

องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรม
ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
INTERIOR DESIGN ELEMENTS INFLUENCING THE DECISION TO USE
A HOTEL BUSINESS AMONG GENERATION Z TRAVELERS, CASE
STUDY OF HOTEL BUSINESSES IN POM PRAP SATTRU PHAI
DISTRICT, BANGKOK

ลลิตา สุกรี¹ และ ระชานนท์ ทวีผล^{2*}
Lalida Sugree¹ and Rachanon Taweephol^{2*}

(Received: July 26, 2022; Revised: November 18, 2022; Accepted: December 9, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในของธุรกิจโรงแรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต 2) ศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต เป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย 4 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซตจำนวนด้วยโปรแกรม G*power จำนวน 184 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สัมพันธ์ เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการตกแต่งภายในโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่มีอิทธิพลมากที่สุด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ด้านจุดถ่ายภาพ และการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต

คำสำคัญ: การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม การตัดสินใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซต

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

* Corresponding author, E-mail: rachanon@ms.su.ac.th

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the interior design elements of the hotel business for Generation Z travelers; and 2) to investigate the interior design elements that influence the decision to use the hotel business of Generation Z travelers. This research applied mixed method research, including in-depth interviews with 4 hotel operators from 3-4 star-hotels in Pom Prap Sattru Phai District. The sample used in the research was 184 generation Z travelers calculated with the G*power program and the data were analyzed with percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The findings revealed that Interior elements are at the highest level. When classifying aspects, it was found that utilities and building engineering systems were found It's the most average. According to the multiple regression analysis, it revealed that the five most influential interior design elements are psychology in design, comfort and ease of use, public utilities and building engineering systems, use of space size, photography, and marketing promotion of the hotel. These affects the decision to choose the hotel services of generation Z travelers.

Keywords: Hotel interior design, decision, Generation Z travelers

1. บทนำ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของราชอาณาจักรไทยมีผลพวงจากความสำเร็จของภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2562 พบว่า มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 18 ในแต่ละปี มีอัตราการจ้างงานถึง 4.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 12 ของการจ้างงานทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2562 รายได้จากตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1.93 ล้านล้านบาท และรายได้จากตลาดนักท่องเที่ยว ภายในประเทศ 1.08 ล้านล้านบาท คิดเป็นมูลค่าโดยรวม 3.01 ล้านล้านบาท จนกระทั่งการอุบัติขึ้นของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ประกาศให้เป็นโรคติดต่อร้ายแรงต่อประชาคมโลก และมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงจนกลายเป็นศูนย์ในที่สุด ธุรกิจโรงแรมไทยได้รับ ผลกระทบด้านโครงสร้างรายได้โดยตรง และทยอยปิดกิจการตามลำดับ ตลอดจนกลุ่มแรงงานจากภาค บริการถูกยกเลิกการจ้างงานเป็นจำนวนหลายอัตรา ทางรัฐบาลได้มีกำหนดมาตรการเพื่อยับยั้งการแพร่ ระบาดครั้งนี้ เริ่มต้นจากการจำกัดการเดินทางข้ามจังหวัด การรักษาระยะห่างทางสังคม การสวมหน้ากากอนามัยในระหว่างออกไปทำกิจวัตรประจำวันนอกเคหสถาน และการยุติกิจการและกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นการชั่วคราว (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ภายหลังสถานการณ์ภายในประเทศไทยที่จำนวนผู้ติดเชื้อคงที่ ทางรัฐบาลจึงเริ่มมีการประกาศ อนุญาตให้ธุรกิจโรงแรมกลับมาเปิดให้บริการเป็นปกติในช่วงกลางเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 ในขณะที่ ความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข

และสภาหอการค้าไทย ได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amzing Thailand Safety & Health Administration: SHA) โดยยึดหลักการดำเนินงานและมาตรการป้องกันความเสี่ยงติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ธุรกิจโรงแรมที่ได้รับมาตรฐาน SHA ต้องมีจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ จำกัดจำนวนผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาความสะอาดในพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง (กรมการท่องเที่ยว, 2563) จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ธุรกิจโรงแรมเริ่มจะกลับมาฟื้นตัว โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.75 ในขณะที่เดียวกันทางรัฐบาลได้มีนโยบายการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจและการใช้จ่ายในการออกเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแผนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 80.40 อย่างต่อเนื่องอีก 5 ปี (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2563)

ความได้เปรียบของกรุงเทพมหานครที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตของประชาชนที่ครบวงจร ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการสามารถขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเลือกที่จะเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเป็นอันดับแรก ก่อนที่จะเดินทางไปยังภูมิภาคอื่น ๆ หรือจังหวัดใกล้เคียง (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร, 2556) ในส่วนของเขตป้อมปราบศัตรูพายนับว่า เป็นพื้นที่ ชื่นในของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเปรียบเสมือนศูนย์กลางของการศึกษา การค้า เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี ที่ได้มีการพัฒนาไปตามนโยบายทางการเมืองและยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมทั้งยังมีธุรกิจบริการประเภทต่างๆ อาทิ ธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว รวมทั้งหมด 4 แห่ง ตลอดจนมีการจัดงานตามปฏิทินเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี นอกจากนี้ เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายยังมีทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมที่มีความรุ่งเรืองเกิดขึ้น สังเกตได้จากสิ่งปลูกสร้างที่เป็นโบราณสถานและถิ่นที่อยู่อาศัยของประชาชนในอดีต จึงเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีธุรกิจโรงแรมไว้อรองรับผู้มาเยือนหลากหลายประเภท (สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย, 2563)

จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ (2564) ได้นำเสนอแนวทางการออกแบบธุรกิจโรงแรมยุคใหม่หลัง COVID-19 ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจโรงแรมเก่าที่ต้องการปรับปรุงการบริการ หรือกลุ่มโรงแรมที่กำลังลงทุนสร้างใหม่ เริ่มจากการคำนึงถึงบริบทของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งกลุ่มเจนเอเรชันวายและแซดที่ยึดมั่นในตนเองเป็นหลักทั้งทัศนคติและความต้องการ ในอนาคตประชากรทั้ง 2 กลุ่มนี้ จะมีสัดส่วนมากที่สุดในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนเจนเอเรชันแซดที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป เป็นยุคสมัยของคนที่เกิดมาในช่วงความแพร่หลายของเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงมีความต้องการในระดับสูงจากตัวเลือกหรือแหล่งข้อมูลของสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องนำเสนอการบริการที่เหมาะสม

พร้อมกับการพิจารณาสภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้งและการออกแบบตัวอาคารต้องมีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน รวมทั้งการมีส่วนร่วมช่วยในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมเหล่านั้นให้เกิดความยั่งยืน ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงแรมในสายตาของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการส่งเสริมให้การรับรู้ที่ธุรกิจโรงแรมไม่ใช่เพียงแค่สถานที่สำหรับพักผ่อนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องสามารถรองรับการทำงานหรือการทำธุรกิจเนื่องจากหลังสถานการณ์ COVID-19 นักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาพักผ่อนบางครั้งต้องทำงานควบคู่กันไป ทางธุรกิจโรงแรมควรเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง

สำหรับผลงานวิจัยของ Adem (2020) พบว่า การออกแบบธุรกิจโรงแรมที่ส่งผลบวกต่ออารมณ์ ความสุข ความสบายใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อกับตราสินค้าให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพของธุรกิจโรงแรม ส่งผลให้เกิดการเข้าพักอาศัยในระยะยาวและเกิดความจงรักภักดี เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ Baek and Ok (2017) นำเสนอผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการออกแบบธุรกิจโรงแรมพบว่า สัญลักษณ์และสุนทรียภาพในการออกแบบ มีผลต่อความตั้งใจในการสำรองห้องพัก และการกระตุ้นความต้องการในการตัดสินใจเข้าพัก มีความแตกต่างด้วยการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของธุรกิจโรงแรมเกิดจากการตีความแนวคิด ทศนคติ และตัวตน ตลอดจนเรียนรู้และการสร้างความหมายใหม่ร่วมกัน (CO-Creation) ระหว่างธุรกิจโรงแรมกับนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยว (ทศพร บุญวัชรภักย์ และคณะ, 2559) ในขณะที่ประชากรกลุ่มเจนเอเรชันแซดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ใช้จ่ายได้ไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว กระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชันแซดต้องการออกเดินทางได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังชอบค้นหาจุดหมายปลายทางที่คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความนิยมมากนัก ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ประสบการณ์จากพื้นที่ หากเป็นที่การเลือกที่พักรหรือโรงแรมต้องมีความโดดเด่นเรื่องของการออกแบบหรือดีไซน์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยว (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2561) กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่เป็นจุดหมายปลายทาง ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมจำนวนมากเข้าสู่ในสภาวะการแข่งขันสูงที่จะต้องมีการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดในช่วงการกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งหลังสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ชะลอตัว

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันแซด กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจโรงแรมให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเจนเอเรชันแซด โดยการทบทวนการออกแบบและตกแต่งอย่างสร้างสรรค์ มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการ อีกทั้งยังสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมและองค์ประกอบของการออกแบบที่สนับสนุนให้ธุรกิจโรงแรมกลายเป็นตัวเลือกของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่อย่างเจนเอเรชันแซดได้อย่างสมบูรณ์แบบ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

นิยามคำว่า “การตัดสินใจ” หมายถึง กระบวนการทางตรรกวิทยาเพื่อการประเมินทางเลือกจากมูลความจริงที่ปรากฏ เพื่อนำมาคิดทบทวนทางเลือกต่างๆ โดยอาศัยความเป็นเหตุเป็นผลอย่างรอบคอบ (Barnard, 1938) แต่ในมุมมองของ Simon (1960) กล่าวถึง การตัดสินใจเป็นพฤติกรรมมนุษย์ที่ใช้การสะสมข้อมูลสำหรับการประมวลผลตามสถานการณ์ และเงื่อนไขสนับสนุนทางเลือกที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือมีแบบแผนเอาไว้ล่วงหน้า (Programmed Decisions) และการตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดแบบแผนไว้ล่วงหน้า (Non Programmed Decisions) หรือเป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ในขณะที่กระบวนการตัดสินใจทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลหลากหลายระดับ เนื่องจากผู้ซื้อทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่ กิจกรรม ที่พักอาศัยการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้ นุชนารถ ฤกษ์นรมย์ และปรีดา นัคร (2563) อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจอาจเกิดจากความต้องการหรือรสนิยม หรือแม้กระทั่งกลุ่มบุคคลอ้างอิงอื่นๆ เข้ามาเป็นแรงกระตุ้นให้บรรลุเป้าหมายมากยิ่งขึ้นแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งขั้นตอนการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นที่ 1 ความปรารถนาที่จะท่องเที่ยว (Travel Desire) ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ขั้นที่ 3 การประเมินตัวเลือก (Travel Assessment) และขั้นที่ 4 การตัดสินใจ (Travel Decision and Demand)

การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม

ความหมายของการออกแบบ คือ กิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้สอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ โดยอาศัยวิธีการออกแบบเพื่อสร้างขึ้นมาใหม่ให้แตกต่างจากของเดิม หรือแม้กระทั่งการปรับปรุงตกแต่งของเดิม (Archer, 1965) สำหรับทาง Dunne and Lusch (2008) กำหนดคำว่า “การออกแบบตกแต่งภายใน” หมายถึง การจัดวางแผนผังและองค์ประกอบต่างๆ ภายใน เช่น แสง สี เสียง เป็นต้น ต้องมีการคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้มาใช้บริการ แต่สำหรับ Wittmann-Wurzer and Zech (2019) อธิบายว่า ความสำคัญกับการท่องเที่ยวพักอาศัยในโรงแรม นอกเหนือจากเทคนิคเพิ่มเติมการรักษาความปลอดภัย ต้องอาศัยการวิเคราะห์ถึงการทำงานของอุปกรณ์ ตลอดจนการปรับแต่งบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักได้สัมผัสถึงความสบายทางจิตใจ หรือเกิดความรู้สึกสงบไม่ทุกข์ร้อนระหว่างการเข้าพักที่โรงแรม ยิ่งไปกว่านั้นการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมควรกำหนดแบบแผนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สอยพื้นที่ของมนุษย์ พร้อมกับการนำเอาผลงานศิลปะเข้ามาใช้

ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เริ่มจากการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยในงานออกแบบตกแต่งภายใน เช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย เป็นต้น นับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการพัฒนาให้มีรูปทรงและสีสันทันสมัย แต่อย่างไรก็ตามประเด็นเกี่ยวกับความงามของรูปแบบการตกแต่งภายในเป็นอีกหนึ่งความท้าทาย เนื่องจากความสวยงามเป็นการสะท้อนความพึงพอใจจากรสนิยมส่วนบุคคล แต่นักออกแบบควรสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพและไม่ล้ำสมัย ยิ่งไปกว่านั้นการออกแบบที่มีประสิทธิภาพควรคำนึงถึงพื้นที่ว่างให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดความสบายตาแก่นักท่องเที่ยว (จง บุญประชา, 2557)

เจเนอเรชันแซด

Mannheim (1952) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เจเนอเรชัน หมายถึง การจำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย โดยพิจารณาจากช่วงปีเกิดและเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชีวิต โดยกลุ่มคนที่อยู่ในเจเนอเรชันเดียวกันอาจมีความต้องการที่คล้ายคลึงกัน เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ลักษณะนิสัย เป็นต้น นอกจากนี้ แต่ละเจเนอเรชันจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน โดยทาง กรมสุขภาพจิต (2564) ได้อธิบายถึงการแบ่งกลุ่มประชากรด้วยหลักประชากรศาสตร์ (Demography) ของนักเศรษฐศาสตร์ที่มีการแบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม โดยใช้อายุเป็นเกณฑ์ ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) อายุ 55 ปีขึ้นไป กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) อายุ 39-54 ปี กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) อายุ 23-39 ปี และกลุ่มที่ 4 เจเนอเรชันแซด (Generation Z) อายุ 10-22 ปี ในขณะที่ Glass (2007) ได้นิยามว่า เจเนอเรชัน คือ ผู้ที่มีประสบการณ์จากเหตุการณ์ หรือสภาพแวดล้อมที่คล้ายกัน ในสังคมหนึ่ง รวมทั้งประสบการณ์ส่งผลให้เกิดเอกลักษณ์ทางทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกัน ในกลุ่มคนที่มีอายุใกล้เคียงกัน อีกทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซด ที่มีความระมัดระวังทางการเงินมากกว่าเมื่อเทียบกับช่วงอายุของกลุ่ม Generation Y และ X พร้อมทั้งยังรู้จักเทคนิคการหารายได้ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ อันเนื่องมาจากเติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ขาดอุปกรณ์หรือเครื่องมือสื่อสารไม่ได้ และยังเป็นพวกสมาธิสั้นกว่ากลุ่มเจเนอเรชันอื่นๆ ในขณะเดียวกันยังเป็นกลุ่มที่ชอบแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา เมื่อมีทางเลือกหรือข้อเสนอที่ดีกว่ามักเปลี่ยนใจได้อย่างรวดเร็ว (Sriprom et al., 2019)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรวรรณ งามวรรณ และลลิตา นุ่มไทย (2563) ได้ศึกษาเรื่องถอดรหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการถอดรหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติค 2) พัฒนาการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติคโดยใช้รหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยอย่างเหมาะสม โดยมีประชากรและแหล่งข้อมูลประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และกรณีศึกษา 4 แห่ง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสังเกต และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีการประเมินคุณลักษณะของงานสร้างสรรค์ด้วยวิธีการเชิงปริมาณ ร่วมกับวิธีการเชิงคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 5 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ การแสดงความคิดเห็น ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมภายในที่สร้างสรรค์โดยประยุกต์รหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยมาผสมผสานร่วม มีคุณภาพของคุณลักษณะสภาพแวดล้อมในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6 จากคุณลักษณะ 5 ด้าน ได้แก่ ความสวยงามแปลกตา บ่งบอก

อัตลักษณ์งานศิลป์ของศิลปินไทย ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างความน่าสนใจให้กับสถานที่ และมีการผสมผสานความงามร่วมกับประโยชน์ใช้สอยได้ในระดับมากที่สุด

ทิพย์สุคนธ์ อธิธิประทีป (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ศิลปะป๊อปในงานตกแต่งภายในโรงแรมบูติคกรณีศึกษาโรงแรมมิสติก เพลส รুমส์ อิน บางกอก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดรูปแบบและวิธีการนำเสนอศิลปะป๊อป ตกแต่งภายในห้องพักในโรงแรมมิสติก เพลส รুমส์ อิน บางกอก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการวิจัยเอกสารทางวิชาการและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากแบบสอบถามการใช้ศิลปะป๊อปในการตกแต่งห้องพักในโรงแรมมิสติก เพลส รুমส์ อิน บางกอก จากนักศึกษาระดับปริญญาโทสาขาออกแบบตกแต่งภายใน จำนวน 25 คน ของคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการศึกษาพบว่า การตกแต่งด้วยศิลปะป๊อปสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก รวมถึงรูปแบบการตกแต่งที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้พบเห็นอีกด้วย

Xingyi (2020) ศึกษาเรื่องเทคนิคการออกแบบปรับปรุงโกดังเก่าให้เป็นโรงแรมที่ทันสมัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอโครงการสำหรับการปรับปรุงโกดังเก่าให้เป็นโรงแรมที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกถึงตึกอาคารที่เก่าแก่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการวิจัยเอกสารทางวิชาการ ผลการศึกษาพบว่าการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโครงสร้างของหลังคา ช่องหน้าต่าง และบานเกล็ด รวมถึงงานก่อสร้างด้วยอิฐรูปทรงแปลกประหลาดตามผนังยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ เพื่อใช้เป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ของอาคาร สำหรับการตกแต่งภายในโดยใช้แนวคิดการรักษาสัญลักษณ์อาคารอุตสาหกรรมในอดีต โดยการผสมผสานระหว่างวัสดุที่ตัดกัน อาทิ ไม้ธรรมชาติกับโลหะเหล็ก รวมไปถึงการใช้สีที่มีความแตกต่างกัน มีการให้ความสำคัญกับสีฟ้าสีเหลืองและสีม่วงในโทนสีเหลืองทองอีกด้วย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยสามารถแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนการศึกษาตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

4.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อย ได้แก่

1) การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จากตัวแทนผู้ประกอบการโรงแรม ระดับ 3 – 4 ดาว ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 4 คน ซึ่งเป็นการกำหนดคุณสมบัติของการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่เกิดจากฝั่งอุปทาน ที่ควบคุมทรัพยากรภายในธุรกิจโรงแรมและองค์ประกอบการออกแบบในขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา ซึ่งได้รับการจดทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมาย

2) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในภาคสนามด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดสะท้อนความคิดเห็นตามประเด็นปัญหาของการวิจัย จำนวน 3 ข้อ ตามโครงสร้างแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวโน้มองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร รวมทั้งพิจารณาจากสภาพแวดล้อมในบริบทพื้นที่ ด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อพิจารณารายละเอียดองค์ประกอบของแต่ละด้านของการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่ระบุไว้ในขอบเขตด้านเนื้อหา

3) การวิเคราะห์และตีความข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาพิจารณาความสอดคล้องกับข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร หากประเด็นใดมีความไม่ชัดเจน จะดำเนินการศึกษาประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติมด้วยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากนั้นจึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและถอดความหมายโดยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการสังเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ที่ศึกษาประสบการณ์ชีวิตและการให้ความหมายในแต่ละช่วงเวลาภายใต้บริบท (ระชานนท์ ทวีผล และณัฐพล เขียวงาม, 2563) ผลการศึกษาที่ค้นพบถูกนำไปพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

4) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้หลักทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน (Data) ได้แก่ เวลา ผู้ให้ข้อมูลหลัก และสถานที่ (2) ด้านผู้จัดทำวิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน (Researcher) ที่มีจำนวนผู้ทำวิจัยมากกว่า 1 คน และ (3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Method) เพื่อนำมาเปรียบเทียบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลหลายวิธีซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล (Denzin, 1970)

4.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อย ได้แก่

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตชาวไทย ที่มีอายุระหว่าง 18 - 26 ปี หรือเกิดในช่วง พ.ศ. 2538 - 2546 เป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะ โดยผู้วิจัยใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power (Faul, Erdfelder, & Buchner, 2017) โดยวิเคราะห์จากตัวแปรทำนาย 12 ตัว ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 184 ตัวอย่างตามเงื่อนไข จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างไปยังโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว ทั้งหมด 4 แห่งในเขตพื้นที่การศึกษา แห่งละ 46 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน

2) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) ปลายปิดเป็นเครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยส่วนที่ 1-2 เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรม ทั้งหมด 12 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม 2) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน 3) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ 4) ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง 5) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร 6) ด้านประโยชน์ใช้สอย 7) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ 8) ด้านสื่อถึงอัตลักษณ์ 9) ด้านจุดถ่ายภาพและส่งเสริมการตลาด 10) ด้านคงความอนุรักษ์เดิม 11) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย 12) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ซึ่งทั้ง 12 ด้านถูกพัฒนาจากงานวิจัยเชิงคุณภาพในขั้นตอนที่ 1 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด สำหรับส่วนที่ 3-4 เป็นแบบสอบถามปลายปิดตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) และใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

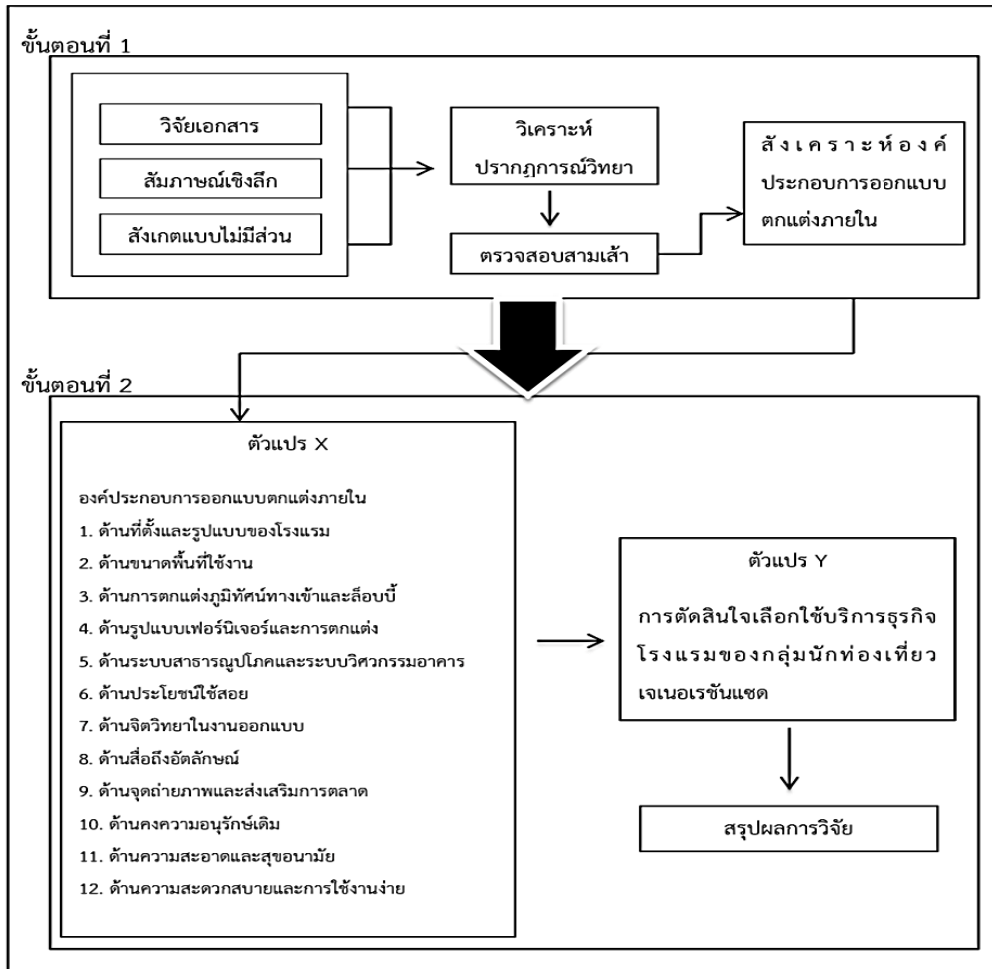
3) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการโรงแรม ด้านการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม และด้านการบริการ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าความเที่ยงตรงมากกว่า 0.50 โดยถือว่าแบบสอบถามนี้ มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัคร แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 คน (Rovinelli & Hambleton, 1977) เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามและเนื้อหาด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากการวิเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า มีค่าโดยรวมอยู่ที่ 0.94 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Cronbach, 1990) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้งานได้จริง

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้ค่าสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมทั้งการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ร่วมกับการวิเคราะห์การถดถอยของพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบรายการด้าน และเลือกใช้เทคนิควิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise) เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงของขั้นตอนการวิจัยที่สมบูรณ์ทางผู้วิจัยได้แสดงรายละเอียดตามภาพที่ 1 ดังนี้

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. ผลการวิจัย

5.1 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร แบ่งตามข้อความย่อทั้ง 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

1) จุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ได้อธิบายมุมมองของแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นจุดแข็งของประเทศไทย ที่มีความสามารถด้านการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เกิดการสร้างสรรคบริการผ่านทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมไทย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมนันทนาการ อาหาร เครื่องแต่งกาย และวิถีชีวิต ทำให้

นักท่องเที่ยวต่างมีความชื่นชอบและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ให้ความสำคัญกับอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเกิดการพัฒนารูปแบบตกแต่งภายในโรงแรมภายใต้แนวคิดหรือธีมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ การศึกษาค้นคว้า หรือบริบทรอบข้างทางสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่ธุรกิจโรงแรมของตนเอง

2) มุมมองด้านองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเป็นข้อความปลายเปิดสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในประเด็นต่างๆ สามารถแบ่งออกเป็น 11 ด้าน ได้แก่

2.1) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม

ผลการศึกษาพบว่า การที่ธุรกิจโรงแรมมีทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองเป็นศูนย์กลางของแหล่งท่องเที่ยวและการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ รวมทั้งยังเป็นการคงไว้ซึ่งลักษณะของอาคารแบบดั้งเดิม เพื่อแสดงถึงความเป็นมาของสถานที่นั้นๆ สะท้อนให้เห็นถึงศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชนที่ซ่อนอยู่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีการจัดรูปแบบพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารที่ตอบโจทย์กับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดส่วนใหญ่สนใจเข้าใช้บริการธุรกิจโรงแรมที่มีความแตกต่างไปจากโรงแรมหรูหรารูปแบบดั้งเดิม จึงมีการพัฒนารูปแบบภายในอาคารที่มีความสะดวกสบายและมีความยืดหยุ่นต่อการติดต่อขอรับบริการ อีกทั้งที่ธุรกิจโรงแรมที่อยู่เป็นศูนย์กลางของสถานที่สำคัญไม่จำเป็นต้องกำหนดราคาสูงเสมอไป เมื่อเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ที่ก่อตั้งมาก่อนหลายปี

2.2) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน

ผลการศึกษาพบว่า การประเมินการใช้พื้นที่ภายในโรงแรมต้องประเมินถึงการจัดสรรพื้นที่ 2 ส่วนหลัก ได้แก่ พื้นที่ในส่วนของห้องพัก และพื้นที่สาธารณะ เช่น ห้องประชุมสัมมนา สระวน้ำ สถานที่จอดรถ หรือแม้กระทั่งการใช้พื้นที่สาธารณะให้กลายเป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นการบริการคาเฟ่ และร้านอาหาร ยิ่งไปกว่านั้น แนวคิดของผู้ประกอบการบางรายที่มีอาคารลักษณะเป็นตึกแถว จะเลือกใช้วิธีการจัดสรรพื้นที่แบ่งตามลำดับชั้น อาทิ ชั้นล่างเป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์ และชั้นบนเป็นห้องพัก เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการบริหารพื้นที่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดที่มีโอกาสเข้ารับบริการจากพื้นที่เชิงพาณิชย์ของโรงแรม

2.3) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้

ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมบริเวณย่านเมืองเก่า หรืออาจเรียกว่าเป็นความวิจิตรจากสถาปัตยกรรมของต่างชาติ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการตกแต่งให้เกิดความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น มีส่วนช่วยสร้างบรรยากาศภายในโรงแรมให้มีความน่าสนใจตั้งแต่ครั้งแรกที่พบเห็น อีกทั้งการตกแต่งภูมิทัศน์บริเวณล็อบบี้ของโรงแรมให้มีความร่มรื่นแวดล้อมไปด้วยพื้นที่สีเขียวในลักษณะของสวนแนวตั้ง หรือการเพิ่มพื้นที่ที่มีระบบนิเวศทางธรรมชาติ อาทิ ปลูกต้นไม้ รวมทั้งยังมีการเลือกใช้โชนสีที่ไม่จัดจ้านเกินไป ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดรู้สึกสบายใจและผ่อนคลายไม่อึดอัด

2.4) ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง

ผลการศึกษาพบว่า การเลือกใช้รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับลักษณะอาคารและสภาพแวดล้อมในทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผสมผสานระหว่างประเด็นทางสถาปัตยกรรมที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของที่ตั้งกับความร่วมสมัยควบคู่กันไป โดยการนำเอาเฟอร์นิเจอร์เก่าสไตล์วินเทจของชาวจีน เช่น โคมตั้งลิ้นหินขัด ไม้ เป็นต้น เพื่อนำเข้ามาเพิ่มการตกแต่ง ร่วมกับการออกแบบสร้างเฟอร์นิเจอร์ใหม่ให้สอดคล้องไปกับบรรยากาศภายในโรงแรมเพิ่มเติม รวมทั้งการเลือกใช้โทนสีทั้งภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางที่สอดคล้องไปกับสภาพแวดล้อมของวิถีชุมชนเพิ่มความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต

2.5) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร

ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติตามหลักด้านวิศวกรรมอาคารตามข้อบังคับของกฎหมายการก่อสร้าง รวมทั้งการกำหนดให้มีวิศวกรเข้ามาควบคุมกำกับดูแลการก่อสร้างภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย การตรวจสอบอาคารประจำปีโดยกรมโยธา การตรวจสอบคุณภาพน้ำตามข้อกำหนด หรือแม้กระทั่งการกำหนดให้มีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานเกี่ยวกับการป้องกันเหตุอัคคีภัยการสาธิตการอพยพ การอบรมความปลอดภัยในสถานที่ทำงานที่เป็นสำนักงานของโรงแรม การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยทางผู้ประกอบการควรมีมาตรการดูแลรักษาอาคารโดยรอบให้มีความคงทนและอยู่สภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

2.6) ด้านประโยชน์ใช้สอย

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญกับการบริหารพื้นที่ที่ผู้ประกอบการได้เริ่มประเมินอรรถประโยชน์ของขนาดความจุของพื้นที่ต่างๆ สำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตต้องเพียงพอต่อการทำกิจกรรมในลักษณะของบริการเสริม ไม่ว่าจะเป็นห้องประชุม ศูนย์บริการธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดพื้นที่พานิชย์อื่นๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและยังเป็นการประเมินความเหมาะสมในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลาย และยังเป็นแนวทางที่ก่อให้เกิดรายรับให้เพิ่มขึ้นแก่ธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้น ซึ่งจะมีผลสืบเนื่องกับการจัดสรรอัตรากำลังคนของพนักงานบริการที่คอยทำหน้าที่ดูแลช่วยเหลือในแผนกต่างๆ

2.7) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ

ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบที่ตระหนักถึงการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต ผ่านเงื่อนไขของการเลือกใช้โทนสี ที่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเลือกสีโทนอบอุ่นถูกนำมาใช้มากกว่าสีโทนร้อน เพื่อการเสริมสร้างความรู้สึกเชิงสงบและไม่พลุกพล่าน หรือหลีกเลี่ยงการใช้สีที่สว่างจนเกินไป ซึ่งเป็นการส่งเสริมสร้างบรรยากาศที่มีความคล้ายคลึงกับการพักอาศัยที่บ้าน พร้อมกับการตกแต่งองค์ประกอบสนับสนุนภายในห้องพักที่มีความเรียบง่ายและความสะดวกสบายมีสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชันแซตเป็นหลัก

2.8) ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์

ผลการศึกษาพบว่า การอ้างอิงจากสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้งโรงแรมที่เชื่อมโยงเข้ากับศิลปะและวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่า เช่น สถาปัตยกรรม ปะติมากรรม จิตรกรรม เป็นต้นซึ่งสามารถนำมาผสมผสานเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการตกแต่งให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตที่เดินทาง

มาเข้าพักแรมได้สัมผัสถึงอารยธรรมและอัตลักษณ์ อาทิ การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยและจีน อีกทั้งยังสามารถนำอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อไปพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าสำหรับธุรกิจโรงแรมให้เป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ไปสู่เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่นเพื่อกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นต่อไป

2.9) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม

ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาปัจจัยด้านเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญกับมนุษย์ และเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ โดยทางผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้มีการนำเสนอภาพถ่าย วิดีโอ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยส่วนใหญ่กลุ่มเจเนอเรชันแซดนำภาพไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นิยมการถ่ายภาพบริเวณโรงแรมหรือในบริเวณที่มีความสวยงาม และเป็นທີ່ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นกระบวนการที่ก่อเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากเกี่ยวกับความประทับใจจากสถานที่ของโรงแรมผ่านบัญชีผู้ใช้งานตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถเผยแพร่ซ้ำไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นส่วนสนับสนุนรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

2.10) ด้านความอนุรักษ์เดิม

ผลการศึกษาพบว่า การนำเอาเฟอร์นิเจอร์เก่าเข้ามาตกแต่งภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นการคงรูปลักษณะของอาคารที่ตั้งคงเดิมไว้ ผสมผสานกับการนำเอารูปแบบการบริการด้วยความเป็นไทย ที่มีความสุภาพอ่อนน้อมและการแสดงถึงความเอาใจใส่จากพนักงานบริการชาวไทย รวมทั้งการนำเอาเครื่องต่างกายหรือเครื่องแบบพนักงานให้เป็นรูปแบบหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกับธีมของโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการซึมซับการให้บริการที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมความเป็นไทยอย่างแท้จริง

2.11) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย

ผลการศึกษาพบว่า การเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านสุขอนามัยภายใต้แนวทางการปฏิบัติตามมาตรการที่ทางรัฐบาลประกาศออกมาอย่างเคร่งครัด มีการตรวจสอบประวัตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพัก การคัดกรองด้วยการตรวจวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่าง การจัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ การทำความสะอาดในพื้นที่ที่เป็นจุดเสี่ยง หรือจุดสัมผัส ตามมาตรฐาน SHA และ SHA PLUS เป็นส่วนสำคัญในการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวตามวิถีปกติใหม่ ทั้งนี้ ทางผู้ประกอบการยังคงมีแนวทางการเรียกความเชื่อมั่นจากการที่โรงแรมกำหนดให้พนักงานได้รับวัคซีน รวมทั้งธุรกิจโรงแรมยังมีการใช้ชุดทดสอบเชื้อไวรัสโควิด-19 (Rapid Antigen Test) แก่พนักงาน ตลอดจนการให้พนักงานได้มีการรายงานสุขภาพในทุกๆ สัปดาห์ ซึ่งกลายเป็นแนวทางการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่ควรมีเพิ่มเติม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ได้อธิบายแนวทางการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซด ที่ควรนำเสนอเอกลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นการสร้างจุดแข็งที่น่าจดจำให้นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการผสมผสานเรื่องราวในอดีตให้เข้ากับความเป็นยุคปัจจุบันด้วยการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์เท่าที่จำเป็น

เพียงไม่กี่รายการ และจะต้องมีความใกล้เคียงกับชื่อของโรงแรม มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของคนยุคใหม่ที่ชื่นชอบในการถ่ายรูปลงเพื่อเผยแพร่ผ่านบัญชีผู้ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งมีการจัดการพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนเป็นหมู่คณะ อาทิ สระว่ายน้ำ ลานกิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้ง ยิ่งไปกว่านั้นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบในทิศทางเดียวกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เสนอแนวทางการพัฒนาเป็นองค์ประกอบด้านที่ 12 นั่นก็คือ “การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย” ทางธุรกิจโรงแรมมีบริการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่นในการให้บริการที่สามารถปรับเปลี่ยนช่วงเวลาการเข้าพักได้ตามความเหมาะสม และมีอัตราค่าบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกปรับลดราคาได้ตามคุณลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมของประชากรกลุ่มเจนเนอเรชันแซด ทั้งนี้ การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมทั้ง 12 องค์ประกอบจึงถูกนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายปิด เพื่อนำไปใช้กับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ต่อไป

5.2 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77.7 อายุในช่วง 24-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 98.4 นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 83.7 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 83.7 ภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.0 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.4 มีวัตถุประสงค์การเข้าพักเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 87.5 มีจำนวนวันเข้าพัก 1- 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 76.1 มีบุคคลที่ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีเข้าถึงแหล่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 53.8 ใช้วิธีการสำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์คนกลางออนไลน์ อาทิ Agoda Booking.com Traveloka คิดเป็นร้อยละ 48.4 สำหรับระดับองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด โดยผู้วิจัยให้ค่าจำกัดความของแต่ละตัวแปร มีรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าระดับองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซด

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน			
ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (X1)	4.34	0.54	มากที่สุด
ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2)	4.27	0.63	มากที่สุด
ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (X3)	4.30	0.64	มากที่สุด
ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (X4)	4.45	0.60	มากที่สุด
ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5)	4.47	0.60	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน			
ด้านประโยชน์ใช้สอย (X6)	4.38	0.62	มากที่สุด
ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ (X7)	4.43	0.57	มากที่สุด
ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์ (X8)	4.23	0.63	มากที่สุด
ด้านจุดถ่ายภาพและส่งเสริมการตลาด (X9)	4.21	0.67	มากที่สุด
ด้านคงความอนุรักษ์เดิม (X10)	4.05	0.79	มาก
ด้านความสะอาดและสุขอนามัย (X11)	4.41	0.60	มากที่สุด
ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12)	4.42	0.60	มากที่สุด
รวม	4.33	0.62	มากที่สุด
การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจนเนอเรชันแซต (Y)	4.37	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงระดับองค์ประกอบการตกแต่งภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านและเรียงลำดับจากน้อยไปมากที่สุดว่า ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (X4) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ (X7) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย (X11) ด้านประโยชน์ใช้สอย (X6) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (X1) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (X3) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2) ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์ (X8) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม (X9) และ ด้านคงความอนุรักษ์เดิม (X10) ตามลำดับ และระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Y1) จากนั้นผู้วิจัยได้เข้าสู่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระขององค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในรายตัวแปร จำนวนทั้ง 12 ด้าน ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สันมีรายละเอียดตามตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันจำแนกตามตัวแปร

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y	VIF
X1	1	0.60**	0.62**	0.54**	0.55**	0.57**	0.54**	0.59**	0.49**	0.45**	0.48**	0.56**	0.56**	2.25
X2		1	0.56**	0.62**	0.61**	0.59**	0.50**	0.55**	0.50**	0.38**	0.56**	0.50**	0.58**	2.21
X3			1	0.64**	0.53**	0.52**	0.48**	0.60**	0.52**	0.44**	0.39**	0.46**	0.46**	2.37
X4				1	0.74**	0.69**	0.61**	0.62**	0.53**	0.43**	0.59**	0.67**	0.60**	3.36
X5					1	0.67**	0.65**	0.55**	0.48**	0.32**	0.70**	0.65**	0.65**	3.49

** p < 0.01 (Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed))

ตารางที่ 2 (ต่อ)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y	VIF
X6						1	0.61**	0.62**	0.55**	0.48**	0.61**	0.75**	0.66**	3.07
X7							1	0.68**	0.40**	0.33**	0.65**	0.67**	0.67**	2.93
X8								1	0.64**	0.60**	0.57**	0.64**	0.60**	3.25
X9									1	0.74**	0.53**	0.54**	0.52**	3.02
X10										1	0.41**	0.46**	0.42**	2.58
X11											1	0.62**	0.58**	2.69
X12												1	0.68**	3.25

** p< 0.01 (Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed))

จากตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12) มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด ($r=0.68$, $\text{sign}=0.01$) รองลงมา คือ ด้านด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ (X7) ($r=0.67$, $\text{sign}=0.01$) ด้านประโยชน์ใช้สอย (X6) ($r=0.66$, $\text{sign}=0.01$) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5) ($r=0.65$, $\text{sign}=0.01$) ตามลำดับ โดยตัวแปรด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (X4) และ ด้านสื่อถึงอัตลักษณ์ (X8) มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากัน ($r=0.60$, $\text{sign}=0.01$) เช่นเดียวกับ ด้านความสะอาดและสุขอนามัย (X11) และ ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2) มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากัน ($r=0.58$, $\text{sign}=0.01$) แต่ในทางตรงกันข้ามพบว่า ด้านคงความอนุรักษ์เดิม (X10) มีค่าสหสัมพันธ์ต่ำสุด ($r=0.42$, $\text{sign}=0.05$) รองลงมา คือ ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (X3) ($r=0.46$, $\text{sign}=0.05$) ด้านจุดถ่ายภาพและส่งเสริมการตลาด (X9) ($r=0.52$, $\text{sign}=0.01$) และด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (X1) ($r=0.56$, $\text{sign}=0.05$) ตามลำดับ ทั้งนี้ การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ไม่เกิดปัญหาสหพันธ์ระหว่างทุกตัวแปร มีค่าสะท้อนการมีอิทธิพลร่วมของตัวแปรทำนาย (VIF: Variance Infarction Factor) น้อยกว่า 10 โดยค่าความสอดคล้องกับการตรวจสอบเงื่อนไขทางสถิติของค่า VIF ที่น้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัว สามารถนำไปสู่การทดสอบความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลได้ตามเงื่อนไขของสมการพหุเชิงถดถอย (Multiple Regression Analysis) จากนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน ทั้งหมด 12 ด้าน เพื่อมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลกับตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของนักท่องเที่ยว ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise) สามารถนำเสนอแยกตัวแปรมีรายละเอียดตามตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การทดสอบองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบ
ศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน	b	SD	Beta	T	Sig
(Constant)	0.27	0.24		1.09	0.27
X7	0.27	0.07	0.26	3.86	0.00
X12	0.24	0.07	0.25	3.50	0.00
X2	0.14	0.05	0.16	2.55	0.01
X5	0.15	0.07	0.16	2.22	0.02
X9	0.10	0.05	0.12	2.12	0.03

Adjusted R² = 0.60; Durbin-Watson = 1.74; สมการถดถอยพหุคูณ: $\hat{Y} = 0.27 + 0.26 + 0.25 + 0.16 + 0.16 + 0.12$
[Y = สมมติฐานตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรม, \hat{Y} = ตัวทำนาย]

จากตารางที่ 3 แสดงการทดสอบพบว่า องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน ด้านจิตวิทยา
ในงานออกแบบ (X7) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย (X12) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน (X2) ด้านระบบ
สาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (X5) และด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม
(X9) สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 60 (Adjusted R² = 0.60)
โดยมีตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุด คือ ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ รองลงมา คือ ด้านความสะดวกสบายและการ
ใช้งานง่าย ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน และด้านจุด
ถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม มีค่าเบต้าเท่ากับ 0.26, 0.25, 0.16, 0.16 และ 0.12
ตามลำดับ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลยังสามารถแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในทั้ง 5 ด้าน
จากทั้งหมดตัวแปรอิสระ 12 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว
เจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

6.1 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน
แซตสามารถสรุปออกเป็น 3 ประเด็นสำคัญย่อต่อไปนี้

1) จุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งภายในธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษา
พบว่า มุมมองที่ผู้ประกอบการโรงแรมทุกรายได้มีการนำเอาความรู้จากประสบการณ์การทำงาน มาใช้เป็น
แรงผลักดันในการสร้างธุรกิจโรงแรม โดยมีขั้นตอนการวางแผน การปรับปรุงแก้ไข การออกแบบตกแต่ง
ภายในธุรกิจโรงแรมให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัว สะท้อนตัวตนการออกแบบผ่านโครงสร้างอาคาร
และพื้นที่ต่างๆ ย่อมทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตที่เป็นคนรุ่นใหม่นิยมสัมผัสกับประสบการณ์
จากการเข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ พานทอง และ กวีวรรณ อินทรชาธร (2563)

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเออร์แซนแซดมักมีการรวมกลุ่มกัน โดยใช้พื้นที่กึ่งเปิดโล่งสำหรับการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิก ที่ครอบคลุมพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจและพื้นที่ส่วนกลางการออกแบบตกแต่งลักษณะสภาพแวดล้อมของอาคารควรเหมาะสมกับสภาพอากาศ ตลอดจนการปรารถนาเดินทางไปที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในสภาพแวดล้อมหรือสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ เพื่อเติมเต็มประสบการณ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ร่วมกับการใช้โทรศัพท์มือถือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและเผยแพร่เรื่องราว

2) มุมมองด้านองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในแบ่งออกเป็น 11 ด้านดังต่อไปนี้

2.1) ด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้มีการคัดเลือกทำเลที่ตั้งในย่านกลางเมือง หรือใกล้กับแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวอดนียม สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะและสถานที่สำคัญของเมือง รวมทั้งการกำหนดรูปแบบของโรงแรมมีการอ้างอิงตามประวัติความเป็นมาของทำเลที่ตั้ง โดยตัวโครงสร้างอาคารที่มีการออกแบบให้สอดคล้องไปกับลักษณะทางกายภาพ และการประเมินทำเลที่ตั้งจะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกพงษ์ ตรีตรง (2559) ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการออกแบบธุรกิจโรงแรมนั้นควรคำนึงถึงทำเลที่อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญของเมือง มีทำเลที่ตั้งติดกับถนนหลัก หรือเป็นที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมโดยรอบของธุรกิจโรงแรม และการนำมาใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงกับโครงสร้างของอาคารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างสวยงาม

2.2) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในโรงแรมตามวัตถุประสงค์การใช้งานแต่ละแผนกบริการ เช่น ห้องพัก ห้องอาหาร เป็นต้น รวมทั้งการออกแบบพื้นที่สาธารณะหรือปรับให้เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์อื่นๆ ที่สามารถรองรับสิ่งอำนวยความสะดวกและจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ห้องประชุม สระว่ายน้ำ ลานจอดรถ เป็นต้น โดยการจัดสรรพื้นที่ที่เป็นสัดส่วนช่วยลดปัญหาความแออัด และยังเป็นการสร้างความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติศักดิ์ เตชะกาญจนกิจ (มปป.) อธิบายว่า การออกแบบตกแต่งภายในควรมองตามวัตถุประสงค์ของการใช้สอยพื้นที่และกลุ่มผู้ใช้งาน ตลอดจนความสะดวกสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน ซึ่งกระบวนการออกแบบให้เป็นสัดส่วนของที่พักอาศัยและพื้นที่ใช้สอยอื่นๆ ให้สอดคล้องกับกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

2.3) ด้านการตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสร้างธีมหรือแนวคิดเพื่อส่งเสริมให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศของสถานที่ ตั้งแต่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาถึงโรงแรม สำหรับพื้นที่ของล็อบบี้ควรอ้างอิงจากสภาพแวดล้อมที่ตั้งของธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งและการผสมผสานสถาปัตยกรรมของชนชาติอื่นๆ เพิ่มเติมเข้ามาในรายละเอียด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Achala and Shantha (2019) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการออกแบบทางเข้าหลัก การตกแต่งภูมิทัศน์และบริเวณล็อบบี้ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จ่ายเงินที่จะเลือกเข้าพักในโรงแรมในมูลค่าสูงก็ตาม

2.4) ด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงแรมเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่สอดคล้องไปกับธีมและโครงสร้างอาคารของโรงแรม เพื่อการเสริมสร้างบรรยากาศและประสบการณ์การเข้าพัก ซึ่งจุดเด่นของการนำเฟอร์นิเจอร์เก่า หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีธีมจากวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตได้รับรู้แนวคิดการก่อตั้งของท้องถิ่นได้อีกด้วย อาทิ ธีมโรงแรมจีนที่นิยมนำเอาโคมเต็งลิ้ง แจกันลายมังกร รูปปั้นลวดลายต่างๆ เพื่อสร้างเรื่องราวการตกแต่งได้อย่างน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มความสวยงามและสามารถใช้ประโยชน์จากวัสดุสิ่งของนั้นๆ ได้ตามชีวิตประจำวันได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fahmawee (2018) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในอาคาร เป็นการบูรณาการขององค์ประกอบต่างๆ ในแง่ของความสอดคล้องของวัสดุ สีสันทันและเฟอร์นิเจอร์ ที่สอดคล้องไปกับพื้นที่โดยรอบ รวมทั้งรองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวได้อย่างกลมกลืน โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นสามารถสัมผัสความหลากหลายในเวลาเดียวกัน

2.5) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการคำนึงถึงข้อกำหนดและความปลอดภัยตามกฎหมายในการก่อสร้างอาคาร รวมทั้งการอาศัยองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการออกแบบร่วมกับวิศวกร การตรวจสอบอาคารประจำปีตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาคารที่รัฐได้กำหนดไว้ พร้อมกับการดูแลความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคให้มีความพร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอ ในขณะที่เดียวกันทางผู้ประกอบการยังคงกำหนดรูปแบบการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานบริการ เพื่อเฝ้าระวังความปลอดภัยแก่สมาชิกในองค์กรและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ ฤกษ์สวัสดิ์ถาวร (2563) ผลการศึกษาพบว่า การปรับปรุงอาคารให้เป็นโรงแรมต้องจำแนกข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริหารพื้นที่บริการ ควบคู่กับการควบคุมความชัดเจนในพื้นที่สำหรับการบริการในโรงแรม โดยแนวทางการปรับปรุงโครงการที่ใช้การอ้างอิงจากข้อกำหนดและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับทางโรงแรมเข้ามาใช้

2.6) ด้านประโยชน์ใช้สอย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการพยายามที่จะสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้ระดับบริการในระดับมวลชนและครอบครัวทุกๆ กิจกรรม หรือแม้กระทั่งการวิเคราะห์โอกาสการใช้พื้นที่ภายในธุรกิจโรงแรมที่ว่าง เพื่อการสร้างรายได้ นอกจากการให้บริการเพียงห้องพักอย่างเดียว อาทิ การเปิดพื้นที่ว่างให้กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนให้เข้ามาเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Primadewi et al., (2021) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการออกแบบแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบริบท และประเภทของธุรกิจโรงแรม จำนวนห้องพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อีกทั้งการพัฒนาการออกแบบที่มีประโยชน์นั้นต้องมีประโยชน์ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กที่มีสัดส่วนที่พื้นที่ใช้สอยไม่มาก โดยเฉพาะพื้นที่สาธารณะการออกแบบควรเอาใจใส่ในทุกสัดส่วน แต่ไม่ควรจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกแน่นหนาเกินไป เนื่องจากเป็นการทำลายทัศนียภาพและขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย

2.7) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้โทนสีเข้ามาออกแบบตกแต่ง โดยการเลือกสีโทนอบอุ่นและไม่ฉูดฉาดจนเกินไปเพื่อเสริมสร้างความรู้สึกของ

นักท่องเที่ยวให้สัมผัสถึงบรรยากาศที่สงบเหมาะแก่การพักผ่อน พร้อมกับการนำเสนอสภาพแวดล้อมโดยรอบโรงแรมให้มีความร่มรื่น หรือการเพิ่มเติมพื้นที่สีเขียวจากต้นไม้มาจัดวางพื้นที่ต่างๆ ภายในอาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จง บุญประชา (2557) พบว่า จิตวิทยาในงานออกแบบตกแต่งภายใน โดยผู้ออกแบบควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ระดับการศึกษา รสนิยม และความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้งาน เพื่อให้งานออกแบบตกแต่งภายในเกิดประโยชน์สูงสุดไม่จะเป็นการเลือกใช้สีและการจัดแสง อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบในการสร้างบรรยากาศให้มีความน่าอยู่ เปรียบเสมือนการเข้าพักอาศัยภายในบ้านของตนเอง

2.8) ด้านการสื่อถึงอัตลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการนำเอาศิลปะวัฒนธรรม และความเชื่อของพื้นที่ เข้ามาเป็นรายละเอียดของเรื่องราวและการออกแบบตกแต่งโรงแรมให้มีความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งชื่อของห้องพักแต่ละประเภทให้เป็นชื่อสถานที่ หรือย่านการค้า หรือแม้กระทั่งการนำองค์ประกอบด้านอัตลักษณ์เหล่านี้ไปส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม เช่น แพนผัง อาคาร การตกแต่งเสริม เป็นต้น นับว่าเป็นการสร้างความแตกต่างจากโรงแรมในยุคก่อน ที่มีนำเสนอความหรูหราและความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xingyi (2020) ผลการศึกษาพบว่า การปรับปรุงโกดังเก่าให้เป็นธุรกิจโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงการเป็นอาคารที่เก่าแก่ โดยการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโครงสร้าง รวมถึงงานก่อสร้างด้วยอิฐรูปทรงแปลกประหลาดตามผนังยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ เพื่อใช้เป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ของอาคาร ช่วยเพิ่มมูลค่าของที่พักแห่งนั้นจากรีวิวที่ถูกเรียบเรียงเอาไว้ที่น่าสนใจ

2.9) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้มีการออกแบบตึกอาคารและพื้นที่ภายนอกอาคารต่างๆ ตารางเมตร ให้มีความสวยงามในลักษณะพื้นที่ที่แปลกคลุมไปด้วยสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือการเพิ่มเติมสิ่งปลูกสร้างที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมมีพื้นที่สำหรับใช้เป็นจุดถ่ายภาพสามารถกลายเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันแซตแวนมาถ่ายรูปและเผยแพร่ผ่านบัญชีของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กลุ่มนี้นิยมทำระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยวและพักผ่อน อีกทั้งพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าวอาจเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อร่วมสมัย ตลอดจนยังสามารถส่งผ่านข้อมูลของธุรกิจโรงแรมไปยังกลุ่มตลาดมวลชนได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็น ต้องพึ่งพาต้นทุนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรสวรรค์ บุญสถิต และคณะ (2563) ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจ โรงแรมมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาต่อยอดทางการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายขีดความสามารถทางการแข่งขัน พร้อมทั้งการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ที่นิยมสืบค้นข้อมูลจากกลุ่มคนดังที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการชักจูงตลาด

2.10) ด้านความอนุรักษ์เดิม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการบางรายเลือกนำเอาสิ่งของเครื่องใช้หรือของสะสมของตนเอง ซึ่งเป็นกลุ่มผลงานศิลปะและหัตถกรรมของไทยที่ชาวต่างชาติทั่วโลกให้ความสนใจ เช่น เครื่องเบญจรงค์ ภาพแกะสลักไม้ ภาพวาด เป็นต้น เพื่อนำไปจัดแสดงภายใน พื้นที่ต่างๆ ของธุรกิจโรงแรม รวมทั้งการปลูกฝังประเด็นการให้บริการแบบฉบับของประเทศไทยแก่พนักงาน

บริการให้มีความอ่อนน้อม ความเป็นมิตรไมตรี และรอยยิ้มที่ยังคงสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เปรียบเสมือนสัญลักษณ์และความเป็นตัวแทนของประเทศไทยที่ถูกกล่าวถึงในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Utari and Utami (2020) ผลการศึกษาพบว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมใหม่ของโรงแรม ที่เลือกผสมผสานกับสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม โดยการนำสิ่งของตกแต่งจากค่านิยมและความเชื่อทางศาสนาเข้ามามีส่วนร่วมทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการออกแบบตกแต่งที่ทันสมัยใหม่แต่ก็ยังคงอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่น และการถ่ายทอดจิตวิญญาณแห่งการบริการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแรงงานท้องถิ่นช่วยเพิ่มเสน่ห์ของทักษะแรงงานให้เป็นที่ยอมรับในกระบวนการให้บริการอย่างลงตัว

2.11) ด้านความสะอาดและสุขอนามัย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการกำกับดูแลรักษาความสะอาดและความปลอดภัย เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เป็นสภาวะวิกฤตที่ประชาคมโลกต้องเผชิญร่วมกันมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 โดยอ้างอิงหลักข้อบังคับของรัฐบาลที่กำหนดเอาไว้อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังคงได้รับมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างมาตรฐาน SHA และ SHA PLUS ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมได้เพิ่มเติมขั้นตอนการปฏิบัติงานและการบริการเพื่อการคัดกรองประวัติการเข้าพัก การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว การให้พนักงานได้รับวัคซีนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน การทำความสะอาดห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางของโรงแรมซึ่งทั้งหมดกลายเป็นแนวทางการให้บริการแบบวิถีปกติใหม่และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรบริการช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rawal et al. (2020) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมมีการสร้างเพิ่มเติมมาตรฐานใหม่เพื่อเป็นโรงแรมที่มีความน่าเชื่อถือภายในโรงแรมที่ครอบคลุมทั้งนักท่องเที่ยวและพนักงานบริการ ตลอดจนยังมีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาสนับสนุนกระบวนการภายในแผนกบริการต่างๆ เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยและหลีกเลี่ยงการสัมผัสสิ่งของเครื่องใช้

3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชันแซตที่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชันแซต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและความคิด ซึ่งให้ความสำคัญกับการเข้าถึงมากกว่าประชากรกลุ่มช่วงอายุอื่นๆ นิยมใช้งานเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เพื่อการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ได้ ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต้องมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันแซต ยิ่งไปกว่านั้นการเตรียมความพร้อมกับการบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การเปิดช่องทางสำหรับการสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการให้ข้อมูลป้อนกลับแบบเรียลไทม์และรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดนุลดา จามจรี (2563) อธิบายว่า กลุ่มเจนเอเรชันแซตเป็นเด็กและเยาวชนยุคดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้เกิดการเชื่อมต่อกันได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งยังเป็นเกิดการเรียนรู้และการยอมรับวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในเรื่องของความคิดและความต้องการ อีกทั้งยังมีพฤติกรรมการเรียนรู้เรื่องราวผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าการพูดคุยสื่อสารกับคนรอบข้าง

นอกจากนี้ การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ควรเพิ่มเติมองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายใน ด้านที่ 12 “ด้านความสะอาดสบายและการใช้งานง่าย” ที่กลุ่มผู้ประกอบการได้นำเสนอ

ภาพรวมของการออกแบบ ไม่ควรมีความซ้ำซ้อนหรือขั้นตอนที่ยุ่งยาก รวมทั้งคำนึงถึงการรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มช่วงอายุในสังคม รวมทั้งการหลีกเลี่ยงข้อจำกัดด้านเพศทุกวัยและสภาพร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2558) ที่อธิบายว่า องค์ประกอบของการออกแบบเพื่อมวลชนเป็นการบ่งบอกถึงความเท่าเทียมในการใช้สอยของผู้ใช้งาน สามารถรองรับความต้องการและขีดความสามารถของกลุ่มผู้ใช้งานอย่างกว้างขวาง ทางผู้ประกอบการต้องจัดเตรียมขนาดพื้นที่ ที่เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ โดยไม่มีข้อจำกัดด้านรูปร่างหรือสรีระของผู้ใช้งาน

6.2 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สมมติฐานพยากรณ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่

1) ด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านจิตวิทยาในงานออกแบบ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต เกิดจากความรู้สึกที่ของนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศของการตกแต่งของธุรกิจโรงแรม ที่มีความแปลกใหม่และไม่เคยพบมาก่อนจากโรงแรมแห่งอื่น ซึ่งองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งโรงแรม ที่มีการใช้แสง โทนสี การคัดเลือกเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งกระตุ้นต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์สุคนธ์ อิทธิประทีป (2560) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งโรงแรมด้วยศิลปะสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้าพัก อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้พบเห็นอีกด้วย รวมไปถึงรูปแบบของการตกแต่งที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งงานวิจัยของ Wittmann-Wurzer and Zech (2019) อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ จิตวิทยาในงานออกแบบธุรกิจโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การปรับแต่งบรรยากาศให้สื่อถึงความสบายทางจิตใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้สึกสงบไม่ทุ้อทุตีระหว่างการเข้าพักที่ในโรงแรม

2) ด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านความสะดวกสบายและการใช้งานง่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต โดยเงื่อนไขสำคัญของการออกแบบที่ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความหลากหลายทางสังคมและโครงสร้างประชากร ตลอดจนคุณลักษณะหรือบุคลิกภาพภายนอกไม่เพียงแต่การออกแบบที่ตอบโจทย์ต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มใดเฉพาะเป็นพิเศษ แต่ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบโดยรวมเพื่อให้ทุกคนในสังคม สามารถใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้อย่างไม่ยุ่งยากในทุกโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Truter (2022) อธิบายว่า การออกแบบเพื่อมวลชนเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้พื้นที่ที่รองรับการเพิ่มขึ้นของประชากรที่มีความหลากหลายของช่วงอายุ ภายใต้แนวคิดมนุษย์มีความเท่าเทียมกันทางสังคม การออกแบบถิ่นที่อยู่อาศัย พื้นที่สาธารณะส่วนกลาง ย่านการค้า และสถานบริการ ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดในทุกช่วงประชากรที่จะเข้าถึงได้ด้วยการพึ่งพาตนเอง ไม่ได้รับอันตราย หรือความไม่สะดวกจากพื้นที่เหล่านั้น

3) ด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร ส่งผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชันแซตที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน ซึ่งเกิดมาพร้อมกับการรับรู้ข่าวสารการเปลี่ยนแปลงของโลกจากปัจจัยระดับมหภาค เช่น ภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ อัคคีภัย การก่อการร้าย เป็นต้น ผู้ประกอบการต้องสร้างความมั่นใจต่อการเข้าพักของนักท่องเที่ยว สำหรับการจัดการทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคของธุรกิจโรงแรมต้องมีมาตรฐาน ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานในกำกับของรัฐที่เชื่อถือได้ รวมทั้งการแสดงสัญลักษณ์ แผนผังเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณีภูษิตชยกร ภัทราศิริธนิศร (2562) ผลการศึกษาพบว่าการตัดแปลงตึกแถวหรืออาคารเพื่อเป็นที่พักแรมควรดำเนินการตามข้อกำหนดเป็นอย่างแรก เนื่องจากเป็นการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงพิจารณาการปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้งานให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาเยือน ผู้ประกอบการควรดำเนินการตามอย่างเคร่งครัด หากไม่ปฏิบัติตามอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของทั้งในส่วนผู้ประกอบการเอง และกลุ่มนักท่องเที่ยว

4) ด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านขนาดพื้นที่ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต โรงแรมแต่ละแห่งมีพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีเงื่อนไขความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงไปยังอาคารและประเภทของโรงแรมที่ได้รับการจดทะเบียนที่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ที่การออกแบบต้องระบุถึงขนาดพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม เนื่องจากต้องมีการแบ่งจัดสรรพื้นที่ภายในโรงแรมที่เพียงพอต่อการจำนวนของนักท่องเที่ยว ทั้งขนาดพื้นที่ห้องพักและพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรม เช่น ห้องอาหาร ห้องประชุม และพื้นที่บริการอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hwang and Ryu (2022) ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบบริเวณพื้นที่ว่าง (Spatial Design) ภายในและภายนอกอาคาร รวมทั้งการกำหนดโครงสร้างในแต่ละบริเวณต่างๆ เหล่านั้น เช่น ห้องจัดนิทรรศการ ห้องประชุม ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว การจัดสวน เป็นต้น ซึ่งความจุหรือขนาดที่เหมาะสมของพื้นที่ อาจขึ้นอยู่กับการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรมและช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป

5) ด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมด้านจุดถ่ายภาพและการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต สังเกตได้จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปนิยมใช้ในการสืบค้นค้นหาข้อมูล และการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการยุคใหม่เลือกนำเสนอข้อมูลของสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้ทั้งภาพถ่าย วิดีโอ อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นแปลกเปลี่ยนในลักษณะเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมที่ต้องการเข้าพัก นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมที่ได้รับความนิยมจะถูกค้นหาเข้าเป็นลำดับต้น ๆ ในระบบเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรสวรรค์ ชัยมีแรง, อุมารวรรณ วาทกิจ (2563) ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอด้านภาพลักษณ์ (Image) ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า (Product) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) ของธุรกิจโรงแรมที่ปรากฏผ่านทางเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์สร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจโรงแรมได้ เมื่อข้อมูลเหล่านั้นเผยแพร่ให้เห็นถึง

รายละเอียดที่ชัดเจน และยังเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกจองห้องพักหรือใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากการศึกษาพบว่า การออกแบบโรงแรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ทางผู้ประกอบการให้ความสนใจกับการทำการตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และตัวแทนคนกลางออนไลน์ รวมทั้งยังเป็นการกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการส่งเสริมการขายสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่กระบวนการดังกล่าว ยังไม่ได้ครอบคลุมถึงการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ที่สามารถดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซตได้โดยตรง ดังนั้นทางผู้ประกอบการสามารถนำจุดแข็งของการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมของตนมาสร้างเนื้อหาส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ด้วยกลุ่มนักสร้างคอนเทนต์ (Content Creator) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซต เกิดความเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารผ่านการออกแบบตกแต่งของตนเอง ช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูล (Reach and Engagement) ของโรงแรมและบริการต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น

2) จากการศึกษาพบว่า การออกแบบตกแต่งโรงแรมเป็นการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการที่มีความสัมพันธ์ตามลักษณะทางกายภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของฝั่งอุปสงค์เพียงอย่างเดียว ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการพัฒนาธุรกิจควรเชื่อมโยงกับแนวคิดความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและพลังงาน การเฝ้าระวังการสร้างปัญหาผลกระทบของธุรกิจโรงแรมที่จะเกิดขึ้นกับระบบนิเวศของชุมชน สามารถนำไปใช้เป็นส่วนสนับสนุนขององค์ประกอบด้านที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม เพื่อให้เกิดการวางแผนงานและพัฒนาธุรกิจโรงแรมนั้นทั้งกลุ่มผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่ เกิดแนวทางการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการแม่บทโลกศตวรรษที่ 21 (Agenda 21) ซึ่งมีส่วนช่วยลดต้นทุนการของกิจการควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานประกอบการบนพื้นฐานของความยั่งยืนทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่มีการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่มีความโดดเด่น จึงทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นอาจไม่ได้ครอบคลุมธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นๆ ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถศึกษาการออกแบบตกแต่งภายในของธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นๆ ที่มีการออกแบบตกแต่งที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ เช่น รีสอร์ท โฮสเทล โฮมสเตย์ เป็นต้น หรือเลือกศึกษาไปยังกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเภทเครือข่ายที่มีตราสินค้าระดับสากลและที่ได้รับการยอมรับด้านการออกแบบอย่างดับเบิลยูโฮเทล (W Hotel) อมารี (Amari) ครอส (Cross) เป็นต้น รวมถึงขยายขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาจากย่านกลางเมืองที่เป็นแหล่งธุรกิจการค้าของกรุงเทพมหานคร อาทิ เขตสีลม หรือสุขุมวิท ตลอดจนจนเขตพื้นที่นาร่องทางเศรษฐกิจตามนโยบายของรัฐในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางการศึกษากระบวนการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการธุรกิจที่พักเพิ่มเติม

2) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการรวบรวมข้อมูลจากฝั่งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นถึงกรณีศึกษาตามขอบเขตการวิจัยที่ได้ระบุไว้ เพื่อการพยากรณ์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย หากผู้วิจัยที่สนใจต้องการพัฒนาทิศทางกรวิจัยไปสู่แนวทางการพัฒนาการออกแบบตกแต่งภายใน โรงแรม สามารถเพิ่มเติมวิธีวิทยาในลักษณะการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ เช่น นักออกแบบหรือสถาปนิก กรรมการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม วิศวกร นักวิชาการด้านสถาปัตยกรรม เป็นต้น ตลอดจนการปรับเปลี่ยนสถิติการวิจัยในขั้นตอนการเชิงปริมาณที่แตกต่างจากการวิจัยในครั้งนี้ เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling Analysis) เป็นต้น

3) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงพฤติกรรมและความต้องการที่เกิดจากองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว เจเนอเรชันแซด หากผู้วิจัยที่สนใจขยายผลลัพธ์ทางการศึกษาไปยังประชากรและกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ อาทิ กลุ่มเจนเนอเรชันวาย กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ สามารถค้นพบปรากฏการณ์ที่มีระดับความต้องการที่แตกต่างออกไปตามช่วงวัย หรือแม้กระทั่งเลือกที่จะการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นในประเทศไทย เพื่อการเตรียมความพร้อมสำหรับการวางแผนและพัฒนาการออกแบบตกแต่งของธุรกิจโรงแรมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในอนาคตต่อไป

8. เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2563). *คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.thailandsha.com/file/COVID-19_th.pdf.
- กรมสุขภาพจิต. (2564). *Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก*. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>.
- กรวรรณ นามวรรณ และลลิตา นุ่มไทย. (2563). ถอดรหัสงานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในโรงแรมบูติค. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*, 7(1), 149-170.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย*. บริษัท เอ็กเซลเลนท์บิสเนสแมนเนจเม้นท์ จำกัด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนการดำเนินโครงการแนวทางการพัฒนาความปลอดภัยด้านสุขอนามัย*. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- กิตติศักดิ์ เตชะกาญจนกิจ. (ม.ป.ป.). *หลักการออกแบบตกแต่งภายในพื้นที่พักอาศัย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- จง บุญประชา. (2557). *การออกแบบตกแต่งภายใน*. กรุงเทพมหานคร: คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์. (2564). “โรงแรม” หลังโควิด 19 ต้อง “ดีไซน์” อย่างไร?. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2564, จาก <https://www.terrabbk.com/articles/199544/-“โรงแรม”-หลังโควิด-19-ต้อง-“ดีไซน์”-อย่างไร->.
- ณัฐชยกร ภัทราศิรินิศร. (2562). การดัดแปลงอาคารประเภทตึกแถวเก่าตามข้อกำหนดเพื่อใช้ประโยชน์เป็นโฮสเทล กรณีศึกษา โฮสเทลในเขตบางรัก. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(2), 61-75.
- ดนุดา จามจุรี. (2563). *การออกแบบการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน Gen Z*. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2558). *คู่มือการออกแบบเพื่อทุกคน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เทพปัญญาวิสัย.
- ทศพร บุญวัชรากัย, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และขวัญฤดี ต้นตระกูลบัณฑิตย์. (2559). ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกไทย. *วารสารวิชาการสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3), 1242-1259.
- ทวีศักดิ์ ฤกษ์สวัสดิ์ถาวร. (2563). แนวทางการปรับปรุงทางกายภาพโครงการอาคารชุดให้เป็นโรงแรมกรณีศึกษาโครงการโรงแรมระดับ 4 ดาว ในพื้นที่พัทยา. *สารศาสตร์*, 64(1), 88-100.
- ทิพย์สุนันท์ อธิธิประทีป. (2560). ศิลปะป๊อปในงานตกแต่งภายในโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมมิสติกเพลส รุมส์ฮอน บางกอก. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 2895-2908.
- นุชนารถ ฤกษ์นรมย์ และปรีดา นัคร. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีอำเภอหนองบัวลำภู จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 13(1), 129-140.
- พรสวรรค์ ชัยมีแรง, อุมารวรรณ วาทกิจ. (2563). กลยุทธ์การจัดการด้านการตลาด โดยใช้การพาณิชย์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(9), 411-424.
- พรสวรรค์ บุญสถิตย์, อรจิรา สันติวารคม และ สุทธิชัย ทองเขาอ่อน. (2563). โพสต์เทล: เทรนด์ใหม่ของธุรกิจโรงแรมในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 7(1), 300-317.
- ระชานนท์ ทวีผล และ ณัฐพล เขียวงาม. (2563). การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบแรงดึงดูดเพื่อการดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์อินสตาแกรมของกลุ่มผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษากรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(1), 62-74.

- วิไลวรรณ พานทอง, กวีวรรณ อินทรชาธร. (2563). สภาพแวดล้อมของอาคารเรียนสถาปัตยกรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองกรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 19(2), 118-128.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2561). *เจาะเทรนด์โลก 2019*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบสังกัดสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน).
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2563). *โค้งสุดท้ายปี 63 คนไทยอยากเที่ยวไทย แต่กังวลโควิด เศรษฐกิจ การเมือง*. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Thai-Travel-Thai-FB-061120.aspx>.
- สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย. (2563). *แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ.2563*. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000083/General/DownloadPDF/2463.pdf>.
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร. (2556). *แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ20ปี (พ.ศ. 2556-2575)*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2565, จาก <http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000073/web/ita/O4.pdf>
- เอกพงษ์ ตีร์ตรง. (2559). *การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมขนาดเล็กในต่างจังหวัดเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวไทย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Achala, W. S., and Shantha A. (2019). The Impact of Interior and Exterior Designs on Demand for Hotels. *A Paradigm Shift of Thoughts and Policies: The Need of the Hour for Developing Economies*, (2019), 244-247.
- Adem, S. (2020). A systematic literature review on hotel design. *Tourism Academic Journal*, 20(2), 297-310.
- Archer, L. B. (1965). *Systematic Method for Designers*. London : Council for Industrial Design.
- Baek, J., and Ok, C. M. (2017). The power of design:How does design affect consumers' online hotel booking?. *International Journal of Hospitality Management*, 65(2017), 1-10.
- Barnard, C. T. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper Collins.
- Denzin, N.K. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldine.
- Dunne, P. M., Lusch., R.F. (2008). *Retailing*. Mason DH: South-Western College Pub.

- Fahmawee, A. (2018). Architectural functional design for hotels extension in Amman: A Days Inn Hotel case study. *Journal of Engg. Research*, 6(4), 1-23.
- Faul, F., Erdfelder, E., and Buchner, A. (2017). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191.
- Hwang, S., and Ryu, G. (2022). A study on the interior design of a Dog-Friendly Hotel using deepfake DID for alleviation of pet loss syndrome. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 10(1), 248-252.
- Mannheim, K. (1952). *The problem of generation*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Primadewi, N. P. S., Sueca, P. N., Dwijendra Acwin, K. N., and Siwalatri Ayu, K. N. (2021). Emerging Architect's Design Method in Designing Tourist Accommodation Case Study: Tourist Accommodation in Ubud, Bali. *Civil Engineering and Architecture*, 9(2), 271-280.
- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialist in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Simon, H. A. (1960). *The New Science of Management Decision*. New York: Harper and Row.
- Sriprom, C., Rungswang, A., Sukwitthayakul, C., & Chansri, N. (2019). Personality Traits of Thai Gen Z Undergraduates: Challenges in the EFL Classroom?. *PASAA: Journal of Language Teaching and Learning in Thailand*, 57, 165-190.
- Truter, L. (2022). Universal Design and the Access Rights of Persons with Disabilities. *TFM Magazine*, 2022(24), 44-46.
- Utari, U., and Utami, W. (2020). Hotel Resort Paropo With Neo Vernacular Approach. *International Journal of Architecture and Urbanism*, 4(1), 23-29.
- Wittmann-Wurzer, A. J., and Zech, N. (2019). What are the determinants of European hotel room design 2030?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(2), 155-165.
- Xingyi, H. (2020). An old warehouse—A modern hotel: Design techniques in renovation design (using the example of OVOLLO 1888 hotel in Sydney). Kharkiv State Academy of Design and Arts: Ukraine.
- Rawal, Y. S., Pal, S., Bagchi, P., & Dani, R. (2020). Hygiene and Safety: A Review of the Hotel Industry in the Era of COVID-19 Pandemic. *Bioscience Biotechnology Research Communications*, 13(10), 79-83.