



'Co-working space'  
ในเกมธุรกิจ&เทรนด์ทำงานยุคใหม่  
> 23

# 'Co-working space' ในเกมธุรกิจ&เทรนด์ทำงานยุคใหม่

## ● กรุงเทพธุรกิจ

คาดการณ์ว่าในปีนี้ทั่วทั้งโลกจะมี  
โคเวิร์กิงสเปซทั้งหมด 17,725 แห่ง จาก  
ปีที่แล้ว 14,411 แห่งซึ่งเติบโตขึ้นถึง 20%  
และภายในปี 2022 จะมีมากถึง  
30,432 แห่ง

ขณะที่สถานการณ์ธุรกิจของไทยยังไม่ได้  
มีการสรุปตัวเลขออกมาแน่ชัด เหตุจากมีทั้ง  
"เกิด" และ "ถอย" ออกจากตลาด

ที่มาของพื้นที่เกิดใหม่ ส่วนหนึ่งมา  
จากเจ้าของอาคารทำการดัดแปลงพื้นที่มาบริหาร  
โดยใช้แนวธุรกิจใหม่อย่าง Co working  
space ที่กำลังฮอตฮิตตมาสร้างเงิน

อีกส่วนมาจากมุมมองการทำธุรกิจ  
เพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่มีวัฒนธรรม  
การทำงานแบบที่ต้องการความยืดหยุ่นสูง  
ต้องการเน็ตเวิร์คกับผู้คนใหม่ๆ และเน้น  
ความมีอิสระจากต้นทุนต่างๆ เช่น ค่าเช่า  
ออฟฟิศ

เมื่อ "ความต้องการ" มีอยู่สูงผลักดัน  
ให้ Co working space เพิ่มจำนวนขึ้น  
ดังตัวเลขข้างต้น

ท่ามกลางการแข่งขันเช่นนี้ การมาของ  
ผู้เล่นจากต่างประเทศอย่างเช่น Spaces  
ที่พร้อมด้วยเน็ตเวิร์คและทุน กับผู้เล่น  
ในไทย อาทิ Glowfish เน้นความหลากหลาย  
ของการเป็นออฟฟิศให้เข้ากับไลฟ์สไตล์,



spaces



glowfish สาทร

Hubba ที่เน้นเรื่องการสร้างชุมชนสำหรับ  
สตาร์ทอัพ จัดอบรมและให้คำปรึกษาให้  
กับกลุ่มสตาร์ทอัพ โดยใช้ความเข้าใจผู้ให้

“  
การทำงานที่สร้างสมดุล  
ระหว่างชีวิตและงาน  
จะส่งเสริมกันให้  
ภาพรวมของธุรกิจ  
เดินไปได้”  
”

บริการคนไทยมาเป็นเต็มต่อ  
ทั้งนี้ยังมีในเรื่องของ “คอนเซปต์”  
“ทำเล” “แบรนด์ดิ้ง” “รูปแบบกิจกรรม” แล้ว

ปัจจัยใดที่ทำให้ “อยู่รอด”

**“โมเดล” อาจต้องปรับเพื่อให้ได้ไปต่อ**

หลายๆ Co-working space เกิดขึ้นเพื่อเป้าหมายรองรับสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ที่มีผู้นอยากสร้างธุรกิจเทคโนโลยีเพื่อเปลี่ยนโลก แต่การพึ่งพิงรายได้จากคนกลุ่มนี้อาจจะไม่มีพลังมากพอที่จะทำให้มีรายได้จากการให้ใช้พื้นที่ ทำให้ช่วง 1-2 ปีมานี้ได้เห็นหลายๆ Co-working space พลิกโมเดลจากรายได้การใช้พื้นที่เป็นการสร้างคอร์สอบรมออกมาขายเพื่อตอบโจทย์คนทำงานรุ่นใหม่

ประสบการณ์กว่า 5 ปีในการพัฒนาพื้นที่ทำงานให้กับคนรุ่นใหม่ **กวิณ ว่องกุลสถิจ** กรรมการผู้จัดการ และผู้ก่อตั้งโกลด์วีฟิช บอก Co-working space เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ไม่มากนักในไทย

“Co-working space คิดเงินได้ไม่มาก เท่าที่เห็นมีเจ้าใหญ่ที่เปิดพื้นที่ให้ใช้ฟรี เราก็กทำธุรกิจนี้ไม่ได้

และจากที่เห็นๆ ธุรกิจนี้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ช้ามากอย่างน้อย 10 ปี ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับคนที่จับตลาดเล็กมากๆ แต่หากทำให้แมสได้อาจล่นเวลาได้เร็วกว่านั้น”

การพลิกโมเดลจากเก็บค่าใช้พื้นที่มาเป็น “มิกซ์ยูส” เป็นอีกแนวทางที่กวิณ มองว่า ไซ่ สำหรับตลาดในไทย

นำมาสู่การปิดฉากสาขาสยามและรีโนเวทรูปแบบสาขาโอศกทาวเวอร์ที่ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ กับล่าสุดกับการเปิดสาขาสาทร พื้นที่กว่า 4,000 ตรม.ที่รวมออฟฟิศ สำเร็จรูป (Service offices) และธุรกิจบริการด้านไลฟ์สไตล์ส์มาไว้ด้วยกันภายใต้แนวคิด WORK.PLAY.GROW

ธุรกิจด้านไลฟ์สไตล์ส์ที่รวมไว้ที่นี้ก็เช่น ฟิตเนส Physique 57 และ Base สำหรับคนชอบออกกำลังกาย โซนไดน์นิ่ง สเปซ รวมถึง Event pop สตาร์ทอัพที่ให้บริการจัดอีเวนท์, Joox ที่จะร่วมกันสร้างชุมชนแห่งนี้ให้คึกคักมากขึ้น

เบื้องต้น 50% เป็นรายได้จากเช่าออฟฟิศ กับอีก 50% รายได้จากการจัดอีเวนท์ ซึ่งส่วนหลังนี้มีเค้าวาจจะพุ่งแซงหน้าการเช่าออฟฟิศไปอีก

**“ทำเล” ไม่แน่ใจจริงอาจไปไม่ถึงฝัน** ทำเลที่ตั้งเป็นอีกตัวชี้วัดว่า Co-working



กวิณ ว่องกุลสถิจ

โนเอล โค้ค



space จะอยู่ไปได้อีกนานแค่ไหน เพราะเข้าถึงยาก แม้จะทำการตลาดแค่นั้น ผู้ใช้บริการก็ค่อยๆ หายไปในที่สุด

ด้วยเหตุผลนี้เองที่ทำให้เลยอดนิยมนของการเปิดพื้นที่ให้บริการส่วนมากจะยึดตามแนวรถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นหลัก

กวินบอกหนึ่งในหัวใจของความสำเร็จก็คือ ทำเล การเดินทางที่สะดวกเข้าถึงง่าย เมื่อบวกกับสภาพแวดล้อมที่ออกแบบให้การทำงานได้สมดุลระหว่างชีวิตและงานจะส่งเสริมกันให้ภาพรวมของธุรกิจเดินไปต่อได้

ล่าสุด Co-working space ในไทยก็เปิดรับ Spaces (สเปซเซส) เป็นอีกผู้เล่นจากสวีเดนที่เปิดตัวรุกตลาดในไทย

**โนเอล ไค้ก** ผู้อำนวยการใหญ่ สเปซเซส ประจำประเทศไทย ได้หวั่น และเกาหลีกล่าวว่า ทำเล มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของ Co-working space

สาขาแรก พื้นที่กว่า 1,260 ตารางเมตร ประกอบด้วย 334 ที่นั่ง และ 3 ห้องประชุมขนาดใหญ่ ที่ยึดทำเลอาคารซัมเมอร์ฮิลล์ บีทีเอส พระโขนง เพื่อให้สะดวกต่อการเดินทาง

“ประเทศไทยมีขนาดตลาดที่ใหญ่ และมีความต้องการ สิ่งสำคัญอยู่ที่การเลือกทำเล และพาร์ทเนอร์ที่ถูกต้อง

ซึ่งในปีนี้เตรียมเปิดอีก 3-4 แห่ง เป้าหมายไม่ได้มองถึงการเป็นเบอร์หนึ่งในตลาดนี้แต่ต้องการตอบใจความต้องการของลูกค้ามากกว่า

และด้วยข้อได้เปรียบของธุรกิจที่กระจายอยู่ในกว่า 100 เมืองทั่วโลกทำให้คนที่เป็นเมมเบอร์สามารถเข้าใช้งานได้เมื่อต้องเดินทางไปต่างประเทศ”

**เสียงสูงและเต็มไปด้วยความท้าทาย**

The Global Co-working Survey พบมี Co-Working space เพียง 40% ที่ทำกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

จากความท้าทายยังคงมีในเรื่องข้อจำกัดของการที่หน้าใหม่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจนี้ยังมีอยู่ต่ำ นำมาซึ่งการแข่งขันสูง แม้ว่าราคาที่กำหนดจะไม่สูงนักเฉลี่ยที่ 350 บาท ในการเข้าใช้บริการในพื้นที่ ส่วนการเช่าที่เป็นไพรเวทออฟฟิศจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของราคาขึ้นอยู่กับทำเลและกลยุทธ์ของแต่ละราย

จากที่กล่าวมา EIC ธนาคารไทยพาณิชย์ มีบวิเคราะห์ถึง 3 กลยุทธ์เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จไว้อย่างน่าสนใจ

เริ่มที่ ให้เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ถูกต้องพร้อมกับการหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ

ถัดมา การทำเลที่มีศักยภาพสะดวกในการเดินทาง

สุดท้าย มุ่งไปที่การสร้าง ความแตกต่าง และริเริ่มกิจกรรมเพื่อดึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาใช้บริการ เช่น กิจกรรมให้คำปรึกษาทางธุรกิจ รวมถึงการมอบหมายได้อื่นๆ เข้ามาเสริมเช่น ห้องประชุม และบริการพิเศษต่าง ๆ