค่าบริการของคอร์สหรือเวิร์คช็อป	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	1	4%
1,001 ถึง 2,000 บาท	7	26%
2,001 ถึง 3,000 บาท	12	44%
3,001 ถึง 4,000 บาท	5	18%
4,001 ถึง 5,000 บาท	1	4%
มากกว่า 5,000 บาท	0	0%
อื่นๆ	1	4%

31. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สหรือเวิร์คช็อปในโคเวิร์กิ้ง สเปซ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สหรือเวิร์คช็อปในโคเวิร์กิ้ง สเปซ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สหรือเวิร์คช็อปในโคเวิร์กิ้ง สเปซ (เรียงลำดับจากความสำคัญมากที่สุด = 1 และสำคัญน้อยที่สุด = 5)					
	1	2	3	4	5
ใกล้รถไฟฟ้า	40%	20%	15%	25%	0%
ผู้สอนเวิร์คช็อป	57%	39%	4%	0%	0%
วิธีการสอน	33%	33%	24%	5%	5%
คอร์สหรือเวิร์คช็อปที่เปิดสอน	59%	22%	9%	5%	5%
จำนวนคนเรียน	10%	30%	20%	25%	15%
ค่าใช้จ่ายของคอร์สหรือเวิร์คช็อป	0%	17%	54%	29%	0%
โปรโมชั่น	8%	4%	17%	21%	50%

หมายเหตุ จากผลสำรวจทำให้ทราบว่า “คอร์สหรือเวิร์คช็อปที่เปิดสอน” เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดใน การเลือกใช้บริการ โคเวิร์กิ้ง สเปซถึง 59%

ภาคผนวก ข

การวิจัยพฤติกรรมช่างภาพ

จุดประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาลักษณะการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน และปัญหาในการทำงานของช่างภาพที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ลักษณะของข้อมูลที่ได้จากการวิจัย

ข้อมูลที่จะใช้จากการวิจัยแบ่งออกเป็น 1 ส่วน

1. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายและโดยการใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นช่างภาพมืออาชีพ ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 คน

ผลการศึกษาพฤติกรรมของช่างภาพ

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมช่างภาพโดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลขั้นตอนการทำงานของช่างภาพ

ส่วนที่ 2 ปัญหาในขั้นตอนการทำงานแต่ละขั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลขั้นตอนการทำงานของช่างภาพ

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ช่างภาพมืออาชีพทั้ง 9 คน พบว่าขั้นตอนการทำงานของช่างภาพจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ก่อนการถ่ายภาพ ระหว่างการถ่ายภาพ และหลังการถ่ายภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

อธิบายขั้นตอนการทำงานของช่างภาพแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอน	อธิบาย
ก่อนการถ่ายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - ตกลงรายละเอียดงาน - ตกลงงาน มัดจำ ลงคิว - รับงาน กำหนดคอนเซ็ปต์ / เตรียมอุปกรณ์ / นัดเวลาสถานที่ - วางแผน จัดคิวงาน เตรียมอุปกรณ์ - ตกลงคอนเซ็ปต์และราคา
ระหว่างการถ่ายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - ถ่ายงาน เช็ควงงานหลังกล้อง รับค่าจ้างส่วนที่เหลือ - ถ่ายงาน รับค่าตัวที่เหลือ - ถ่ายงาน รับค่าจ้าง - ถ่ายงาน เอ็นเทอร์เทนลูกค้า แนะนำท่าทาง - จัดสถานที่ จัดอุปกรณ์
หลังการถ่ายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - ตกแต่งภาพ ปรีนงาน ทำ DVD ส่งงาน - แต่งรูป ปรีนงาน ส่งรูป - เก็บงาน แต่งภาพ ส่งงาน - แต่งภาพ ส่งทางไปรษณีย์ - นำไฟล์ลงคอม แล้ว Backup ตกแต่งภาพ เซฟ ปรีน ส่ง

ส่วนที่ 2 ปัญหาในขั้นตอนการทำงานแต่ละขั้น

แจกแจงปัญหาในขั้นตอนการทำงานแต่ละขั้น

ขั้นตอน	ปัญหา
ก่อนการถ่ายภาพงาน	<ul style="list-style-type: none"> - อุปกรณ์ไม่พร้อมกับการงาน - ไม่มีเลนส์ - ลูกค้าไม่คิดงาน ยกเลิกงาน
ระหว่างการถ่ายภาพงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าเรื่องมาก เยอะ เอาเปรียบ - แบบไม่พร้อม แสง สภาพอากาศไม่อำนวย - สภาพอากาศ อุปกรณ์เสียหาย ฝนตก ไม่มีแสง
หลังการถ่ายภาพงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ทำงานหลายๆ ที่ห่างกัน เดินทางลำบาก - บ่อย - ไม่มีที่ทำงาน ปรังงานคนละที่กับที่ทำงาน เวลาส่งงานต้องไป ไปรษณีย์ - สถานที่ทำงานไม่อำนวย ไม่มีความเป็นส่วนตัว - ไม่มีที่ทำงานที่แน่นอน - ทำรูปไม่ทันตามกำหนด