



แนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อ
ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

โดย

กัณทพร ธัญญรัตน์นางษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

RENOVATION GUIDELINES FOR SMALL SCALE 3-STAR HOTELS TO
RESPOND TO REQUIREMENTS OF NEW GENERATION TOURISTS
(GEN Y)

BY

KANTAPORN THANYARATTANAWONG



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARCHITECTURE
ARCHITECTURE
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2021
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

กัณฑ์พร ธัญญรัตน์นางษ์

เรื่อง

แนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของ
นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2565

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



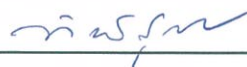
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ ธีรตันพวงษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวาพร กลิ่นมาลัย)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์สุดา จันทรแจ่มหล้า)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร. ชำนาญ ติรภาส)

คณบดี



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาสาฬห์ สุวรรณฤทธิ์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)
ชื่อผู้เขียน	กัณทพร ธัญญรัตน์นางษ์
ชื่อปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวาพร กลิ่นมาลัย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์สุดา จันทร์แจ่มหล้า
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ทำให้ธุรกิจที่พักแรมมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เริ่มมีสถานะล้นตลาด (Oversupply) เกิดปัจจัยเสี่ยงจากนักลงทุนรายใหญ่ และถูกแย่งฐานลูกค้าจากที่พักทดแทน โดยโรงแรมขนาดใหญ่สามารถปรับตัวได้ดี แต่โรงแรมขนาดเล็กไม่สามารถปรับตัวสู้ได้ ทำให้บางแห่งต้องมีการปิดตัวลง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นกลุ่มที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะที่มีความโดดเด่น มีการเลือกที่พักประเภทโรงแรมที่ต้องดำเนินการง่าย สะดวกรวดเร็ว มีโปรโมชั่นที่คุ้มค่าที่สุด และมีข้อมูลจากการรีวิวเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้น ช่วงอายุ 25-30 ปี มีศักยภาพเหมาะสมในการเป็นกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก โดยโรงแรมต้องมีการปรับปรุงให้ทันสมัย ตอบโจทย์ของกลุ่มผู้ใช้งาน เพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาดที่พัก และทำให้สามารถปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้

โดยงานวิจัยฉบับนี้ ทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพ คือ พื้นที่ใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก มีการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จากการลงพื้นที่สำรวจโรงแรมกรณีศึกษา จำนวน 5 โรงแรม แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) จำนวน 401 ชุด และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 5 คน อีกทั้งเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการเก็บข้อมูลผ่านการทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและข้อมูลโรงแรมกรณีศึกษาทั้งหมด 17 โรงแรม ผ่านเว็บไซต์ agoda.com ซึ่งโรงแรมกรณีศึกษาสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) และกลุ่มโรงแรมช่วง

อายุ 5 ปี ซึ่งนำลักษณะทางกายภาพและความต้องการในการใช้งานพื้นที่มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว เพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

จากการวิจัย พบว่า โรงแรมกรณีศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยพื้นที่ส่วนกลางควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติม และพื้นที่ห้องพักสามารถเป็นพื้นที่คงเดิมได้ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้สามารถใช้แนวทางการปรับปรุงร่วมกันได้ โดยผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรมได้ โดยใช้แนวความคิด Character, Adaptable (Space & Service), Variety และ More green ซึ่งสามารถแบ่งการปรับปรุงตามช่วงระยะเวลาได้ คือ ระยะสั้น (Short term) ระยะกลาง (Mid term) และระยะยาว (Long term) โดยงานวิจัยฉบับนี้สามารถเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุงธุรกิจโรงแรมให้ยังคงอยู่รอดต่อไปได้ และนักออกแบบที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้งานนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่ต้องการทราบถึงมาตรฐานในการเข้าพักโรงแรมในปัจจุบัน

คำสำคัญ: การปรับปรุง, โรงแรมระดับ 3 ดาว, นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

Thesis Title	RENOVATION GUIDELINES FOR SMALL SCALE 3-STAR HOTELS TO RESPOND REQUIREMENTS OF NEW GENERATION TOURIST (GEN Y)
Author	Kantaporn Thanyarattanawong
Degree	Master of Architecture
Major Field/Faculty/University	Architecture Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Siwaporn Klinmalai, Ph.D.
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Tipsuda Janjamla, Ph.D.
Academic Year	2021

ABSTRACT

Nowadays tourists' behavior has rapidly changed leading to the red ocean among hotel businesses, especially small scale 3-star hotels starting to be oversupplied. It is the risk of the giant inventors, and it can be stolen from the customers from substitute hotels, by the large scale hotels can adapt themselves but not small-scale hotels which have to end up by shutting down in some places. The new generation of tourists (GEN Y) is the largest number having unique traveling behavior choosing a hotel from the consideration in ease of progressing which is comfortable and quick, a promotion which is the most worthy and having reviews as a part of decision making. The primary new generation tourists (GEN Y) aged 25-30 years old can be considered as the potential customers for the small scale 3-star hotels. Thus, the hotels need to be renovated to respond to the needs of users for being outstanding among competitors and keep the business going.

This is research studying the physical elements of usage areas including common and living spaces by using primary data from researching in 5 hotels providing 401 research forms through the new generation of tourists (GEN Y) by interviewing 5 hotel owners. The secondary data has been tracked by rethinking the relevant theories

and searching 17 hotel case studies via agoda.com which can be divided into 2 groups: the hotel aged 6-20 years old, and under 5 years old. The physical elements and needs of space usage are analyzed to find solutions for the 3-star hotels to respond to the new generation of tourists (GEN Y).

The research found that both groups of hotels have quite similar problems, the common areas need to be renovated, and the living space is acceptable to be the same. Both can use similar guidelines by using the theory of Character, Adaptable (Space & Service), Variety, and More green which can be classified as Short term, Middle term, and Long term. This research can be a guideline for entrepreneurs who need to exit the business, an architect requiring information about the new generation of tourists (GEN Y), and the new generation of tourists (GEN Y) who need to know current hotel standards.

Keywords: Renovation, 3-star hotels, Generation Y

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จผ่านลุล่วงไปได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากการชี้แนะและให้คำแนะนำของคณะกรรมการทุกท่าน ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวาพร กลิ่นมาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาหลักในวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุตา จันทรแจ่มหล้า อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมในวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร. ชำนาญ ติรภาส กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณผู้ประกอบกรโรงแรม และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพื่อเป็นประโยชน์แก่วิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัวธัญญ์รัตนาวงษ์ ที่ให้โอกาสในการศึกษา คอยเป็นกำลังและสนับสนุนในการศึกษาระดับปริญญาโทครั้งนี้ ขอบคุณรุ่นพี่ รุ่นน้อง เพื่อนร่วมชั้นเรียน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องภายในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จ ขอขอบคุณกลุ่มเพื่อนสนิทที่คอยให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ ช่วยเป็นแรงผลักดันและอยู่ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมาตลอดหลายปีในรั้วโดมแห่งนี้ และขอบคุณคนสำคัญอีกคนหนึ่งที่คอยเป็นกำลังใจอย่างดี คอยปลอบใจและช่วยสร้างรอยยิ้ม รวมถึงช่วยสนับสนุนในทุก ๆ ด้านตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งทุกคนที่กล่าวมานั้น ล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ ขอขอบคุณจากใจจริง

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณตัวเองที่ตั้งใจ อดทน มีสติ และพยายามต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามา เพื่อให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

กัณทพร ธัญญ์รัตนาวงษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	5
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	6
1.7 แผนผังงานวิจัย	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	8
2.1.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก	8
2.1.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ	11
2.1.3 ผลกระทบจากธุรกิจการท่องเที่ยว	13
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักแรม	14

2.2.1 ความหมายของที่พักรแรม	14
2.2.2 ประเภทของที่พักรแรม	14
2.2.3 สถานประกอบการที่พักรแรม	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรม	16
2.3.1 ความหมายของโรงแรม	16
2.3.2 ประเภทของโรงแรม	16
2.3.3 มาตรฐานโรงแรม	19
2.3.4 ข้อกำหนด หรือกฎหมายเกี่ยวกับโรงแรม	20
2.3.5 การใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม	23
2.3.6 การปรับปรุงพื้นที่ภายในโรงแรม	25
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมระดับ 3 ดาว	28
2.4.1 ความหมายของโรงแรมระดับ 3 ดาว	28
2.4.2 มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว	28
2.4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมระดับ 3 ดาว	28
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว	30
2.5.1 ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย	30
2.5.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทย	31
2.5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว	32
2.5.4 ปัจจัยในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว	32
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	33
2.6.1 ศักยภาพของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	33
2.6.2 ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	34
2.6.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	35
2.6.4 ลักษณะการเลือกที่พักนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (GEN Y)	37
2.6.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	38
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	40
3.1 แบบแผนการวิจัย	40
3.1.1 ศึกษาลักษณะกายภาพภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน	40

3.1.2	สำรวจความต้องการในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ของ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในปัจจุบัน	40
3.1.3	วิเคราะห์ลักษณะกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ที่ควรปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	41
3.1.4	เสนอแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้ ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	41
3.2	กลุ่มตัวอย่าง	41
3.2.1	กลุ่มตัวอย่างบุคคลผู้ให้ข้อมูล	41
3.2.2	กลุ่มตัวอย่างโรงแรม	41
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.3.1	แบบสำรวจลักษณะทางกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก	47
3.3.2	แบบสอบถามนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรม ระดับ 3 ดาว (ออนไลน์)	48
3.3.3	แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก	50
3.4	การวิเคราะห์ข้อมูล	50
3.4.1	การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพร่วมกับการใช้งาน	50
3.4.2	การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	50
3.4.3	การวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรมที่ตรงกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	51
บทที่ 4	ผลการวิจัยและอภิปรายผล	55
4.1	ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของโรงแรมในพื้นที่ศึกษา	55
4.1.1	การสรุปผลข้อมูลพื้นฐานของโรงแรม	55
4.1.2	การวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	72
4.1.3	การจัดกลุ่มโรงแรม ตามความเหมาะสมในการปรับปรุงโรงแรม	76
4.2	ผลสำรวจข้อมูลของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	84
4.2.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	84
4.2.2	ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเข้าพักภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	85

4.2.3 ลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม	89
4.2.4 ความคิดเห็นต่อการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม	91
4.3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	95
4.4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	96
4.4.1 สรุปลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ตามกลุ่มช่วงอายุของโรงแรม	96
4.4.2 แนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม	98
4.4.3 ลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	100
4.5 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ศึกษา	101
4.5.1 แนวคิดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน	102
4.5.2 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	103
4.5.3 มุมมองในการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน	104
4.6 การวิเคราะห์ศักยภาพในการปรับปรุงโรงแรม	105
4.7 การวิเคราะห์แนวทางในการปรับปรุงโรงแรม	106
4.8 การประเมินความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรม	107
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	110
5.1 สรุปลักษณะทางกายภาพในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน	110
5.1.1 พื้นที่ส่วนกลาง	110
5.1.2 พื้นที่ห้องพัก	111
5.2 สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ในปัจจุบัน	111
5.3 สรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก	112
5.3.1 ตัวอย่างลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character)	115
5.3.2 ตัวอย่างลักษณะความยืดหยุ่น (Flexibility)	119
5.3.3 ตัวอย่างลักษณะความหลากหลาย (Variety)	123
5.3.4 ตัวอย่างลักษณะเพิ่มความเขียว (More green)	127
5.4 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	131
5.5 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในงานวิจัย	133

(10)

5.5.1 ข้อจำกัดในงานวิจัย 133

5.5.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย 134

รายการอ้างอิง 135

ภาคผนวก 140

ภาคผนวก ก 141

ภาคผนวก ข 145



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางข้อกำหนดลักษณะและขนาดของที่จอดรถ	20
2.2 ตารางขนาดและพื้นที่ห้องพักที่น้อยที่สุด จำแนกตามประเภทของโรงแรม	23
2.3 ตารางเปรียบเทียบพื้นที่ใช้งานของโรงแรมระดับ 2,3,4 และ 5 ดาว	24
2.4 ตารางสรุปพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	35
3.1 ตารางข้อมูลนักท่องเที่ยวและโรงแรม รายจังหวัด ปี 2563	42
3.2 ตารางกลุ่มความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนโรงแรมและจำนวนนักท่องเที่ยว ของจังหวัดท่องเที่ยวหลัก	43
3.3 ตารางจังหวัดยอดนิยมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	44
4.1 ตารางข้อมูลพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมกรณีศึกษา	65
4.2 ตารางข้อมูลพื้นที่ห้องพักภายในโรงแรมกรณีศึกษา	69
4.3 ตารางการแบ่งระดับพื้นที่ใช้งาน	72
4.4 ตารางการแบ่งระดับการใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง	73
4.5 ตารางการแบ่งระดับการใช้งานพื้นที่ห้องพัก	74
4.6 ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	75
4.7 ตารางการแบ่งระดับคะแนนของพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	77
4.8 ตารางคะแนนประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	80
4.9 ตารางจัดกลุ่มพื้นที่สำหรับการปรับปรุงโรงแรม	83
4.10 ตารางข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	84
4.11 ตารางข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	85
4.12 ตารางข้อมูลพฤติกรรมกรเข้าพักภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	88
4.13 ตารางสรุปความสำคัญในการตัดสินใจเข้าพักภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	90
4.14 ตารางสรุปความสำคัญในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	90
4.15 ตารางสรุปความสำคัญในการใช้งานพื้นที่ห้องพักของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	91
4.16 ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย	91

ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	
4.17 ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	91
4.18 ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติเอกลักษณ์ ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	94
4.19 ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	94
4.20 ตารางแสดงลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม	100
4.21 ตารางการเปรียบเทียบแนวคิดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก	102
4.22 ตารางการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก	103
4.23 ตารางการเปรียบเทียบมุมมองในการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน	104
4.24 ตารางการวิเคราะห์ระยะเวลาในการปรับปรุงโรงแรม	106
4.25 ตารางความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรม	108
5.1 ตารางสรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรม	114

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แผนภาพแสดงอัตราการเติบโตของการขออนุญาตก่อสร้างโรงแรมแห่งใหม่ ภายในประเทศ	2
1.2 แผนภาพแสดงที่มาและความสำคัญของปัญหา	4
1.3 แผนผังงานวิจัย	7
3.1 แผนภาพแสดงการคัดเลือกโรงแรมกรณีศึกษา	46
3.2 แผนภาพพื้นที่และรายชื่อกรณีศึกษา	47
3.3 ภาพตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์	48
3.4 แผนภาพแสดงโครงสร้างการเก็บข้อมูลการสำรวจกายภาพโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก	52
3.5 แผนภาพแสดงโครงสร้างการเก็บข้อมูลการสอบถามนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	53
3.6 แผนภาพแสดงโครงสร้างการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	54
4.1 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Vipa House	56
4.2 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Mo Rooms Hotel	56
4.3 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Gord ChiangMai Hotel	57
4.4 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Estia Chiang Mai	57
4.5 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Thongran's House	58
4.6 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Rom Po Boutique	58
4.7 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Jasmine Boutique Hotel	59
4.8 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Goldenbell Hotel Chiangmai	59
4.9 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Thapae Loft	60
4.10 ภาพบรรยากาศของโรงแรม 3 Laan House	60
4.11 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Chedi Home	61
4.12 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Rendezvous Classic House	61
4.13 ภาพบรรยากาศของโรงแรม C HOTEL boutique and comfort	62
4.14 ภาพบรรยากาศของโรงแรม MhonSa Hotel	62
4.15 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Kate and Hasu Boutique Chiangmai	63
4.16 ภาพบรรยากาศของโรงแรม ONCE (Upon a Time) Boutique Home	63

4.17 ภาพบรรยากาศของโรงแรม H Hotel Phrasing	64
4.18 แผนภาพผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางของ โรงแรมกรณีศึกษา	81
4.19 แผนผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ห้องพักของโรงแรม กรณีศึกษา	82
4.20 ภาพพื้นที่ใช้งานของกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	97
4.21 ภาพพื้นที่ใช้งานของกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี	98
4.22 แผนสรุปที่มาของแนวคิดที่โรงแรมควรปรับปรุง เพื่อให้ตอบสนองต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	99
5.1 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character)	115
5.2 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character)	117
5.3 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะความยืดหยุ่น (Flexibility)	119
5.4 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะความยืดหยุ่น (Flexibility)	121
5.5 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะความหลากหลาย (Variety)	123
5.6 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะความหลากหลาย (Variety)	125
5.7 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะเพิ่มความเขียว (More green)	127
5.8 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะเพิ่มความเขียว (More green)	129
5.9 แผนภาพความสัมพันธ์ของแนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม	132

บทที่ 1

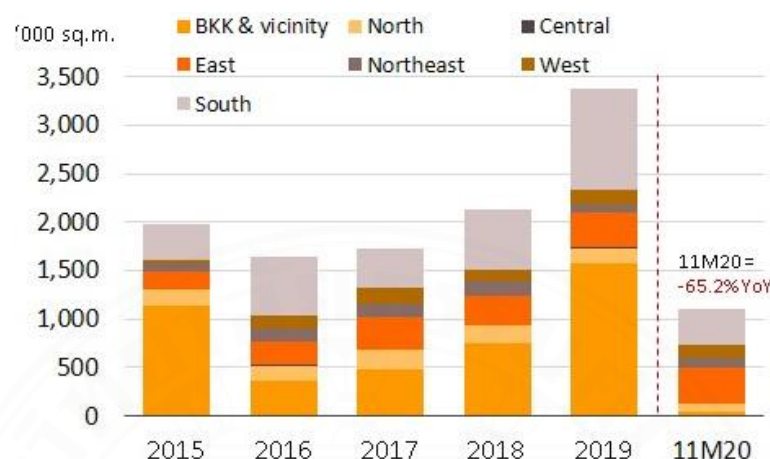
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ท้าโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงระดับ Megatrend ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป โดยตอบโจทย์รายบุคคลมากขึ้น เน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ รวมถึงมีการใส่ใจในสุขภาพและอนามัยมากขึ้น (วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2564) ซึ่งในส่วนของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างหนัก สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 1.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกลดลงร้อยละ 74 โดยเฉพาะในทวีปเอเชียและแปซิฟิก ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 34.8 (องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ, 2563) โดยเน้นการท่องเที่ยวแบบเชิงนิเวศและการเดินทางท่องเที่ยวในระยะที่สั้นมากขึ้น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ส่วนในประเทศไทยปี 2563 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หมวดที่พักแรมและบริการด้านอาหารมีมูลค่าลดลงร้อยละ 38.3 สำหรับปี 2562 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงร้อยละ 76.8 และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงร้อยละ 83.2 ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงร้อยละ 55.4 และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงร้อยละ 47.6 ทำให้ภาพรวมของรายได้ภาคบริการธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศลดลงร้อยละ 88 ซึ่งทางภาครัฐแนะนำว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยังต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวจากในประเทศเป็นหลัก ภายใต้พื้นฐานรูปแบบ New Normal โดยมีการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่แปลกใหม่มากขึ้น ในปี 2563 ธุรกิจโรงแรมมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศปรับลดลงอยู่ที่ร้อยละ 29.5 จากปี 2562 และรายได้เฉลี่ยต่อห้องพักทั่วประเทศปรับลดลงร้อยละ 73.1 (วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2563) ผลกระทบจากภาคการท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศที่เกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบตามไปด้วย

จากสถานการณ์ที่พักแรมภายในประเทศ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนที่พักแรมสูงสุด รองลงมาคือ ภูเก็ต และเชียงใหม่ ตามลำดับ ซึ่งธุรกิจที่พักแรมเกิดปัญหา คือ ภาพเศรษฐกิจชะลอตัว มีการแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้น และลูกค้ามีกำลังซื้อลดลง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) โดยเฉพาะภาคธุรกิจโรงแรมของไทยที่เริ่มมีสถานะล้นตลาด (Oversupply) มาตั้งแต่ก่อนเกิดเหตุการณ์ COVID-19 ในช่วงปี 2558-2562 จำนวนห้องพักมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีพื้นที่ขออนุญาตก่อสร้างโรงแรมมากที่สุด ตามมาด้วยภาคใต้และ

ภาคตะวันออกตามลำดับ แต่เมื่อเข้าสู่ 11 เดือนแรกของปี 2563 ที่เป็นช่วงเกิดเหตุการณ์วิกฤตจาก COVID-19 จำนวนห้องพักทั้งหมดทั่วประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอลง



ภาพที่ 1.1 แผนภาพแสดงอัตราการเติบโตของการขออนุญาตก่อสร้างโรงแรมแห่งใหม่ภายในประเทศ. ศูนย์วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2564.

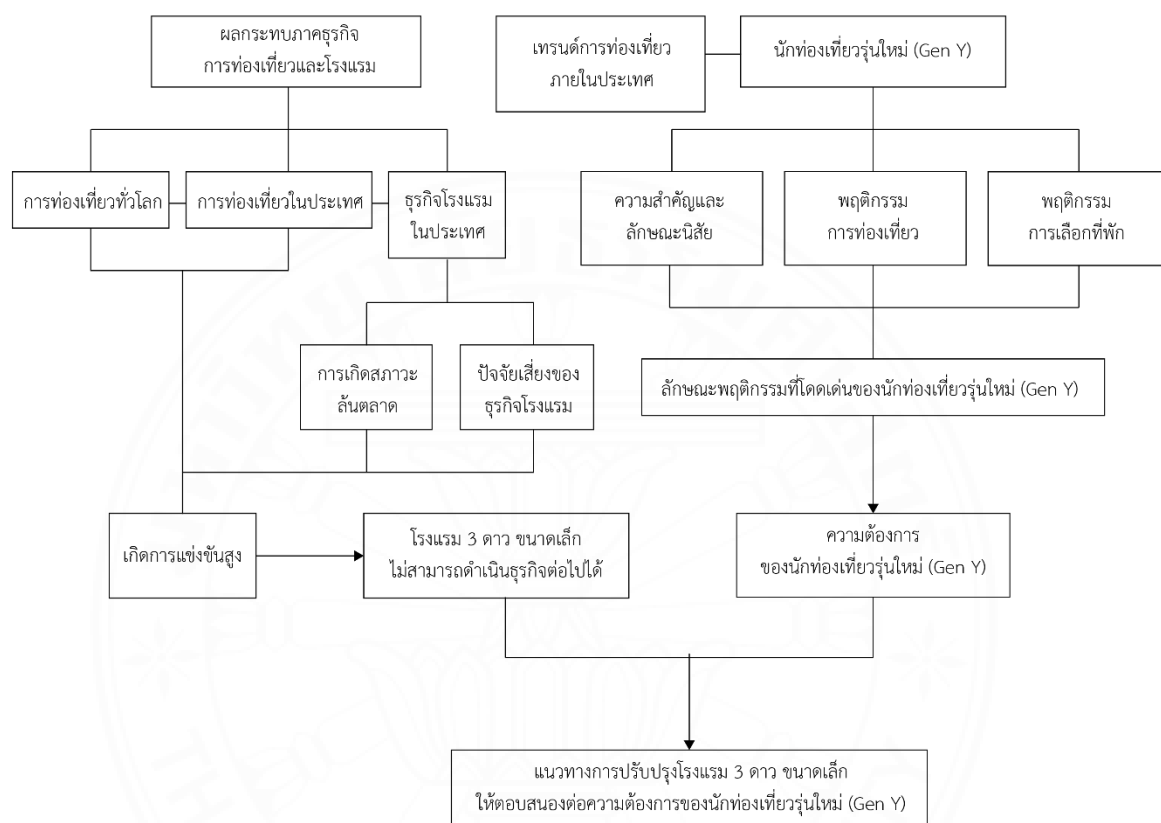
ซึ่งรูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมระดับ 3-4 ดาว และโรงแรมราคาประหยัดจากนักลงทุนผู้ประกอบการรายใหญ่ (วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2564) โดยธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวและต่ำกว่า 3 ดาว เกิดปัจจัยเสี่ยงคือ การเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดโรงแรมของนักลงทุนรายใหญ่ เพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวระดับกลางที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และอีกปัจจัยหนึ่งคือการถูกแย่งฐานลูกค้าจากที่พักทดแทน เช่น รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ หรือ Airbnb ทำให้ตลาดกลุ่มโรงแรมระดับ 3 ดาวและต่ำกว่า 3 ดาวในปัจจุบันเกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (วิจัยอมสิน, 2562) อีกทั้ง เมื่อเกิดผลกระทบจากเหตุการณ์ COVID-19 ทำให้ธุรกิจโรงแรมในเดือนกันยายน 2564 มีสถานะเปิดกิจการอยู่เพียงร้อยละ 51.1 ซึ่งร้อยละ 55 ของโรงแรมที่เปิดกิจการ รายได้ยังกลับมาไม่ถึงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์ COVID-19 ขณะที่ผลสำรวจของโรงแรมส่วนใหญ่พบว่าร้อยละ 47.5 ไม่ต้องการขายกิจการ (รายงานความเชื่อมั่นผู้ประกอบการที่พัก โดยสปท., 2564) โดยโรงแรมขนาดเล็กมีการจัดการเตรียมความพร้อมและแนวทางการปรับตัวน้อยที่สุด ซึ่งได้รับผลกระทบด้านมิติการดำเนินธุรกิจมากที่สุด (คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2564) โดยจังหวัดที่มีปริมาณโรงแรมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี พังงา กระบี่ สุราษฎร์ธานี และเชียงใหม่ (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) จึงมีการพยายามปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด เช่น การปรับลดราคาห้องพัก การสร้างแพ็คเกจสำหรับ Staycation การปรับตัวเป็น Alternative State Quarantine (ASQ) หรือแม้แต่การสร้างรายได้จากการทำอาหาร

Delivery โดยโรงแรมขนาดใหญ่สามารถปรับตัวได้ดี แต่โรงแรมขนาดเล็กไม่สามารถปรับตัวสู่ได้ อันเนื่องมาจากศักยภาพด้านต่าง ๆ ทำให้บางแห่งต้องมีการปิดตัวลง

นักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่พร้อมออกเดินทางหลังการระบาดคลี่คลายลงคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่เกิดปีพ.ศ.2524-2539 หรือช่วงอายุ 25-40 ปี (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ไม่ยอมลดค่าใช้จ่ายในการกินเที่ยว เพราะต้องการใช้ชีวิตมากกว่าการเก็บออม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ซึ่งมีความสำคัญคือ เป็นกลุ่มที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น โดยในทวีปเอเชียมีประชากรร้อยละ 86 ของ GEN Y ทั่วโลก และประเทศไทยมีประชากร GEN Y มากที่สุดถึงร้อยละ 47.5 (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) อีกทั้ง เป็นกลุ่มที่ครองกำลังการใช้จ่ายกลุ่มใหญ่ที่สุด โดยมีรายจ่ายสูงถึงประมาณร้อยละ 80 ของรายได้ และมีค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคมากกว่าร้อยละ 60 จึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่อาจมองข้ามได้ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจของธนาคารไทยพาณิชย์, 2564) โดยนิสัยของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ มีความมั่นใจและให้ความสำคัญกับตัวเอง ดัดจริตตามกระแส ชอบความสะดวกรวดเร็ว ใช้ชีวิตแบบ Work Life Balance ช่างเลือกเพื่อให้ได้สิ่งที่คุ้มค่าที่สุด และต้องการประสบการณ์ที่ดีแสดงความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจน ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวคือ ต้องการเป็นผู้นำเทรนด์ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อนและหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางคือ ข้อมูลการรีวิวจาก Social Media โดยนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ เน้นความสวยงามของวิวทิวทัศน์ ความสะดวกในการเดินทาง และความหลากหลายในการท่องเที่ยวตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) โดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะที่มีความโดดเด่นต่างจากกลุ่มอื่น คือ เป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวน้อย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ซึ่งนิยมเลือกเข้าพักประเภทโรงแรมมากที่สุด โดยลักษณะการเลือกที่พักต้องดำเนินการง่าย สะดวกรวดเร็ว มีโปรโมชั่นที่คุ้มค่าที่สุด และมีข้อมูลจากการรีวิวเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้น ช่วงอายุ 25-30 ปี มีศักยภาพเหมาะสมในการเป็นกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบอย่างหนัก ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป สภาวะโรงแรมล้นตลาด (Oversupply) และเกิดการแข่งขันกันภายในธุรกิจ เป็นต้น นับว่าเป็นปัญหาที่รุนแรง โดยผู้วิจัยเล็งเห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย และเป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ของประเทศ (TerraBKK เคล็ดลับการลงทุน, 2562) ซึ่งจะสามารถกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโรงแรมระดับ 3 ดาวในอนาคต โดยโรงแรมต้องมีการปรับปรุงให้ทันสมัย ตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้า เพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาดที่พัก และทำให้สามารถ

ปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้ ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งสู่แนวทางการปรับตัวของโรงแรมเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)



ภาพที่ 1.2 แผนภาพแสดงที่มาและความสำคัญของปัญหา. ผู้วิจัย, 2564.

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาลักษณะกายภาพภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน

1.2.2 สสำรวจความต้องการในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในปัจจุบัน

1.2.3 วิเคราะห์ลักษณะกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ที่ควรปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

1.2.4 เสนอแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาจากการค้นหาจำนวนโรงแรมระดับ 3 ดาว ในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลักที่ได้รับผลกระทบสูงสุด ผ่านเว็บไซต์ Agoda.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ชาวไทยนิยมใช้มากที่สุดในการค้นหาที่พัก ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว และจังหวัดยอดนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) โดยนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน ได้เป็นพื้นที่ศึกษา คือ โรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรบุคคลผู้ให้ข้อมูล

- นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่เคยเข้าพักภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 401 คน จากทั้งหมดจำนวน 428 คน เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าพักโรงแรม

- ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก จำนวน 5 คน โดยมีสถานะเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน

2. ประชากรโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 17 แห่ง ที่มีอายุ 5 ปีขึ้นไป

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสำรวจกายภาพด้านพื้นที่การใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ที่ตอบสนองต่อความต้องการในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้รองรับกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น โดยมีขั้นตอนเบื้องต้น ดังนี้

1.4.1 ศึกษาลักษณะทางกายภาพด้านพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

โดยเป็นการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การสำรวจพื้นที่ภายในโรงแรม และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ร่วมกับการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การสำรวจลักษณะการใช้งานของพื้นที่ผ่านเว็บไซต์ agoda.com เพื่อนำลักษณะทาง

กายภาพของโรงแรมมาวิเคราะห์ร่วมกับการใช้งานภายในโรงแรม โดยแบ่งกลุ่มโรงแรมตามความเหมาะสมต่อการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม

1.4.2 สำนวนความต้องการในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแบบสอบถามและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการในการเข้าพักร่วมกับศักยภาพของโรงแรมปัจจุบัน

1.4.3 วิเคราะห์พื้นที่การใช้งานที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากข้อมูล 1.4.1 และ 1.4.2 เพื่อนำมาวิเคราะห์พื้นที่ภายในโรงแรมที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน และนำเสนอเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรมให้มีศักยภาพที่ดีขึ้น และตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อปรับปรุงธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ แม้เผชิญกับปัญหาคู่แข่งรายใหญ่ หรือในสภาวะเสี่ยงต่อการปิดตัวลงของธุรกิจ

1.5.2 ประโยชน์แก่ผู้ออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่การใช้งานของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น

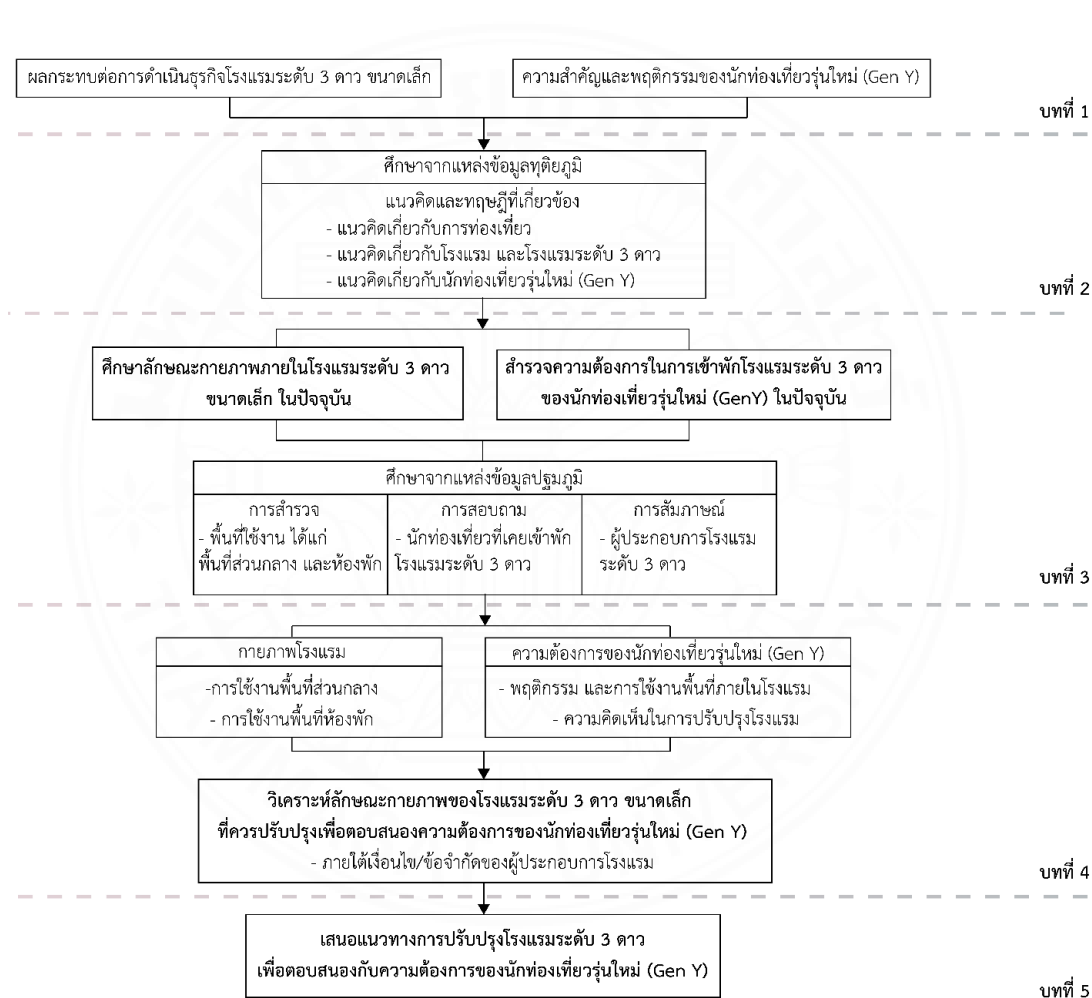
1.5.3 ประโยชน์แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เพื่อเป็นมาตรฐานทางเลือกใหม่ ที่สร้างประสบการณ์ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. โรงแรมระดับ 3 ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดเล็ก มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกพอใช้ต่อการใช้งาน โดยมีลักษณะเป็นโรงแรมอิสระ (Independent Hotel) ที่เจ้าของดำเนินงานธุรกิจเอง ไม่เข้าร่วม หรือร่วมมือกับองค์กรใด ๆ และไม่มีการตั้งสาขาอื่นเกิดขึ้น โดยลักษณะโรงแรมจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ทั้งในเรื่องของการออกแบบ ทำเลที่ตั้ง และการให้บริการที่ไม่เหมือนใคร

2. นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเป็นผู้ที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2524-2539 ที่มีพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจาก Generation อื่น

1.7 แผนผังงานวิจัย



ภาพที่ 1.3 แผนผังงานวิจัย. ผู้วิจัย, 2564.

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจเป็นลำดับแรก ๆ และยังมีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่น ทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อที่จะยกระดับให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพัฒนาอย่างก้าวไกล เท้าทันต่อการเปลี่ยนแปลงระดับโลก และเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.1.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก

2.2.1.1 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

Dickman (1996) ได้แบ่งองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 องค์ประกอบ (5A's) ดังนี้

1. **สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)** เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น
2. **การเดินทาง (Access)** การมีคมนาคมที่ดี เดินทางได้สะดวก จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายได้ง่ายขึ้น
3. **ที่พัก (Accommodation)** ควรมีความพร้อมทั้งในเรื่องจำนวนที่พัก ราคา และบริการที่เหมาะสม โดยปัจจุบัน มีที่พักหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ
4. **กิจกรรม (Activities)** ควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสนใจให้นักท่องเที่ยวระหว่างที่ใช้เวลาพักผ่อนหรือท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น
5. **สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)** ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สาธารณูปโภคน้ำ-ไฟ โทรศัพท์ ห้องน้ำสาธารณะ ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

2.2.1.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมได้ 12 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อรักษาระบบนิเวศให้เกิดความยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุชัดว่ากิจกรรมนั้น ๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติและเทคโนโลยี และ MICE

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์บันเทิง และการศึกษาหาความรู้

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีน้ำพุร้อนเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตก เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีเกาะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

12. แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

2.2.1.3 รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization : UNWTO) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน 3 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism)

ประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism)
- การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (agro-tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism)

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism)

ประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism)
- การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism)
- การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism)

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism)

ประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism)
- การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism)
- การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel)
- การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay)
- การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay)

- การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travel)
- การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE)

2.2.1.4 อนาคตการท่องเที่ยว (Future Tourism)

ศูนย์วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2564) ได้วิเคราะห์บทความเกี่ยวกับเทรนด์การท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งจะมีลักษณะอย่างน้อย 5 ประการ ดังนี้

1. Demand Pattern ความต้องการของนักท่องเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างกันตามแต่ละช่วงวัย โดยจะมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ให้ตอบโจทย์รายกลุ่ม เพื่อสร้างจุดขายการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

2. Sustainability การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ประเพณี และวัฒนธรรม เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียม

3. Technology การใช้เทคโนโลยีเพื่อดึงดูดความสนใจ และรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะช่วยให้ผู้ประกอบการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น

4. Borderless Industries เส้นแบ่งระหว่างอุตสาหกรรมจะจางหายไป การท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นมากขึ้น ซึ่งการเชื่อมโยงนี้จะเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสใหม่ของธุรกิจนี้ได้ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยวกับธุรกิจอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจดูแลสุขภาพ หรือธุรกิจท่องเที่ยวกับการเดินทางเชิงธุรกิจ

5. Risk and Uncertainty บริหารความเสี่ยงและไม่มั่นคง ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนากระบวนการต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารงานในระบบ รวมถึงเตรียมแนวทางการป้องกัน รับมือ และแก้ไข เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการออกเดินทางของนักท่องเที่ยว และมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามจุดหมาย โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกเกิดเทรนด์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจขึ้นมากมาย ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวต่าง ๆ และศึกษาเทรนด์ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวตามแต่ละช่วงวัย เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.1.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.1.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

หลังการประกาศใช้ พ.ร.ก. สถานการณ์ฉุกเฉิน (25 มีนาคม 2563) และมาตรการห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราว ทำให้ช่วงเมษายน-กันยายน

2563 ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาไทย ทำให้สูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติราว 1.5 ล้านล้านบาท (วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2564)

2.1.2.2 การฟื้นตัวของธุรกิจท่องเที่ยว

จากบทความของวิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2564) ได้มีการคาดการณ์เกี่ยวกับการฟื้นตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศ โดยแบ่งเป็น 4 ช่วง ดังนี้

1. ไทยไทย เริ่มใหม่อีกครั้ง (Begin Over) เป็นช่วงที่ผู้คนยังมีความกังวลกับโรคติดต่อ จึงยังทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มกลัวการเดินทาง รูปแบบการท่องเที่ยวจึงต้องเป็นการเดินทางในระยะสั้น เดินทางไม่นาน เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และสถานที่ท่องเที่ยวผู้คนไม่พลุกพล่าน

2. ไทยเที่ยวไทย สนุกได้ทุกจังหวัด (Boost Fun) นักท่องเที่ยวเริ่มคลายกังวล ยังเน้นการเดินทางภายในประเทศ แต่มีระยะทางยาวขึ้น และมีการเดินทางด้วยยานพาหนะอื่นมากขึ้น โดยการท่องเที่ยวในช่วงนี้เน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นการสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ผ่านศิลปวัฒนธรรม โดยในแต่ละจังหวัดมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นของตนเอง จึงควรสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

3. จับคู่ กู้ท่องเที่ยว (Bubble Tourism) มีการเปิดพรมแดนการเดินทางระหว่างประเทศบางส่วน แต่ผู้คนยังมีความหวาดกลัว จึงต้องมีการท่องเที่ยวแบบจับคู่เดินทาง โดยเป็นการร่วมมือกันของรัฐบาล ที่สามารถเดินทางระหว่างประเทศได้โดยไม่มีการกักตัว ซึ่งต้องมียุทธศาสตร์เกี่ยวกับการป้องกันโรคอย่างชัดเจน

4. กอบกู้ ไทยไทยให้สนุก (Build-Back-Better) นักท่องเที่ยวกลับมาเป็นปกติ เปิดพรมแดนระหว่างประเทศอย่างเสรี ผู้คนมั่นใจในการท่องเที่ยวอีกครั้ง ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมของไทย ต้องเร่งสร้างจุดแข็งและซ่อมจุดอ่อน เพื่อเตรียมรับมือการท่องเที่ยวในอนาคต

จากบทความดังกล่าว สถานการณ์ในประเทศไทยมีการคลาไคลมาตรการ ล็อกดาวน์ในบางพื้นที่ สามารถออกเดินทางข้ามจังหวัดเพื่อทำธุระหรือท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ได้บ้างแล้ว โดยในปัจจุบัน ประเทศไทยเริ่มมีการเข้าสู่ช่วงที่ 3 จับคู่ กู้ท่องเที่ยว (Bubble Tourism) ซึ่งมีการเปิดประเทศบางส่วน โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ผ่านเกณฑ์หรือเงื่อนไขตามที่รัฐกำหนด จะไม่ต้องทำการกักตัว เพียงแต่ต้องมีหลักฐานยืนยันการป้องกันโรค ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มมีการฟื้นตัวอย่างช้า ๆ แต่ยังคงมีการเฝ้าระวังกันอย่างเข้มงวด เพื่อไม่ให้เกิดวิกฤตขึ้นใหม่อีกครั้ง

2.1.3 ผลกระทบจากธุรกิจการท่องเที่ยว

2.1.3.1 การเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ของโลก (Global Magatrend)

วิจัยกรุงศรี โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2564) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ของโลก (Global Magatrend) ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมอีกด้วย โดยได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอนาคต มี 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรและสังคม (Demographic and Social change) โดยการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ชนชั้นกลางมีการว่างงานเพิ่มขึ้น และมีรายได้ลดลง ทำให้ความต้องการในการท่องเที่ยวต้องมีความเฉพาะเจาะจง (Targeted Approach) มากขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงวัย ดังนี้

- กลุ่ม GEN Y และ Gen Z เป็นกลุ่มทันสมัย นิยมใช้เทคโนโลยีในการสร้างความสะดวกสบาย ชื่นชอบการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ แต่มิชอบงบประมาณการเดินทางและจำนวนวันที่จำกัด

- กลุ่ม Gen X เน้นการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ ท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เป็นกลุ่มที่ระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ

- กลุ่ม Baby-Boomers และ Silver Hair คาดว่ากลุ่มนี้จะมีศักยภาพในการใช้จ่าย แต่หลังการแพร่ระบาด มีความกังวลใจในการเดินทางมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะเรื่องความสะดวก

2. การปรับการท่องเที่ยวให้ตอบโจทย์รายบุคคล (Individualization) ผู้ประกอบการต้องเน้นวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และให้บริการที่ตอบโจทย์รายบุคคลมากขึ้น เช่น แผนการเดินทาง กิจกรรมที่สนใจ และงบประมาณที่เหมาะสม

3. การนำเทคโนโลยีมาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและระบบควบคุมอัตโนมัติ (Digital Transformation and Automation) หลังวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โรงแรมมีแนวโน้มที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่จะช่วยยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) ได้อีกด้วย

4. สุขภาพและความสะอาดมาอันดับหนึ่ง (Health and Hygiene) กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาเพิ่มมากขึ้น หลังการแพร่ระบาด COVID-19 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมกลางแจ้งมากขึ้น

2.1.3.2 ธุรกิจโรงแรมต้องมีการปรับตัว

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) ได้กล่าวว่า ครึ่งปีแรกของปี 2563 ธุรกิจโรงแรมและที่พักสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติรวมมูลค่ากว่า 2.56 แสนล้านบาท ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันสูง จำนวนห้องพักมีเกินความต้องการ โดยโรงแรมในจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่เน้นลูกค้าชาวต่างชาติ มีการหยุดให้บริการชั่วคราว หรือปิดตัวลง ขณะที่โรงแรมและที่พักที่เปิดให้บริการจำเป็นต้องมีการปรับตัวหาทางเพิ่มรายได้ให้ธุรกิจอยู่รอด ซึ่งไม่มีสูตรตายตัว ผู้ประกอบการต้องพิจารณาเอง ดังนี้

1. เพิ่มความยืดหยุ่นในระบบการจัดการ และใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. เปิดให้บริการบางส่วนเพื่อลดต้นทุน หากคาดว่ารายได้จากอัตราการเข้าพักในระยะข้างหน้าสูงกว่าจุดคุ้มทุน
3. ปรับตลาดมาเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของเทรนด์โลกส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งในด้านกลุ่มประชากรหรือตัวบุคคล รวมถึงเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และเรื่องของสุขภาพก็เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้อีกต่อไป ในงานวิจัยนี้ จึงเน้นไปที่การศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางประชากรและสังคม ในกลุ่ม GEN Y ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการออกเดินทางท่องเที่ยว โดยแนวทางการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันยังไม่มีชัดเจน ผู้วิจัยจึงจะทำการวิจัยในหัวข้อนี้ต่อไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับที่พักแรม

2.2.1 ความหมายของที่พักแรม

เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้ง นักเดินทางไม่สามารถใช้เวลาเดินทางไปและกลับได้ภายในวันเดียว จึงต้องมีการพักค้างคืน ณ สถานที่พักแรม ดังนั้น ที่พักแรมจึงหมายถึงสถานที่จัดไว้สำหรับผู้ที่เดินทางมาพักค้างคืนเป็นการชั่วคราว ในขณะที่เดินทางเพื่อท่องเที่ยว หรือทำธุระต่าง ๆ (พัทธ์ธีรา ศรีประทักษ์, 2558)

2.2.2 ประเภทของที่พักแรม

พัทธ์ธีรา ศรีประทักษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาประเภทที่พักแรม โดยธุรกิจที่พักแรมจัดว่าเป็นบริการสำคัญที่ตอบสนองความต้องการของนักเดินทาง ที่สามารถพักค้างคืนในระหว่างเดินทางสู่จุดหมายปลายทางได้ โดยสามารถแบ่งประเภทของที่พักแรมได้ ดังนี้

1. โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่พักแรม ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตามมาตรฐานที่กำหนด ไว้คอยบริการแก่นักเดินทางที่จ่ายค่าบริการ

2. รีสอร์ท (Resort) หมายถึง สถานที่พักตากอากาศ มักจะอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างจังหวัด ที่สร้างขึ้นในรูปแบบบ้านพัก หรืออาคารหลายหลัง โดยเก็บค่าบริการจากนักท่องเที่ยว

3. โมเต็ล (Motel) หมายถึง สถานที่พักแรมสำหรับพักแรมระหว่างทาง โดยเป็นที่พักแรมขนาดเล็ก ตั้งอยู่ใกล้ถนนแถบชานเมือง สามารถนำรถเข้ามาจอดบริเวณห้องพักของตนได้ ซึ่งเป็นการรวมคำระหว่าง Motor-car และ Hotel

4. โฮสเทล (Hostel) หมายถึง สถานที่จากอาคารเก่า นำมาดัดแปลงให้เหมาะกับการพักอาศัย ซึ่งเป็นที่พักราคาประหยัด โดยลักษณะจะเป็นห้องพักรวม มีการใช้ห้องน้ำร่วมกัน บางแห่งอาจมีการให้บริการอาหารเช้าหรือมีครัวให้ผู้เข้าพักสามารถประกอบอาหารได้เอง (กฤษฎา ฉันทะ, 2558)

5. โฮมสเตย์ (Home Stay) หมายถึง สถานที่พักแรมที่เจ้าของดัดแปลงภายในบ้านให้เป็นห้องพัก และมีการจัดเตรียมอาหารท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมภายในชุมชน

6. เกสต์เฮาส์ (Guesthouse) หมายถึง สถานที่พักแรมที่มีลักษณะเป็นบ้าน โดยมีอัตราค่าเช่าต่ำ ตั้งอยู่บนถนนใกล้แหล่งธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยว เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนในเวลาว่าง

7. บังกะโล (Bungalow) หมายถึง สถานที่พักแรมที่มีลักษณะเป็นบ้านพักชั้นเดียว มีระเบียงกว้าง สร้างด้วยวัสดุที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ตั้งอยู่ใกล้บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก

8. การตั้งแคมป์พักแรม (Campground) หมายถึง การตั้งเต็นท์บริเวณพื้นที่เขากลางแจ้ง โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบสัมผัสธรรมชาติ

2.2.3 สถานประกอบการที่พักแรม

2.2.3.1 จำนวนสถานประกอบการที่พักแรม

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) ได้ทำการสำรวจสถานที่พักแรมภายในประเทศโดยการสุ่มและประมาณค่า พบว่า ในปี 2562 มีสถานประกอบการที่พักแรมทั่วประเทศประมาณ 24.3 พันแห่ง โดยเป็นภาคใต้ร้อยละ 27.6 รองลงมาคือภาคกลางร้อยละ 25.1 ภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 20.6 กรุงเทพมหานครร้อยละ 4.9 และปริมณฑลน้อยที่สุดร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

2.2.3.2 จำนวนห้องพัก

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) ได้ทำการสำรวจจำนวนห้องพักทั่วประเทศในปี 2562 พบว่า ทั่วประเทศมีจำนวนห้องพักทั้งสิ้นประมาณ

719,300 ห้อง โดยภาคใต้มีจำนวนห้องพักมากที่สุดร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ ภาคกลางร้อยละ 23.6 ภาคเหนือร้อยละ 15.6 กรุงเทพมหานครร้อยละ 15.5 และปริมาณที่น้อยที่สุดร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

2.2.3.3 จำนวนผู้เข้าพัก

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) ได้ทำการสำรวจจำนวนผู้เข้าพักในสถานประกอบการที่พักแรมทั่วประเทศในปี 2562 พบว่า ทั่วประเทศมีผู้เข้าพักทั้งสิ้นประมาณ 130.6 ล้านคน โดยผู้เข้าพักชาวไทยมีมากกว่าชาวต่างชาติประมาณ 25.6 ล้านคน ซึ่งในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ส่วนภาคใต้ ภาคกลาง ภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ และปริมาณ ผู้เข้าพักส่วนใหญ่เป็นชาวไทย

จากข้อมูลดังกล่าว ประเภทของที่พักแรมมีการแบ่งได้หลากหลายประเภท ขึ้นอยู่กับลักษณะและการใช้งาน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในส่วนของการที่พักแรมประเภทโรงแรม โดยภาคเหนือ มีสถานที่ประกอบการที่พักแรม จำนวนห้องพัก และจำนวนผู้เข้าพักที่สูง อีกทั้งเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรม

2.3.1 ความหมายของโรงแรม

โรงแรม หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน (พระราชบัญญัติโรงแรม มาตรา 4, 2547)

2.3.2 ประเภทของโรงแรม

การแบ่งประเภทของโรงแรมสามารถแบ่งได้หลายลักษณะ ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาได้ ดังนี้

1. การแบ่งประเภทโรงแรมตามกฎหมายกระทรวง กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 สามารถแบ่งโรงแรมเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.1 ประเภทที่ 1 โรงแรมให้บริการเฉพาะห้องพัก

1.2 ประเภทที่ 2 โรงแรมให้บริการห้องพักและห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร

1.3 ประเภทที่ 3 โรงแรมให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนา

1.4 ประเภทที่ 4 โรงแรมให้บริการห้องพัก อาหารเช้าหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการและห้องประชุมสัมมนา

2. การแบ่งตามขนาดโรงแรม (Hotel Size) สามารถแบ่งได้ตามจำนวนห้องพัก (สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย, 2559) ดังนี้

2.1 โรงแรมขนาดเล็ก คือ โรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 30 ห้อง

2.2 โรงแรมขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 30 ห้อง แต่ไม่เกิน 100 ห้อง

2.3 โรงแรมขนาดใหญ่ คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง ขึ้นไป

3. การแบ่งตามลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Steadmon, C.E. & Kasavana, M.L, 1988)

3.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองย่านธุรกิจ เหมาะสำหรับเข้ามาพักเพื่อการติดต่อธุรกิจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองแก่การประชุมและพุดคุยงาน ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

3.2 โรงแรมสนามบิน (Airport Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สนามบินที่สามารถเดินทางเข้าออกสนามบินได้อย่างสะดวก ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในสนามบิน หรือนักท่องเที่ยวที่รอเปลี่ยนเครื่อง รวมถึงบริษัททัวร์ โดยให้บริการแบบระยะสั้นหรือรายชั่วโมง

3.3 โรงแรมห้องชุด (Suite Hotel) คือ โรงแรมที่แยกห้องนอนกับห้องรับแขกออกจากกัน อาจจะมีห้องประชุมขนาดเล็กพร้อมเคาน์เตอร์เครื่องดื่มหรือครัวไว้ในห้องพัก โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับสูง

3.4 โรงแรมเน้นแขกพักประจำ (Residential Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ เน้นกลุ่มลูกค้าเข้าพักในระยะยาว หรือที่นิยมเรียกว่า Service Apartment โดยคิดค่าบริการเป็นรายวัน รายเดือน และรายปี

3.5 โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotel) คือ โรงแรมที่ออกแบบให้มีสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพให้เหมาะแก่การพักผ่อน ชื่นชมทิวทัศน์ตามธรรมชาติ มักจะตั้งอยู่ภายในเมืองท่องเที่ยว

3.6 ที่พักพร้อมอาหารเช้า (Bed and Breakfast: B&B) คือ สถานที่พักขนาดเล็ก ที่เจ้าของบ้านนำห้องว่างที่เหลืออยู่ภายในบ้านมาแบ่งให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก ซึ่งเป็นที่นิยมจากนักท่องเที่ยวต่างถิ่น โดยมีราคาถูกลงและบริการเป็นกันเอง

3.7 โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel) คือ อาคารชุดที่จดทะเบียนเป็นโรงแรม โดยมีบางส่วนขายกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิการเช่าออกไปให้กับผู้ซื้อ และมีบางส่วนที่ผู้พัฒนาโครงการเก็บไว้ให้บริการเป็นโรงแรม โดยผู้บริหารอาจรับห้องของผู้ซื้อมาบริหารการปล่อยเช่าแบบโรงแรมในช่วงที่เจ้าของห้องไม่ได้เข้ามาใช้ ซึ่งกฎหมายของไทยไม่อนุญาตให้มีโรงแรมลักษณะนี้

3.8 โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotel) คือ โรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักจำนวนมาก และมีห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเล่นการพนันในโรงแรม ซึ่งกฎหมายของไทยไม่อนุญาตให้มีโรงแรมลักษณะนี้

3.9 ศูนย์ประชุม (Conference Center) คือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักค่อนข้างมาก และมีห้องประชุมสัมมนาทั้งขนาดใหญ่และเล็กจำนวนมากเพื่อให้บริการครบวงจรกับแขกที่เข้ามาจัดประชุมสัมมนา โดยสร้างศูนย์ประชุมกับที่พักไว้ในอาคารเดียวกันหรือแยกอาคารออกจากกัน และแยกการบริหารโรงแรมและศูนย์ประชุมออกจากกันก็ได้

4. การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554)

4.1 โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotel) คือ โรงแรมที่บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่น ๆ จึงทำให้มีความคล่องตัว และมีอำนาจในการบริหารงาน แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการขยายธุรกิจในอนาคต

4.2 โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotel) แบ่งการบริหารงานออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

4.2.1 การบริหารงานโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ ทรัพย์สิน การบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด

4.2.2 การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของบุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย

4.2.3 การบริหารงานแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) ระบบแฟรนไชส์จะวาง ระบบการจัดการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวางแผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาดออกแบบในการตกแต่ง โรงแรม การใช้วัสดุอุปกรณ์ และการวางระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์มีสิทธิ และอำนาจในการจัดการ แต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลงซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์

ในงานวิจัยเลือกศึกษาโรงแรมประเภทที่ 2 โดยให้บริการทั้งห้องพักและห้องอาหาร โดยห้องพักมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร ไม่รวมพื้นที่อื่น ๆ โดยเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 30 ห้อง ซึ่งเป็นโรงแรมเพื่อการพาณิชย์ ตั้งอยู่ใจกลางเมือง แบบที่มีการบริหารงานอย่างอิสระ ไม่ขึ้นกับเครือโรงแรมใด ๆ

2.3.3 มาตรฐานโรงแรม

มาตรฐานโรงแรมของประเทศไทยจะครอบคลุม 4 ลักษณะ คือ การก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวก การบำรุงรักษา และคุณภาพการบริการ โดยใช้การแบ่งมาตรฐานตามระดับดาว (มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2542) ดังนี้

1. มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว คือ ห้องพักไม่เล็กกว่า 10 ตร.ม. เตียง 3 ฟุต สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ ภายในห้องน้ำมีผ้าเช็ดตัวและกระดาดชำระ

2. มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว คือ ห้องพักไม่เล็กกว่า 14 ตร.ม. เตียง 3 ฟุต มีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป เช่น กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ ประตุมีตาแมว โซ่คล้องประตู น้ำดื่ม โทรศัพท์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป โทรศัพท์ติดต่อกภายในห้อง ห้องน้ำแบบชักโครก มีผ้าเช็ดตัวและกระดาดชำระ

3. มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว คือ ห้องพักไม่เล็กกว่า 18 ตร.ม. สิ่งอำนวยความสะดวกปานกลางเพิ่มขึ้นมาจากมาตรฐานระดับ 2 ดาว ได้แก่ โทรศัพท์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไปพร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อน-เย็น อุปกรณ์อาบน้ำ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ถังใส่ผ้าอนามัย และมีบริการอื่น ๆ เช่น รัมเซอร์วิส คอฟฟี่ช็อป ห้องประชุม ห้องน้ำสาธารณะ ห้องน้ำคนพิการ

4. มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว คือ ห้องพักกว้างกว่า 24 ตร.ม. เตียงไม่เล็กกว่า 3.5 ฟุต มีการตกแต่งที่สวยงาม พร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นจาก 3 ดาว ได้แก่ โทรศัพท์ 20 นิ้วขึ้นไป ที่มีรายการให้ชมมากกว่า 8 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ กาต้มน้ำร้อน พร้อมชา กาแฟ ชุดขัดรองเท้า ถังซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ที่สามารถโทรทางไกล/ต่างประเทศได้โดยตรง อุปกรณ์ในห้องน้ำที่เพิ่มเติม คือ foam bath แชมพู ผ้าเช็ดมือ sewing kit ไดรเป่าผม ปลั๊กไฟสำหรับโกนหนวด มีห้องชุดให้บริการ 2 แบบ นอกจากนั้นยังมีห้องอาหาร ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิด ห้องอบไอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำ business center ห้องประชุมใหญ่ และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

5. มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว คือ ห้องพักกว้างไม่น้อยกว่า 30 ตร.ม. เตียงไม่เล็กกว่า 4 ฟุต มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน พร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกที่ครบครันเพิ่มขึ้นจาก 4 ดาว ได้แก่ โทรศัพท์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไป ซึ่งมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการ ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์สะอาด สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วน ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุสซี่ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

ผู้วิจัยเลือกศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครัน มีศักยภาพเหมาะสมและตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย

2.3.4 ข้อกำหนด หรือกฎหมายเกี่ยวกับโรงแรม

1. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

(1) กฎหมายเกี่ยวกับที่จอดรถ

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2517) มีรายละเอียด ดังนี้

- โรงแรมที่มีพื้นที่ห้องโถงหรือพื้นที่ที่ใช้เพื่อกิจการพาณิชยกรรมในหลังเดียวกัน หรือหลายหลังรวมกันตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป ต้องมีที่จอดรถยนต์ ที่กลับรถยนต์ และทางเข้าออกรถยนต์ แต่สามารถยกเว้นได้ถ้าหากตั้งในพื้นที่ที่ตามสภาพธรรมชาติไม่สามารถนำรถยนต์เข้าไปใช้ได้

- ให้มีที่จอดรถไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่ห้องโถง 30 ตารางเมตร และ ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่ที่ใช้เพื่อกิจการพาณิชยกรรม 40 ตารางเมตร

2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 41 (พ.ศ. 2537) มีรายละเอียด ดังนี้

- กำหนดให้ที่จอดรถ 1 คัน ต้อง เป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมพื้นผ้า กำหนดลักษณะขนาดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

ตารางข้อกำหนดลักษณะและขนาดของที่จอดรถ

ข้อกำหนด	รายละเอียด
จอดรถขนานกับแนวทางเดินรถ หรือ ทำมุมกับแนวทางเดินรถน้อยกว่า 30 องศา	ความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร ความยาวไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร
จอดรถตั้งฉากกับแนวทางเดินรถ ไม่จัดให้ทางเดินเข้าออกรถเป็นทางเดียวกัน	ความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร ความยาวไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร
จอดรถทำมุมกับแนวทางเดินรถมากกว่า 30 องศา	ความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร ความยาวไม่น้อยกว่า 5.50 เมตร

โดย ชูติมา แก้วจันทร์, 2561.

- กำหนดให้ที่จอดรถแต่ละคัน ต้องมีเครื่องหมายแสดงลักษณะและขอบเขตของที่จอดรถปรากฏไว้บนพื้น และต้องมีทางเดินรถเชื่อมต่อกับทางเข้าออกของรถและที่กัลบริด

(2) กฎหมายเกี่ยวกับพื้นที่ภายในอาคาร

กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) จากส่วนที่ 2 พื้นที่ภายในอาคาร มีรายละเอียด ดังนี้

- อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่ออยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

- ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบสุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร

- ห้องพักโรงแรม ต้องมีระยะดังต่อไปนี้ไม่น้อยกว่า 2.60 เมตร

(3) กฎหมายเกี่ยวกับห้องน้ำและห้องส้วม

กฎกระทรวง ฉบับที่ 39 (พ.ศ. 2537) จากหมวด 2 แบบและจำนวนของห้องน้ำและห้องส้วม ข้อที่ 9 มีรายละเอียด ดังนี้

- ห้องน้ำและห้องส้วมจะแยกจากกันหรือรวมอยู่ในห้องเดียวกันก็ได้ โดยต้องมีลักษณะรักษาความสะอาดง่าย

- ระยะดังระหว่างพื้นห้องถึงเพดานยอดฝาหรือผนังตอนต่ำสุด ต้องไม่ต่ำกว่า 1.80 เมตร

- มีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ห้องหรือมีพัดลมระบายอากาศได้เพียงพอ

2. พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547

ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับโรงแรม ว่าด้วยเรื่องความหมายของโรงแรม ในหัวข้อที่ 2.3.1 ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น

3. กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551

1. สถานที่ตั้งของโรงแรม ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้พัก เส้นทางเข้าออกไม่ก่อให้เกิดปัญหาการจราจร หากประกอบธุรกิจโรงแรมในอาคารเดียวกับกิจการอื่น ต้องแบ่งสถานที่ชัดเจน ธุรกิจอื่นต้องไม่ส่งผลต่อธุรกิจโรงแรม และต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่เคารพในทางศาสนา หรือขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. โรงแรมต้องจัดให้มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้ สถานที่ลงทะเบียนผู้พัก โทรศัพท์หรือระบบติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกโรงแรม ให้มีเพียงพอต่อการ

ให้บริการแก่ผู้พัก การปฐมพยาบาลเบื้องต้นและส่งต่อผู้ป่วยไปยังสถานพยาบาลใกล้เคียง และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

3. ต้องมีเลขประจำห้องพักกำกับไว้ทุกห้องเป็นตัวเลขอารบิก ติดแสดงไว้บริเวณด้านหน้าห้องพัก ให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน กรณีโรงแรมมีหลายอาคาร เลขประจำห้องพักแต่ละอาคารต้องไม่ซ้ำกัน ประตูห้องพักให้มีช่องหรือวิธีการอื่น ที่สามารถมองจากภายในสู่ภายนอกห้องพักได้ และมีกลอนหรืออุปกรณ์อื่นที่สามารถล็อกจากภายในห้องพักทุกห้อง

4. สถานที่จอดรถของโรงแรมที่ติดอยู่กับห้องพัก ต้องไม่มีลักษณะมืดซิดและสามารถมองเห็นรถที่จอดอยู่ได้ตลอดเวลา

5. อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นที่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารใช้บังคับ ต้องมีหลักฐานแสดงว่าได้รับอนุญาตให้ใช้อาคารเป็นโรงแรม หรือมีใบรับรองการตรวจสอบอาคารตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

6. อาคารใช้สำหรับเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น ที่ไม่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารใช้บังคับ ต้องมีใบรับรองการตรวจสอบว่ามีความแข็งแรง มั่นคง และปลอดภัยจากผู้ที่ได้รับใบประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม หรือผู้ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมตามกฎหมาย และผ่านการตรวจพิจารณาจากนายทะเบียนว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด ดังนี้

6.1 ต้องมีการรักษาความสะอาด จัดแสงสว่างเพียงพอ ระบบระบายน้ำ ระบบระบายน้ำเสีย และระบบระบายอากาศที่ถูกต้องลักษณะ

6.2 ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

- ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถือ ถู้อยู่ในแต่ละชั้นจำนวน 1 เครื่องต่อพื้นที่อาคารไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน 45 เมตร แต่ไม่น้อยกว่าชั้นละ 1 เครื่อง
- การติดตั้งเครื่องดับเพลิง ต้องติดตั้งให้ส่วนบนสุดของตัวเครื่องสูงจาก ระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.50 เมตร และติดตั้งไว้ในที่ที่สามารถมองเห็น และอ่านคำแนะนำการใช้ได้ โดยสะดวก

6.3 ต้องติดตั้งระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

- อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นในอาคารหลัง เดียวกันเกิน 2,000 ตารางเมตร ต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ทุกชั้น

6.4 ต้องมีช่องทางเดินภายในอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร

6.5 ต้องมีทางหนีไฟหรือบันไดหนีไฟ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด ในกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

6.6 โรงแรมที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นในอาคารหลังเดียวกัน 2,000 ตารางเมตรภายในอาคารต้องจัดให้มีระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองสำหรับกรณีฉุกเฉินไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง

6.7 บ่อเกรอะและบ่อซึมของส้วมของอาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรม ต้องอยู่ห่างจากแม่น้ำ คู คลอง หรือแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 10 เมตร เว้นแต่กรณีที่มีระบบกำจัดสิ่งปฏิกูลที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล และมีขนาดที่เหมาะสม

2.3.5 การใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม

ชุตินา แก้วจันทร์ (2561) ได้ทำการศึกษาแนวทางการเตรียมการเพื่อปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของอพาร์ทเมนต์ ให้เป็นโรงแรมขนาดเล็ก กรณีศึกษาพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดรูปแบบการใช้งานพื้นที่ และขนาดมาตรฐานพื้นที่ใช้สอยส่วนต่าง ๆ ภายในโรงแรม สามารถแบ่งพื้นที่ใช้สอย ออกเป็น 3 ส่วนตามลักษณะการใช้งานได้ ดังนี้

1. พื้นที่ส่วนห้องพัก (Residential) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

- 1.1 ห้องพักส่วนตัวพร้อมห้องน้ำในตัว (Private room with bathroom)
- 1.2 ห้องพักรวมพร้อมห้องน้ำรวม (Dormitory with sharing bathroom)

ตารางที่ 2.2

ตารางขนาดและพื้นที่ห้องพักที่น้อยที่สุด จำแนกตามประเภทของโรงแรม

พื้นที่ใช้สอย	ส่วนพักผ่อนและบริเวณ เตียง		ส่วนห้องน้ำ		ขนาดพื้นที่ทั้งห้อง รวม	
	ขนาด (เมตร)	พื้นที่ (ตร.ม.)	ขนาด (เมตร)	พื้นที่ (ตร.ม.)	ขนาด (เมตร)	พื้นที่ (ตร.ม.)
ประเภทโรงแรมตาม ราคา						
ราคาประหยัด (Economy)	3.50x 4.50	16.00	15.0 x 1.50	2.30	3.50 x 6.20	21.90
ราคาปานกลาง (Mid-scale)	3.60x 5.50	20.10	1.50 x 2.30	3.40	3.60 x 6.60	29.00
ราคาสูง (Upscale)	4.10 x 5.80	23.80	1.70 x2.60	4.80	4.10 x 8.60	35.20
หรูหรา (Luxury)	4.50 x 6.10	27.90	2.30 x2.70	6.60	4.50 x 9.10	41.80

ปรับปรุงโดยผู้วิจัย, 2564.

2. พื้นที่ด้านหน้า (Front of house) คือ พื้นที่ให้บริการแก่ผู้เข้าพัก และบุคคลทั่วไปใช้ประโยชน์เป็นหลัก โดยพื้นที่หลักที่โรงแรมขนาดเล็กควรมีตามมาตรฐานโรงแรมประกอบด้วย ดังนี้

2.1 พื้นที่ต้อนรับหรือโถงพักคอย (Facilitate Area) เป็นพื้นที่ส่วนแรกที่มีการติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและผู้เข้าพัก ซึ่งใช้เป็นพื้นที่ต้อนรับ ต้องสร้างประสบการณ์การรับรู้และภาพลักษณ์ของพื้นที่ ที่สวยงาม โดดเด่น มีหน้าที่ให้การต้อนรับ ติดต่อกับ และให้ข้อมูล รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ระหว่างเข้าพัก

2.2 พื้นที่ส่วนกลาง (Common Area) เป็นพื้นที่สำคัญในการใช้งาน โดยไม่มีการกำหนดขนาดพื้นที่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ ขนาดพื้นที่ที่เหมาะสมประเภทของกลุ่มเป้าหมายและแนวความคิดในการออกแบบโรงแรม

2.3 ห้องน้ำสาธารณะ (Public Toilet) ต้องมีการแยกสัดส่วนอย่างชัดเจน

2.4 พื้นที่รับประทานอาหาร สำหรับโรงแรมขนาดเล็ก อาจอยู่ในรูปแบบของร้านอาหารหรือร้านกาแฟ ให้บริการสำหรับลูกค้าที่มาพักและลูกค้าทั่วไป นอกจากนี้อาจจะมีบาร์ที่มีบริการเครื่องดื่มพิเศษ

2.5 พื้นที่สำหรับพักผ่อนทำกิจกรรมทั่วไป อาจเป็นพื้นที่โล่งหรือเป็นห้องสำหรับการทำกิจกรรม เช่น การเล่นเกม โต๊ะปิงปอง และโต๊ะสนุกเกอร์ให้บริการแก่ผู้เข้าพัก เป็นต้น

2.6 พื้นที่อเนกประสงค์ เป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมของผู้เข้าพักเป็นกลุ่ม เช่น พื้นที่สำหรับจัดเลี้ยงขนาดเล็ก การจัดประชุมสัมมนา หรือการแสดงผลงาน นิทรรศการเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าพัก

3. พื้นที่ด้านหลัง (Back of house) คือ พื้นที่ใช้งานหลักของพนักงาน เช่น ห้องเก็บของ ภายในห้องมีที่เก็บอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับแม่บ้าน ห้องเครื่องหรือห้องช่าง ห้องพักพนักงาน และห้องสำนักงาน รวมถึงห้องครัวที่เป็นพื้นที่จัดเตรียมอาหารสำหรับผู้เข้าพัก

Pannell Kerr Forster Associates (2536) ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของพื้นที่ใช้สอยและผังอาคารของโรงแรมแต่ละระดับ ในจำนวน 100 ห้องเท่ากัน พบว่า โรงแรมแต่ละระดับมีปริมาณร้อยละของพื้นที่ต่างกัน

ตารางที่ 2.3

ตารางเปรียบเทียบพื้นที่ใช้งานของโรงแรมระดับ 2,3,4 และ 5

ระดับของโรงแรม	โรงแรมระดับ 2-3 ดาว (ร้อยละ)	โรงแรมระดับ 4 ดาว (ร้อยละ)	โรงแรมระดับ 5 ดาว (ร้อยละ)
พื้นที่ใช้สอย (Function)			
พื้นที่ห้องพัก (Bedroom Zone)	73	63	64
พื้นที่สาธารณะ (Public Space)	13	14	12
พื้นที่บริการส่วนหลัง	5	7	6

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

เปรียบเทียบพื้นที่ใช้งานของโรงแรมระดับ 2,3,4 และ 5 ดาว

ระดับของโรงแรม	โรงแรมระดับ 2-3	โรงแรมระดับ 4	โรงแรมระดับ 5
พื้นที่ใช้สอย (Function)	ดาว (ร้อยละ)	ดาว (ร้อยละ)	ดาว (ร้อยละ)
พื้นที่ส่วนสำนักงาน	2	2	2
พื้นที่เครื่องจักรและงานระบบ	5	5	3
พื้นที่สันทนาการ* (Leisure)	2	9	13
รวมพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด	100	100	100

* เป็นพื้นที่เสริม (optional)

โดย Pannell Kerr Forster Associates, 2536.

2.3.6 การปรับปรุงพื้นที่ภายในโรงแรม

การปรับปรุงโรงแรม (Renovation) หมายถึง กระบวนการรักษาหรือปรับปรุงสภาพลักษณะของโรงแรม โดยการปรับเปลี่ยนในสิ่งที่จำเป็นต้องได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบโรงแรม (โครงสร้างที่พัก-ส่วนขยายใหม่) และ/หรือการเพิ่ม-เปลี่ยนวัสดุ เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ติดตั้ง (Hassanien & Baum, 2001)

2.3.6.1 สาเหตุการปรับปรุงโรงแรม

- เทคโนโลยีใหม่ของเทคโนโลยี
- ความต้องการของผู้บริโภค
- ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ
- คู่แข่ง
- การยกระดับโรงแรม
- ประโยชน์ในการการใช้งาน
- คำสั่งจากสำนักงานใหญ่
- ข้อกำหนดจากรัฐบาล
- ภัยพิบัติทางธรรมชาติ

2.3.6.2 ความสำคัญของการปรับปรุงโรงแรม

- เพื่อให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่ง
- เพื่อรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น

- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงแรม เช่น เพิ่มผลผลิต และประหยัดค่าใช้จ่าย

- เพื่อรักษาภาพลักษณ์และมาตรฐานขององค์กร
- ยกระดับโรงแรมให้อยู่ในระดับที่สูง
- เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มและเทคโนโลยีใหม่ในตลาด เช่น อาคารเขียว

- ทำให้ถูกต้องตามข้อกำหนด/กฎระเบียบจากรัฐบาล
- พ้นพ้ออาคารจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ภัยพิบัติ

2.3.6.3 หลักเกณฑ์การปรับปรุงโรงแรม

Ahmed Hassanien (2006) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง Renovation Practices of Three Star Hotels in Egypt ซึ่งเป็นการรายงานผลเชิงคุณภาพ ถึงแนวทางการปรับปรุงโรงแรมในบริบทของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product development) ซึ่งเหตุผลหลักในการปรับปรุง มีดังนี้ เทรนด์ใหม่ของเทคโนโลยี ผู้บริโภค ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ คู่แข่ง ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ข้อกำหนดจากรัฐบาล สำนักงานใหญ่ ประโยชน์ในการใช้งาน และการยกระดับโรงแรม โดยประเภทของการปรับปรุง สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. การปรับปรุงระดับเล็กน้อย (Minor renovation) คือ การเพิ่มความคงทนของสิ่งของบางอย่าง เช่น ปูพรม กระบวนการเสร็จสิ้นได้ง่าย โดยไม่กระทบกับการใช้งานพื้นที่หรือกายภาพของโรงแรม

2. การปรับปรุงระดับใหญ่ (Major renovation) คือ การปรับเปลี่ยนหรือตกแต่งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพบางส่วนของโรงแรม เช่น อุปกรณ์ต่าง ๆ เฟอร์นิเจอร์ การใช้ภายในพื้นที่

3. การปรับปรุงใหญ่ระดับที่สุด (Master renovation) คือ การเปลี่ยนแปลงบางส่วนหรือทั้งหมดของโรงแรม ที่ครอบคลุมกว่าการปรับปรุงใหญ่ เช่น การต่อเติม หรือขยายพื้นที่ เพื่อให้โรงแรมมีประสิทธิภาพที่ดีมากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยในการปรับปรุงโรงแรมตามแนวทางของ Stipanuk and Roffmann (1996) โดยการปรับปรุงพื้นที่จะแบ่งกลุ่มเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่ (spatial change) และการเพิ่มเติม/แทนที่ของวัสดุ (additions or replacement of materials)

เซตวริน สินธวารกุล (2558) ได้ทำการเสนอแนวทางการออกแบบปรับปรุงพื้นที่ของโรงแรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว แต่ศักยภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ จึงได้มีการสำรวจและประเมิน

ลักษณะทางกายภาพในพื้นที่พัทยาเหนือ-พัทยากลาง ให้สอดคล้องกับกฎหมาย โดยเฉพาะกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ.ศ. 2548 รวมถึงมีการสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุใช้ปัจจัยของบรรยากาศและความสวยงามของโรงแรม ทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และทำเลที่ตั้งสงบและเป็นส่วนตัว ส่วนมากในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางของโรงแรม เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการออกแบบปรับปรุงพื้นที่ของโรงแรมและหาต้นทุนในการปรับปรุงโรงแรม ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โรงแรม

ธนาภา พรประทานเวช (2558) ได้ทำการเสนอแนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการปรับปรุงตึกแถว ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยนำเอาตึกแถวเก่ามาพัฒนาเป็นโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อสร้างการลงทุนที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการรายย่อย ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าแนวการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก นอกจากพัฒนาลักษณะทางกายภาพของโรงแรม เช่น สถานที่ตั้ง รูปแบบการออกแบบตกแต่งภายในและภายนอก ขนาดห้องพักที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมภายในโรงแรม ผู้พัฒนาควรพิจารณาเรื่องการออกแบบจัดสรรการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ภายในโรงแรมให้เกิดความเหมาะสมและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงงานโครงสร้าง งานระบบ และข้อกำหนดในการดัดแปลงอาคาร นอกจากนี้การเงินและการบริหารก็เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กให้ประสบความสำเร็จ

2.3.6.4 วัฏจักรการปรับปรุงโรงแรม

การปรับปรุงโรงแรมจะมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 4-6 ปี (Sam Cicero, 2019) โดยสัญญาณที่แสดงถึงเวลาอันสมควรในการปรับปรุงโรงแรม คือ การเสื่อมสภาพในการใช้งาน ลูกคาลดลง และการรีวิวที่แย่ โดยสามารถแบ่งช่วงระดับการปรับปรุง (Peter Greenberg, 1991) ได้ ดังนี้

1. ช่วงอายุ 0-6 ปี เหมาะสำหรับการปรับปรุงระดับเล็กน้อย (Minor renovation)
2. ช่วงอายุ 6-20 ปี เหมาะสำหรับการปรับปรุงระดับใหญ่ (Major renovation)
3. ช่วงอายุ 20-50 ปีขึ้นไป เหมาะกับการปรับปรุงใหญ่ระดับที่สุด (Master renovation)

โรงแรมกรณีศึกษาในงานวิจัย ผู้วิจัยจึงเลือกเป็นโรงแรมที่มีอายุตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการปรับปรุงโรงแรม โดยแต่ละโรงแรมอาจจะมีเหมาะสมในระดับการปรับปรุงที่แตกต่างกัน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมระดับ 3 ดาว

2.4.1 ความหมายของโรงแรมระดับ 3 ดาว

โรงแรมระดับ 3 ดาว คือ โรงแรมที่มีมาตรฐานสูงขึ้นจากโรงแรมระดับ 1-2 ดาว ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมระดับมาตรฐานเริ่มต้นสำหรับในจังหวัดท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว โดยมีขนาดห้องพักที่กว้างขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน และเพียงพอต่อการใช้งานมากขึ้น ทั้งภายในห้องพักและห้องน้ำ มีห้องน้ำภายในห้องพัก อาจมีอ่างอาบน้ำด้วย รวมถึงมีบริการด้านอาหารสำหรับผู้เข้าพัก แต่อาจจะไม่เปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอก

2.4.2 มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว

สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association) ได้จัดทำแบบประเมินมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทมาตรฐานโรงแรม (Hotel Standard) ระดับ 3 ดาว แบ่งตามหมวดหมู่ไว้ ดังนี้

1. พื้นที่ส่วนกลาง

- สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไป
- โถงต้อนรับ ห้องน้ำ ลิฟต์ และทางสัญจร
- ห้องอาหาร ครั้ว บาร์

2. พื้นที่ห้องพัก

- ห้องพัก Standard ได้แก่ ทางเดินหรือระเบียงนอกห้องพัก (ทุกชั้น) ขนาดความสูง องค์กรประกอบภายในห้องพัก เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และห้องน้ำภายในห้องพัก

3. การบริการ

- บุคลากรและการบริการ ได้แก่ พนักงานทุกส่วนและทุกระดับ เช่น กลุ่ม doorman กลุ่ม Gest Service กลุ่มอาหารเช้าและบุฟเฟต์ กลุ่มห้องอาหาร
- ระบบรักษาความปลอดภัย ได้แก่ ด้านอัคคีภัย และทั่วไป
- ด้านพนักงาน ได้แก่ การสนับสนุนการบริการ ด้านส่งเสริมสวัสดิการ

2.4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมระดับ 3 ดาว

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มแก่ลูกค้า และผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมด 300 ชุด เฉพาะในเขตลาดพร้าวและรัชดา และในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ t-test และ One Way ANOVA

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นมีความสัมพันธ์กับความสวยงามของโรงแรม, มีที่จอดรถเพียงพอ, มีการให้บริการที่ประทับใจ, มีบริการซักรีด/ ซักแห้ง และมีฟิตเนส

2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา

นนทินี มีทรัพย์ทวีกุล (2563) ทำการวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดย มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา
2. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา น่าจะแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ ด้านผู้ร่วมเดินทาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ปัจจัยภายนอก ด้านสถานะโรคระบาด ด้านการเมืองและกฎหมาย มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภท 3 ดาว ในประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมอาเซียน

กฤษฎิยา มูลศิริ, รัตนา สีสี่ และธิดินันท์ ชาญโกศล (2559) ได้ทำการศึกษาแนวทางการให้บริการของโรงแรม ด้านคุณภาพบริการและการรับรู้คุณค่าของลูกค้า โดยทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โรงแรมประเภท 3 ดาวในประเทศไทยนั้น มีมาตรฐานที่ดีสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าได้ และส่วนของการสร้างการรับรู้คุณค่าของลูกค้า พบว่า มีการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ง่าย ให้ความเป็นส่วนตัวและปลอดภัย อีกทั้ง ยังมาสาธิตแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้อย่างดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องเกี่ยวกับโรงแรมระดับ 3 ดาว ทำให้ทราบว่า โรงแรมระดับ 3 ดาว มีความหมายและมาตรฐานกำกับอยู่ ทั้งในส่วนของพื้นที่ส่วนกลาง ห้องพัก และ

การบริการ รวมถึงมีงานวิจัยฉบับอื่นที่เป็นประโยชน์ ทำให้สามารถนำเอาข้อมูลในส่วนนี้ไปใช้กับงานวิจัยฉบับนี้ต่อไปได้

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

2.5.1 ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ได้จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ของโครงการค่าใช้จ่ายสำหรับสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผลสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 18,000 ราย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 25-34 มากที่สุด โดยมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระดับ 15,001-30,000 บาทมากที่สุด

บริษัท แบรนด เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2561) ได้ทำรายงานฉบับสมบูรณ์เกี่ยวกับโครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย เพื่อนำเสนอแก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะเฉพาะตามหลักทางจิตวิทยาออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Happiness Blend เป็นกลุ่มชอบความสนุกสนาน ชอบท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ การท่องเที่ยวทำให้รู้จักตัวเอง รวมถึงค้นหามุมมองใหม่ในชีวิต

2. Live & Learn ชอบทดลองสิ่งใหม่ ชอบการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

3. Journey Up ใช้เงินไปกับการท่องเที่ยว โดยใช้ชีวิตกับคนในพื้นที่ การท่องเที่ยวคือการเรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ และหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในปัจจุบัน

4. Everything Everywhere ชอบแบ่งปันประสบการณ์ ค้นพบประสบการณ์จริงโดยไม่ปรุงแต่ง การท่องเที่ยวทำให้ผ่อนคลายและคลายเครียด รวมทั้งสร้างความทรงจำที่ดีในชีวิต และยังสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

1. Gen-Y อายุ 20-37 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,179,855 คน เดินทางคนเดียว เดินทางกับเพื่อน หรือคู่สมรส (ยังไม่มีบุตร) รายได้ส่วนตัวระหว่าง 10,000-74,999 บาท/เดือน

2. Multi-Gen อายุ 20-70 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,505,637 คน เดินทางมากกว่า 2 Generation ขึ้นไป อย่างน้อย 2 ทริป/ปี เป็นผู้จัดการเดินทางของครอบครัว รายได้ส่วนตัวระหว่าง 10,000-74,999 บาท/เดือน

3. High-End อายุ 20-70 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,505,637 คน รายได้ส่วนตัวระหว่าง 75,000 บาท/เดือนขึ้นไป

4. Silver Age อายุ 55-70 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,505,637 คน รายได้ส่วนตัวระหว่าง 45,000-74,999 บาท/เดือน

5. Millennial Mom อายุ 20-37 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,505,637 คน บุตรอายุไม่เกิน 13 ปี เดินทางเพื่อพัฒนาการของลูกเป็นหลัก รายได้ส่วนตัวระหว่าง 45,000-74,999 บาท หากไม่ได้ทำงานต้องมีรายได้ครัวเรือนอย่างน้อย 80,000 บาท/เดือน

6. Lady 1 อายุ 38-44 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,505,637 คน รายได้ส่วนตัวระหว่าง 45,000-74,999 บาท/เดือน

7. Lady 2 อายุ 45-54 ปี ขนาดตลาดจำนวน 2,505,637 คน รายได้ส่วนตัวระหว่าง 45,000-74,999 บาท/เดือน

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งตามถิ่นที่พำนัก ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

- ภาคเหนือ 3,062,908 คน
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6,227,597 คน
- ภาคกลาง 3,072,688 คน
- ภาคใต้ 3,195,561 คน
- กรุงเทพมหานคร 1,862,282 คน

ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถแบ่งได้หลากหลายกลุ่ม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่ต่างกัน โดยในงานวิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดคือกลุ่ม นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

2.5.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ภาพรวมทั้งประเทศ ปี 2563 พบว่า ชาวไทยอายุมากกว่า 15 ปีที่เคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีจำนวน 53,981,974 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการพักผ่อน เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน เข้าชม/ร่วมกิจกรรมกีฬา และกิจกรรมทางศาสนา สูงถึงร้อยละ 33.7 หรือประมาณ 18,213,518 คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 5,150 บาท ต่อคนต่อทริป เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีการบอกต่อถึงแหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 76.3 รองลงมาคือ ที่พักร้อยละ 39.9 และกิจกรรมต่าง ๆ ร้อยละ 27.5 ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) นิยมไปมากที่สุดคือ ชลบุรี รองลงมาคือ เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร กาญจนบุรี กระบี่ เพชรบูรณ์ จันทบุรี ขอนแก่น เชียงราย และ

นครราชสีมา ตามลำดับ โดยลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) นิยมท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน เดินทางในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ท่องเที่ยวช่วงสั้นๆ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว จอดที่พักล่วงหน้า 14.5 วัน และงบประมาณ 5,086 บาท/คน/ทริป โดยกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ถ่ายรูป รองลงมา คือ ชมธรรมชาติ และขับรถเล่น ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทย นิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยจังหวัดที่ชื่นชอบคือจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและได้เลือกทำการศึกษาโรงแรมกรณีศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นไปตามเป้าหมายของกลุ่มศึกษา

2.5.3 ปัจจัยในที่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

จากรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2563 มีผลสรุปว่า

1. **วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว** เป็นการพักผ่อน/คลายเครียดจากชีวิตประจำวัน สูงสุดร้อยละ 88.3 รองลงมาคือ การสร้างความทรงจำและประสบการณ์ร้อยละ 84.3 และการให้รางวัลตัวเองร้อยละ 84.2 ตามลำดับ

2. **รูปแบบการท่องเที่ยว** เป็นการเที่ยวแบบมีความสุขกับครอบครัวร้อยละ 78.7 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวที่มีแบบแผนและคุณภาพร้อยละ 74.5 และท่องเที่ยวแบบไม่ซ้ำซากร้อยละ 68.4 ตามลำดับ

3. **ความคาดหวังจากการท่องเที่ยว** ได้พักผ่อนคลายเครียดร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ มีความสุขสนุกสนานร้อยละ 28.4 และได้สัมผัสธรรมชาติร้อยละ 23.6 ตามลำดับ

4. **อิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายท่องเที่ยว** ความสะดวกของการเดินทางไปยังพื้นที่ร้อยละ 85.6 รองลงมาคือ ความสวยงามของธรรมชาติร้อยละ 84.3 และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ร้อยละ 81.0 ตามลำดับ

2.5.4 ปัจจัยในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

ผลสำรวจจากการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวมองว่า ราคา ความสะดวก และการให้บริการ ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในขณะนี้ แต่ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ คุณภาพและสภาพแวดล้อมของที่พัก มุมต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการถ่ายรูป สร้างจุดขาย ความประทับใจและสร้างประสบการณ์ให้กับคนที่มาพัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

Katarina Stojanović และ Mirosljub Đenadić (2019) กล่าวว่า สถาปัตยกรรมของโรงแรมในปัจจุบัน มีบทบาทสำคัญในตลาดการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งร้อยละ 73 ของผู้ตอบแบบสอบถามชี้ให้เห็นว่า การออกแบบโรงแรมเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการเข้าพัก โดยการนำเสนอสิ่งที่แตกต่างกัน รูปแบบใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจ จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเข้าพักได้ง่ายขึ้น เช่น การ

คำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการออกแบบพื้นที่ที่ดีภายในโรงแรม จะเกิดขึ้นใน 2 ลักษณะ คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นทั้งหมดสำหรับโรงแรมและนักท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการและรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกันคือ ท่องเที่ยวในสถานที่แหล่งธรรมชาติเพื่อการพักผ่อน เสพบรรยากาศที่ผ่อนคลาย และเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยสถาปัตยกรรมหรือรูปลักษณ์ภายนอกมีบทบาทในการตัดสินใจเข้าพักมากขึ้น ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลไปต่อยอดในงานวิจัยต่อไปได้

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

2.6.1 ศักยภาพของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

วีระศักดิ์ สุตตันทวิบูลย์, ธนากรกรุงเทพ (2561) ได้กล่าวว่า Generation Y (GEN Y) หรือ Millennial เป็นผู้ที่เกิดในช่วง ค.ศ. 1984-1996 โดยในทวีปเอเชียมีกลุ่ม GEN Y มากที่สุด จำนวนร้อยละ 86 ของ GEN Y ทั่วโลก โดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นกลุ่มที่เด็กที่สุดในวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ครองกำลังการใช้จ่ายกลุ่มใหญ่ที่สุด และเป็นผู้นำในการอุปโภคบริโภคของโลก

ผู้จัดการออนไลน์ (2563) ได้ข้อมูลจากการคาดการณ์ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นกลุ่มที่จำนวนมากที่สุดในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 40 และกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความสุข เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมากกว่าเรื่องเงิน โดย ใช้เงินเพื่อให้ตัวเองมีความสุขร้อยละ 87 ใช้แฟชั่นเป็นเครื่องแสดงตัวตนร้อยละ 84 และ ยินดีซื้อสินค้าและบริการที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ที่สร้างความเฉพาะตัวได้ ร้อยละ 79 ได้แก่ กลุ่มสินค้าอาหาร โทรมคมนาคม โทรศัพท์มือถือ ธนาคาร และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ลม เปลี่ยนทิศ (2562) ได้พูดถึงข้อมูลในวารสารการเงินธนาคาร เกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจเงินรายได้ โดยระบุว่าช่วงปี 2016-2017 นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ไทย รวายเป็นอันดับ 4 ในเอเชีย มีจำนวนผู้มั่งคั่งในประเทศเติบโตร้อยละ 13.6 รองจากอินเดีย (ร้อยละ 20.4) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 17.3) และฮ่องกง (ร้อยละ 15) เท่านั้น

กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่กำลังมีบทบาทมากขึ้น และมีศักยภาพสูงต่อการใช้จ่ายภายในประเทศ หากสามารถดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับกับตลาดกลุ่มนี้ได้ จะช่วยเพิ่มการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศได้ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจที่พักประเภทโรงแรม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้กำลังได้รับความเสียหายอย่างมาก

2.6.2 ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

Marketeer (2560) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของ Generation ต่าง ๆ โดยเปิดเผยข้อมูลจาก Expedia Media Solutions Research ในการท่องเที่ยวของ GEN Y เกือบร้อยละ 90 มีความกังวลเรื่องของงบประมาณในการท่องเที่ยว มักจะมองหาดีล โปรโมชั่น หรือ ข้อเสนอที่ดีที่สุดในการออกเดินทาง สอดคล้องกับรายงานศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายของบริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2561) ที่กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวของ GEN Y ที่ต้องราคาถูกที่สุด ปลายทางไปไหนก็ได้ หรือเป็นจุดหมายปลายทางที่อยากไป ในราคาถูกที่สุด โดยจากการสำรวจ GEN Y เป็นกลุ่มที่ตั้งงบการท่องเที่ยวน้อยที่สุดอยู่ที่ประมาณ 5,084.25 บาทต่อคนต่อทริป และมีระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือ เฉลี่ยอยู่ที่ 3.3 วัน

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก 10 จังหวัดของประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อจังหวัดกาญจนบุรีสูงที่สุด ร้อยละ 88.39 รองลงมาเป็นจังหวัดระยองร้อยละ 88.25 จังหวัดเพชรบุรีร้อยละ 86.84 จังหวัดชลบุรีร้อยละ 86.77 จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 84.54 จังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 84.52 จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 84.15 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 83.78 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้อยละ 82.42 และจังหวัดกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 80.33 ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากร้อยละ 81.60 โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ชายหาดร้อยละ 86.28 ประชาชนร้อยละ 85.59 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ร้อยละ 85.29 บริการเชิงสุขภาพ ร้อยละ 84.48 และบริการด้านสนามบินร้อยละ 82.5) ตามลำดับ ในขณะที่ประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับท้ายสุด ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะร้อยละ 73.39 บริการขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะร้อยละ 75.73 บริการความปลอดภัยร้อยละ 77.25 ภัตตาคาร/ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม ร้อยละ 77.73 และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวร้อยละ 78.45 ตามลำดับ

2.6.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

จากกลุ่มสำรวจของวิจัยกสิกรไทย (2564) ที่มีอายุช่วง 25-36 ปี (กลุ่ม GEN Y) โดยข้อมูลผลการสำรวจพบว่า ประเภทที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ โรงแรมขนาดเล็กที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีชื่อเสียงในโซเชียลมีเดีย โดยปัจจัยในการเลือกเข้าพักคือ ตกแต่งสวย รักษาความสะอาด และโรงแรมใหม่ แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักคือ สื่อสังคมออนไลน์ และจังหวัดที่ให้ความสนใจคือ เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และชลบุรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเลือกที่พักที่มีการตกแต่งสวยงาม มากกว่าชื่อเสียงของโรงแรม ซึ่งมีผลทางอ้อมในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ให้กับโรงแรมได้อีกด้วย โดยเริ่มตั้งแต่การหาข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ การจองที่

พัก รวมไปถึงการให้คะแนนและรีวิวหลังจากที่เข้าพัก ส่งผลให้ช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักในปัจจุบัน

วนิดา เลิศพิพัฒน์นันท์ (2561) กล่าวไว้ในวิจัยเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย GEN Y ว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ กิจกรรมที่ชอบทำขณะท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การถ่ายภาพ รองลงมาคือ การเดินเล่น และชิมหรือลิ้มลองอาหาร ตามลำดับ โดยแรงจูงใจในการออกมาท่องเที่ยวของ GEN Y ไทยคือ ต้องการพักผ่อนคลายเครียด และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ส่วนปัจจัยที่ดึงดูดในการท่องเที่ยวคือ ความน่าสนใจของลักษณะจุดหมายปลายทาง ในขณะที่อิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางคือ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เป็นการรีวิวของคนที่เคยไป และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนดังได้โพสต์ไว้ใน Social Media โดยมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกับรายงานศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายของบริษัท แบรนต์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2561) ที่การท่องเที่ยวของ GEN Y ต้องการได้รับการยอมรับว่า มีความทันสมัย เป็นผู้นำเทรนด์ โดย วนิดา เลิศพิพัฒน์นันท์ (2561) ได้แบ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตามกลุ่มช่วงอายุไว้ ดังนี้

ตารางที่ 2.4

ตารางสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	GEN Y ตอนต้น (อายุ 25-30ปี)	GEN Y ตอนกลาง (อายุ 31-35ปี)	GEN Y ตอนปลาย (อายุ 36-40ปี)
ลักษณะการท่องเที่ยว	ภายในประเทศ	ภายในประเทศและต่างประเทศ	ภายในประเทศ
ประเภทสถานที่ที่นิยมท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	GEN Y ตอนต้น (อายุ 25-30ปี)	GEN Y ตอนกลาง (อายุ 31-35ปี)	GEN Y ตอนปลาย (อายุ 36-40ปี)
กิจกรรมที่ทำขณะท่องเที่ยว	ถ่ายภาพ เดินเล่น	ถ่ายภาพ ชิมอาหาร สปา/นวด และกิจกรรมทางศาสนา	ชิมอาหาร สปา/นวด กิจกรรมทางศาสนา
ช่วงวันเวลาที่นิยม	วันหยุดสุดสัปดาห์ แบบ 3 วัน 2 คืน	วันหยุดสุดสัปดาห์ แบบ 3 วัน 2 คืน	วันหยุดสุดสัปดาห์ แบบ 3 วัน 2 คืน
ความถี่ในการเดินทาง	1-3 ครั้งต่อปี	1-3 ครั้งต่อปี	1-3 ครั้งต่อปี
ผู้ร่วมเดินทาง	คนในครอบครัว	คนในครอบครัว	คนในครอบครัว

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ตารางสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	คนในครอบครัว	คนในครอบครัว	คนในครอบครัว
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	4-6 คน	1-3 คน	1-3 คน
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง	1,000-3,000 บาท	1,000-6,000 บาท	1,000-3,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป
อิทธิพลต่อการตัดสินใจ	สื่อสังคมออนไลน์	สื่อสังคมออนไลน์	สื่อสังคมออนไลน์
พาหนะที่ใช้	รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์ส่วนตัว
วิธีการจองห้องพัก	จองผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Agoda Expedia	จองผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Agoda Expedia	จองผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Agoda Expedia
แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	- พักผ่อน คลายเครียด - หาประสบการณ์ใหม่ - การเผยแพร่ข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยว	- พักผ่อน คลายเครียด - แสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ	- พักผ่อน คลายเครียด

โดยผู้วิจัย, 2564.

ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้น ที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี เป็นกลุ่มที่มีความเท่า มีลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างจากช่วงวัยอื่น ให้ความสำคัญกับบรรยากาศ และอยู่กันเป็นกลุ่ม โดยข้อมูลดังกล่าวจะนำมาปรับใช้เพื่อเป็นเกณฑ์ในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

สิริชัย อุ่นอกพันธุ์ (2563) ได้ทำการสำรวจข้อมูลไว้ในงานวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว การศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยว Gen X และ GEN Y พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ เดินทางด้วยรถสาธารณะคิดเป็นร้อยละ 46.0 และเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

คิดเป็นร้อยละ 61.3 ในขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 38.7 ในส่วนสถานที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN YX พบว่า ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติมากที่สุดร้อยละ 66 รองลงมาคือ ใจกลางเมืองร้อยละ 18.2 โบราณสถานและร้านค้าแพเท่กัน อยู่ที่ร้อยละ 12 และน้อยสุดคือ พิพิธภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 0.7

จากโครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2563 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) พบว่า ผู้ร่วมเดินทางสูงสุดคือ ครอบครัว/ญาติร้อยละ 50.6 รองลงมาคือ แฟน/สามี/ภรรยา ร้อยละ 48.9 เพื่อน/เพื่อนร่วมงานร้อยละ 31.6 และเดินทางคนเดียวร้อยละ 6 ตามลำดับ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุดคือ วันเสาร์-อาทิตย์อยู่ที่ร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ วันธรรมดาร้อยละ 23.3 และวันธรรมดาร่วมกับวันเสาร์-อาทิตย์ร้อยละ 23.2 ตามลำดับ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนร้อยละ 57.4 และไปเข้าเย็นกลับอยู่ที่ร้อยละ 42.6 เป็นการเที่ยวในภูมิภาคร้อยละ 57.1 และเที่ยวข้ามภูมิภาคร้อยละ 42.9

จากการศึกษาลักษณะการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) พบว่านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มีงบประมาณและวันเวลาการเดินทางที่จำกัด โดยการเดินทางขึ้นชอบความสวยงามของโรงแรม สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ชอบถ่ายภาพ เพื่อเป็นผู้นำเทรนด์ในสื่อโซเชียล มีการเดินทางแบบรวมกลุ่มส่วนตัว และสืบค้นหาข้อมูลหรือการรีวิว เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดสำหรับการเดินทาง โดยผู้วิจัยจะมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นและเหมาะสมกับเป็นกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

2.6.4 ลักษณะการเลือกที่พักนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

วิภาวัลย์ ตันติปัญญ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีการสำรวจลักษณะที่พักที่เลือกพักในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้เข้าพักเลือกลักษณะที่พักแบบโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาคือ รีสอร์ทร้อยละ 24.75 และบ้านพักตามอากาศส่วนตัวร้อยละ 4.75 ตามลำดับ สอดคล้องกับโครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2563 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีผลสำรวจว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) นิยมพักในที่ที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือ รีสอร์ทร้อยละ 29 และบ้านเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว ร้อยละ 23 ตามลำดับ

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรม ขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการสำรวจเหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรม คือ ความสวยงามร้อยละ 19 รองลงมาคือ ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวร้อยละ 16.8 และความปลอดภัยร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

บริษัท แบรนต์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2561) ได้ทำรายงานฉบับสมบูรณ์เกี่ยวกับโครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยทำการสำรวจที่พักที่ใช้บริการเมื่อเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มที่นิยมเข้าพักในที่พักประเภทโรงแรม 1-3 ดาว มากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ร้อยละ 20.1 รองลงมาคือ Multi-Gen ร้อยละ 16.8 Millennial Mom ร้อยละ 16.1 และ Silver-Age ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวกลุ่ม นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ให้ความสำคัญกับข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ในการริ้วทังการจองที่พัก ร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งต้องมีการดำเนินการที่ง่ายและรวดเร็ว และต้องมีโปรโมชั่นที่ดีที่สุด โดย นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ไม่ได้มาพักโรงแรมเพียงอย่างเดียว แต่มักจะท่องเที่ยวและสำรวจพื้นที่โดยรอบ มีการเล่าถึงความประทับใจผ่านภาพถ่าย และโพสต์ลงโซเชียลมีเดียต่าง ๆ (วีระศักดิ์ สุตันทวิบูลย์, ธนากรกรุงเทพ, 2561)

นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) นิยมเข้าพักที่พักประเภทโรงแรม โดยต้องเข้าถึงความสะดวก รวดเร็ว และเน้นความสวยงาม สอดคล้องกับลักษณะของโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่มีการจัดการที่ง่าย ราคาเหมาะสม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกโรงแรมผ่านสื่อโซเชียล จึงนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัยต่อไป

2.6.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ลลิตา นวกิจไพฑูรย์ และคณะ (2564) ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ในประเทศไทยในมุมมองด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น (AIO) โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Millennials ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยได้จำแนกรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ชาวไทยตามกิจกรรมได้ 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก กลุ่มท่องเที่ยวเชิงผจญภัย กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ กลุ่มช้อปปิ้ง ชื้อหาสินค้า กลุ่มพักผ่อนหย่อนใจ และกลุ่มกิจกรรมทางน้ำ โดยในส่วนของความสนใจ สามารถจำแนกองค์ประกอบด้านความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ชาวไทยได้ 4 องค์ประกอบได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเนิบช้า กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสังคม กลุ่มท่องเที่ยวแบบสนุกสนาน และกลุ่มท่องเที่ยวเน้นความสะดวกสบาย และในส่วนของความคิดเห็น สามารถจำแนกองค์ประกอบด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ชาวไทยได้ 4 องค์ประกอบได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินใจ กลุ่มการท่องเที่ยวแบบพิเศษ กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อสร้างอัตลักษณ์ และกลุ่มท่องเที่ยวแบบหรูหรา

Alexandra James et al. (2017) ได้ทำวิเคราะห์เกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางกลุ่ม Millennial โดยใช้โมเดล AIO (Activities, Interests และ Opinions) แบ่งกลุ่มและ

รายละเอียดนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาแพ็คเกจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมการ Staycation โดยได้แบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมหลักคือ เกี่ยวกับความบันเทิง ความสนใจคือด้านอาหาร และความคิดเห็นในการเลือกเข้าพักคือ วัฒนธรรมในชุมชน และความชื่นชอบส่วนบุคคล และได้ทำการเสนอแพ็คเกจให้กับทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มชื่นชอบภาพยนตร์ จะมีคู่มือการช้อปปิ้งยามค่ำคืน มอบตัวสำหรับคอนเสิร์ตท้องถิ่น มีบริการรถรับส่งจากบาร์หรือไนต์คลับ ในส่วนกลุ่มชื่นชอบอาหาร จะมีคู่มือสำหรับทานอาหารที่ร้านอาหารภายในเมือง เสนอทัวร์ร้านอาหารท้องถิ่นพร้อมทดลองชิมอาหารในพื้นที่นั้น เสนอแพ็คเกจสำหรับทัวร์กลางคืน เพื่อลิ้มลองเครื่องดื่มพิเศษที่บาร์ท้องถิ่น ส่วนกลุ่มที่ชื่นชอบภาพยนตร์และอาหาร จะมอบตัวหนังฟรี และมีการจัดหาคู่มือส่วนลดร้านอาหารให้ รวมถึง เสนอแพ็คเกจดูหนังไปด้วยทานอาหารไปด้วยในยามค่ำคืน กลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มชื่นชอบวัฒนธรรม ที่จะมีส่วนลดค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น และมอบส่วนลดเกี่ยวกับการแสดงศิลปะ รวมถึงรถรับส่งสำหรับการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณชุมชนนั้น

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ที่ต้องการนำเสนอแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้ตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ที่มีอายุมากกว่า 5 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มช่วงอายุที่เริ่มมีความเสื่อมโทรม ขาดความทันสมัย จึงมีความเหมาะสมสำหรับการเริ่มปรับปรุงพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก เนื่องจากเป็นพื้นที่ใช้งานโดยตรงของนักท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงนั้น จะช่วยทำให้มีความทันสมัย ดูใหม่สวยงาม และหากสามารถตอบโจทย์กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ก็จะสามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ ทำให้ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

3.1 แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นการวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ซึ่งได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ร่วมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรม โดยงานวิจัยชิ้นนี้ ทำการเก็บข้อมูลจากการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบแผนการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

3.1.1 ศึกษาลักษณะกายภาพภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม
2. สำรวจข้อมูลทางกายภาพในเรื่องของพื้นที่ใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก
3. จัดกลุ่มข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ ตามกลุ่มช่วงอายุของโรงแรม และตามความเหมาะสมต่อการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

3.1.2 สำรวจความต้องการในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในปัจจุบัน เป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความต้องการในการเลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม ถึงรูปแบบความต้องการในการเลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว
3. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ความต้องการในการเข้าพักของโรงแรมระดับ 3 ดาว

3.1.3 วิเคราะห์ลักษณะกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ที่ควรปรับปรุง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์กายภาพของโรงแรม และความต้องการในการเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

2. นำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์ร่วมกับเงื่อนไขในการปรับปรุงโรงแรมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อแสดงถึงความเป็นไปได้ในการปรับปรุงพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าพัก

3.1.4 เสนอแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

เป็นการนำผลที่ได้จากการวิจัยมาสรุปเป็นแนวทางการปรับปรุงพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างบุคคลผู้ให้ข้อมูล

1. นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้น ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 401 คน ด้วยแบบสอบถามออนไลน์เรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว

2. ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก จำนวน 5 คน ซึ่งได้รับความยินยอมในการให้ข้อมูล โดยแบ่งเป็นตัวแทนตามกลุ่มช่วงอายุของโรงแรม ได้แก่ โรงแรมในกลุ่มช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 2 โรงแรม และ โรงแรมในกลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 3 โรงแรม เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปทางกายภาพของโรงแรม แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ และข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างโรงแรม

ทำการเก็บข้อมูลโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก จำนวน 17 โรงแรม โดยมีขั้นตอนการคัดเลือก ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนโรงแรมในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ผ่านเว็บไซต์ agoda.com ซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากภาคธุรกิจและการท่องเที่ยวสูง (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) และศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จากข้อมูลสถิติ สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2563

ตารางที่ 3.1

ตารางข้อมูลนักท่องเที่ยวและโรงแรม รายจังหวัด ปี 2563

จังหวัดท่องเที่ยวหลัก	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	จำนวนโรงแรม	จำนวนโรงแรม ระดับ 3 ดาว
อยุธยา	0.5	33	12
สมุทรปราการ	0.3	47	26
สมุทรสาคร	0.2	6	2
สระบุรี	0.5	14	4
เชียงใหม่	4.4	1153	325
ขอนแก่น	1.3	106	31
นครราชสีมา	3.2	126	36
ภูเก็ต	3.5	1278	604
สุราษฎร์ธานี	1.6	140	40
กาญจนบุรี	2.1	40	18
ประจวบคีรีขันธ์	2.5	33	17
กรุงเทพมหานคร	12.4	1845	807
นครปฐม	0.6	19	10
นนทบุรี	0.4	168	36
ปทุมธานี	0.2	19	10
เพชรบุรี	2.4	22	5
ฉะเชิงเทรา	0.2	16	2
ชลบุรี	5.4	159	37
ระยอง	1.8	150	31
กระบี่	1.1	330	133
พังงา	0.3	14	5
สงขลา	1.9	16	7

โดยผู้วิจัย, 2564.

จากข้อมูลดังกล่าว นำมาจัดกลุ่มความสัมพันธ์ของจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่ได้รับผลกระทบได้ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

ตารางกลุ่มความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนโรงแรมและจำนวนนักท่องเที่ยว ของจังหวัดท่องเที่ยวหลัก

กลุ่มความสัมพันธ์	จำนวนโรงแรม ระดับ 3 ดาว	จำนวน นักท่องเที่ยว	จังหวัด
กลุ่มที่ 1	มาก	มาก	กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี เชียงใหม่ และนครราชสีมา
กลุ่มที่ 2	มาก	น้อย	กระบี่ สุราษฎร์ธานี นนทบุรี ขอนแก่น และระยอง
กลุ่มที่ 3	น้อย	น้อย	สมุทรปราการ อุดรธานี ปทุมธานี นครปฐม พังงา สระบุรี สมุทรสาคร และฉะเชิงเทรา
กลุ่มที่ 4	น้อย	มาก	ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี สงขลา และเพชรบุรี

โดยผู้วิจัย, 2564.

โดยผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์ไว้ดังนี้

- จำนวนโรงแรมที่น้อย หมายถึง มีจำนวนตั้งแต่ 0-30 แห่ง
- จำนวนโรงแรมที่มาก หมายถึง มีจำนวนมากกว่า 30 แห่งขึ้นไป
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อย หมายถึง มีจำนวนตั้งแต่ 0-0.2 ล้านคน
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาก หมายถึง มีจำนวนมากกว่า 0.2 ล้านคนขึ้นไป

ซึ่งผู้วิจัยเลือกทำการศึกษากลุ่มที่ 1 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีปริมาณโรงแรมมาก และนักท่องเที่ยวมาก จึงเกิดการแข่งขันรุนแรง มีผลกระทบสูง ต้องมีการปรับตัวเพื่อดึงดูดลูกค้าอยู่เสมอ

2. คัดเลือกจังหวัดศึกษา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 จากการศึกษาในกลุ่มที่ 1 ผู้วิจัยจึงได้ทำการคัดเลือกเหลือเพียง 3 ลำดับแรก ที่มีปริมาณโรงแรมระดับ 3 ดาวมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และเชียงใหม่ ตามลำดับ

2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) โดยวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) กล่าวไว้ในวิจัยเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย GEN Y พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทำให้จังหวัดในกลุ่มที่ 1 คัดเหลือเพียง 2 จังหวัด คือ ภูเก็ต และเชียงใหม่

2.3 ทำการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาจากจังหวัดยอดนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) จากข้อมูลรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2563 พบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) นิยมเดินทางท่องเที่ยวตามจังหวัดต่าง ๆ ดังตารางที่ 3.3 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ทำให้คัดเลือกพื้นที่ศึกษาได้เป็น จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 3.3

ตารางจังหวัดยอดนิยมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

จังหวัดยอดนิยมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)			
จังหวัด	ร้อยละ	จังหวัด	ร้อยละ
1. ชลบุรี	8.7	6. เพชรบูรณ์	3.0
2. เชียงใหม่	6.7	7. จันทบุรี	2.9
3. กรุงเทพมหานคร	5.7	8. ขอนแก่น	2.9
4. กาญจนบุรี	4.7	9. เชียงราย	2.7
5. กระบี่	3.4	10. นครราชสีมา	2.4

โดยผู้วิจัย, 2564.

3. ทำการสำรวจจำนวนโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านเว็บไซต์ agoda.com (ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565) และคัดเลือกโรงแรมกรณีศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 1,153 โรงแรม

3.2 คัดเลือกจากพื้นที่ที่มีจำนวนโรงแรมมากที่สุด คือ โรงแรมที่อยู่ใจกลางเมือง มีจำนวน 772 โรงแรม

3.3 คัดเลือกจากระดับดาวโรงแรม โดยเลือกเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว มีจำนวน 325 โรงแรม

3.4 คัดเลือกจากขนาดของโรงแรม เลือกเป็นโรงแรมขนาดเล็ก มีจำนวน 61 โรงแรม

3.5 คัดเลือกจากโรงแรมที่ต้องการการปรับปรุง โดยมีอายุ 5 ปีขึ้นไป ที่ยังไม่เคยผ่านการปรับปรุง (renovate) จำนวน 17 โรงแรม

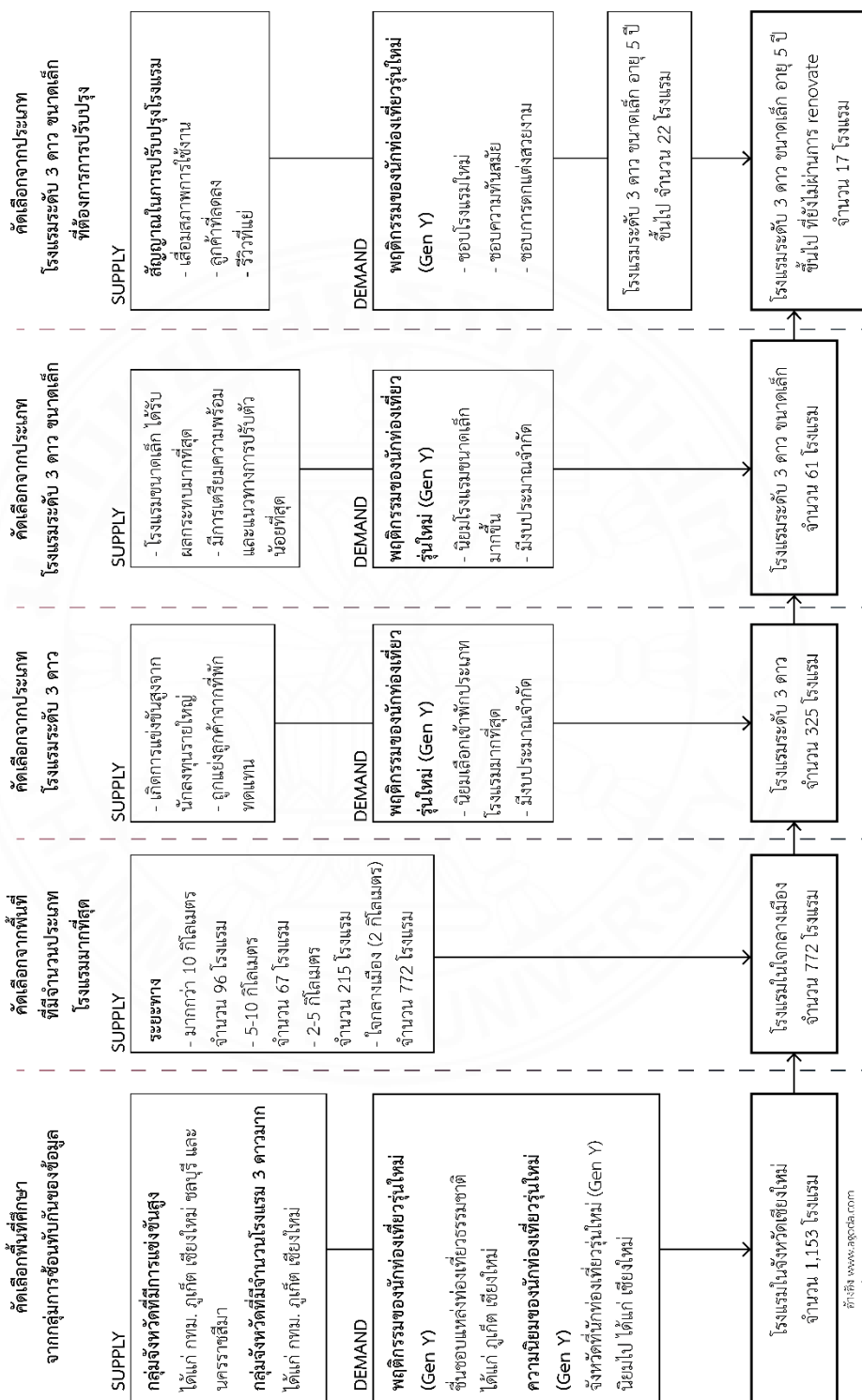
3.6 ได้เป็นรายชื่อของโรงแรมกรณีศึกษา ดังนี้

- กลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่ถึง 20 ปี) จำนวน 11 โรงแรม ได้แก่ Vipa House, Mo Rooms Hotel, Gord ChiangMai Hotel, Estia Chiang Mai, Thongran's House, Rom Po Boutique, Jasmine Boutique Hotel, Goldenbell Hotel Chiangmai, Thapae Loft, 3 Laan House และ Chedi Home

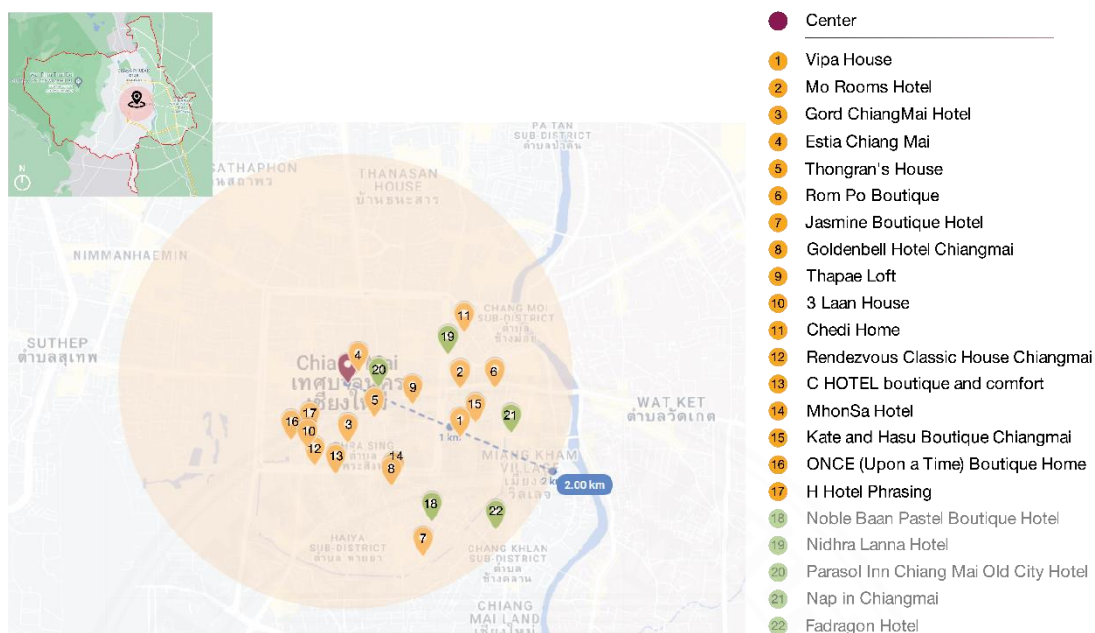
- กลุ่มช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 6 โรงแรม ได้แก่ Rendezvous Classic House Chiangmai, C HOTEL boutique and comfort, MhonSa Hotel, Kate and Hasu Boutique Chiangmai, ONCE (Upon a Time) Boutique Home และ H Hotel Phrasing

โดยสามารถดูสรุปที่มาของการคัดเลือกโรงแรมกรณีศึกษาได้ ดังภาพที่ 3.1 และดูตำแหน่งพื้นที่และรายชื่อของโรงแรมกรณีศึกษาได้ ดังภาพที่ 3.2





ภาพที่ 3.1 แผนภาพแสดงการคัดเลือกโรงแรมกรณีศึกษา. ผู้วิจัย, 2565.



ภาพที่ 3.2 แผนที่พื้นที่และรายชื่อกรณีศึกษา. จาก Google Maps, ปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565.

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 แบบสำรวจลักษณะทางกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทางกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในพื้นที่กรณีศึกษา โดยเก็บข้อมูลด้านทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการสำรวจพื้นที่ใช้งานผ่านเว็บไซต์ agoda.com โดยมีทั้งหมด 17 โรงแรมตามหัวข้อที่ 3.2.1 ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มช่วงอายุ คือ กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) และกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี และได้ทำการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสำรวจพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ที่ได้รับความยินยอมในการเก็บข้อมูลทั้งหมด 5 โรงแรม โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 3 โรงแรม ได้แก่ Gord ChiangMai Hotel, Goldenbell Hotel Chiangmai และ 3 Laan House
2. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 2 โรงแรม ได้แก่ C HOTEL boutique and comfort และ MohnSa Hotel

เพื่อวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาการสำรวจไว้ 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของโรงแรม

2. ลักษณะพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม
3. ความเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

3.3.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว (ออนไลน์)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสอบถามนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่เคยเข้าพักภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ทั้งหมด 401 คน นำไปวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาการสอบถามไว้ 5 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมการเข้าพักภายในโรงแรม
4. ลำดับสำคัญในการเข้าพักและพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม
5. ความคิดเห็นต่อการใช้งาน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม



แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen Y) ในการเข้าพักโรงแรม 3 ดาว

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เรื่อง แนวทางการปรับปรุงโรงแรม 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้ตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen Y)

มีวัตถุประสงค์เพื่อ สืบหาความต้องการในการเข้าพักโรงแรม 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GenY) ในปัจจุบัน

ซึ่งข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมการเข้าพักภายในโรงแรม
4. ความสำคัญในการเข้าพักและพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม
5. ความคิดเห็นต่อการใช้งาน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

โดยที่ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปใช้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น ขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาให้ความร่วมมือมา ณ ที่นี้ด้วย ขอขอบคุณค่ะ

enjoy.kantaporn@gmail.com (not shared) [Switch account](#)

ภาพที่ 3.3 ภาพตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์, ผู้วิจัย, 2565.

ภาพที่ 3.3 ภาพตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์ (ต่อ), ผู้วิจัย, 2565.

3.3.3 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์เจ้าของหรือผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในพื้นที่กรณีศึกษา ที่ได้รับความยินยอมในการเก็บข้อมูลทั้งหมด 5 คน ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการจดบันทึกและบันทึกเสียง โดยนำไปวิเคราะห์และประเมินผล เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่ภายในโรงแรม โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาการสัมภาษณ์ไว้ 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ
2. ข้อมูลดำเนินการทางธุรกิจ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการปรับปรุงโรงแรม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล จากการรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามประเด็นดังต่อไปนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพร่วมกับการใช้งาน

3.4.1.1 จากการค้นคว้าข้อมูลและสำรวจคะแนนรีวิวจากเว็บไซต์ agoda.com พบว่า พื้นที่การใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก เป็นพื้นที่ที่เกิดปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน และเกิดปัญหามากที่สุด ผู้วิจัยจึงจะทำการวิจัยในพื้นที่ส่วนนี้ต่อไป

3.4.1.2 สำรวจพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ซึ่งใช้แบบสำรวจกายภาพด้วยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเว็บไซต์ agoda.com และแบบสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการประเมินความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ส่วนต่าง ๆ รวมถึงประเมินความเหมาะสมในการใช้พื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

3.4.1.3 นำข้อมูลดังกล่าว มาจัดกลุ่มระดับความเหมาะสมในการปรับปรุงพื้นที่ภายในโรงแรม ตามกลุ่มช่วงอายุโรงแรม โดยสร้างเกณฑ์การให้คะแนนตามความเหมาะสม ซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับ ได้แก่ คงรักษามาตรฐานไว้ ควรเริ่มปรับปรุง ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพื่อที่จะสามารถสรุปเป็นประเภทของพื้นที่ได้ คือ พื้นที่คงเดิม และพื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม

3.4.2 การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

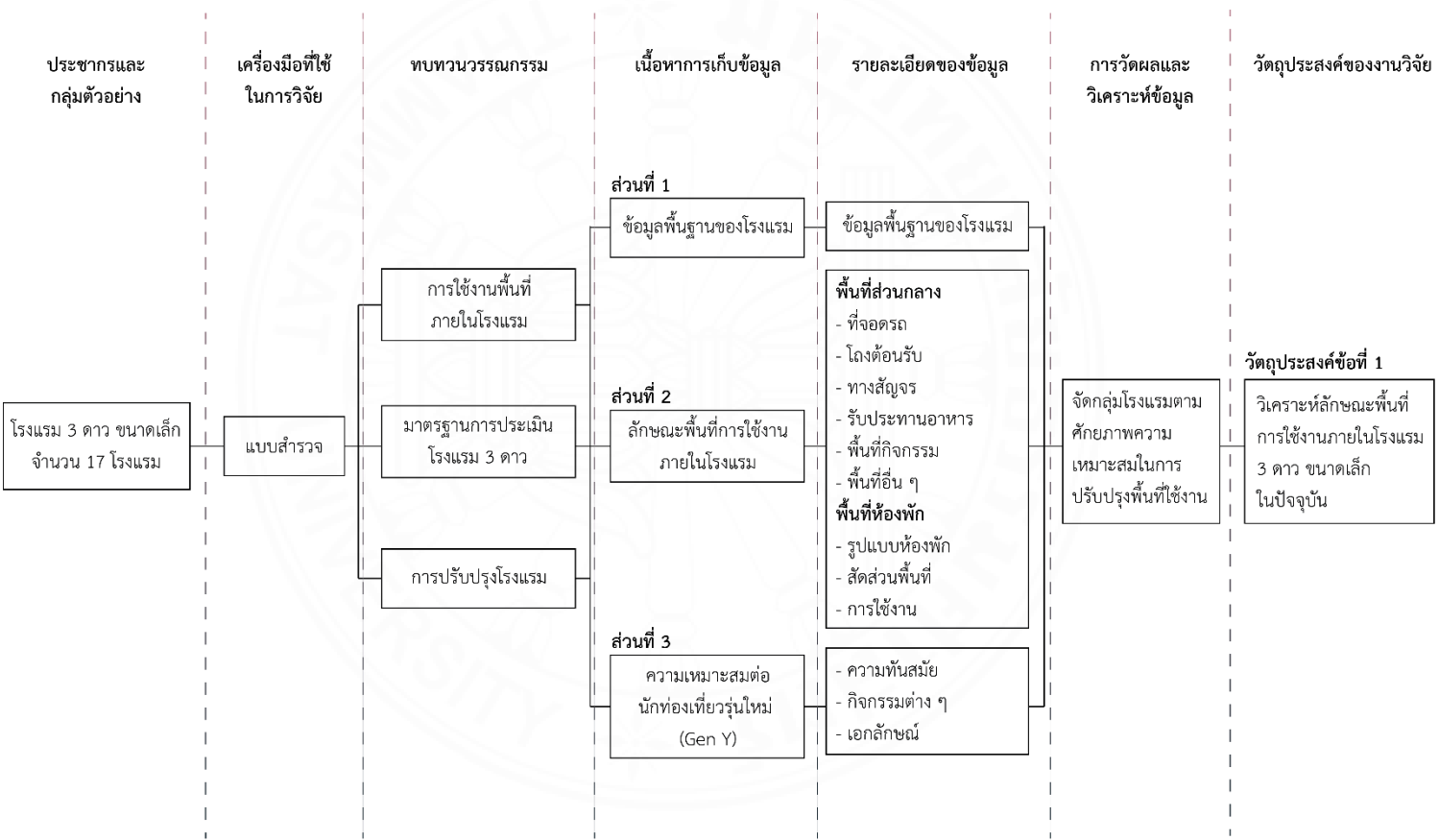
จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มีความสนใจเรื่องของความทันสมัย การที่ได้ใช้เวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างหลากหลาย รวมไปถึงเป็นผู้ที่สนใจถึงเอกลักษณ์หรือความโดดเด่นที่สร้างประสบการณ์ให้กับชีวิต ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ผลลัพธ์จาก

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่เคยเข้าพักภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยมีประเด็นดังนี้

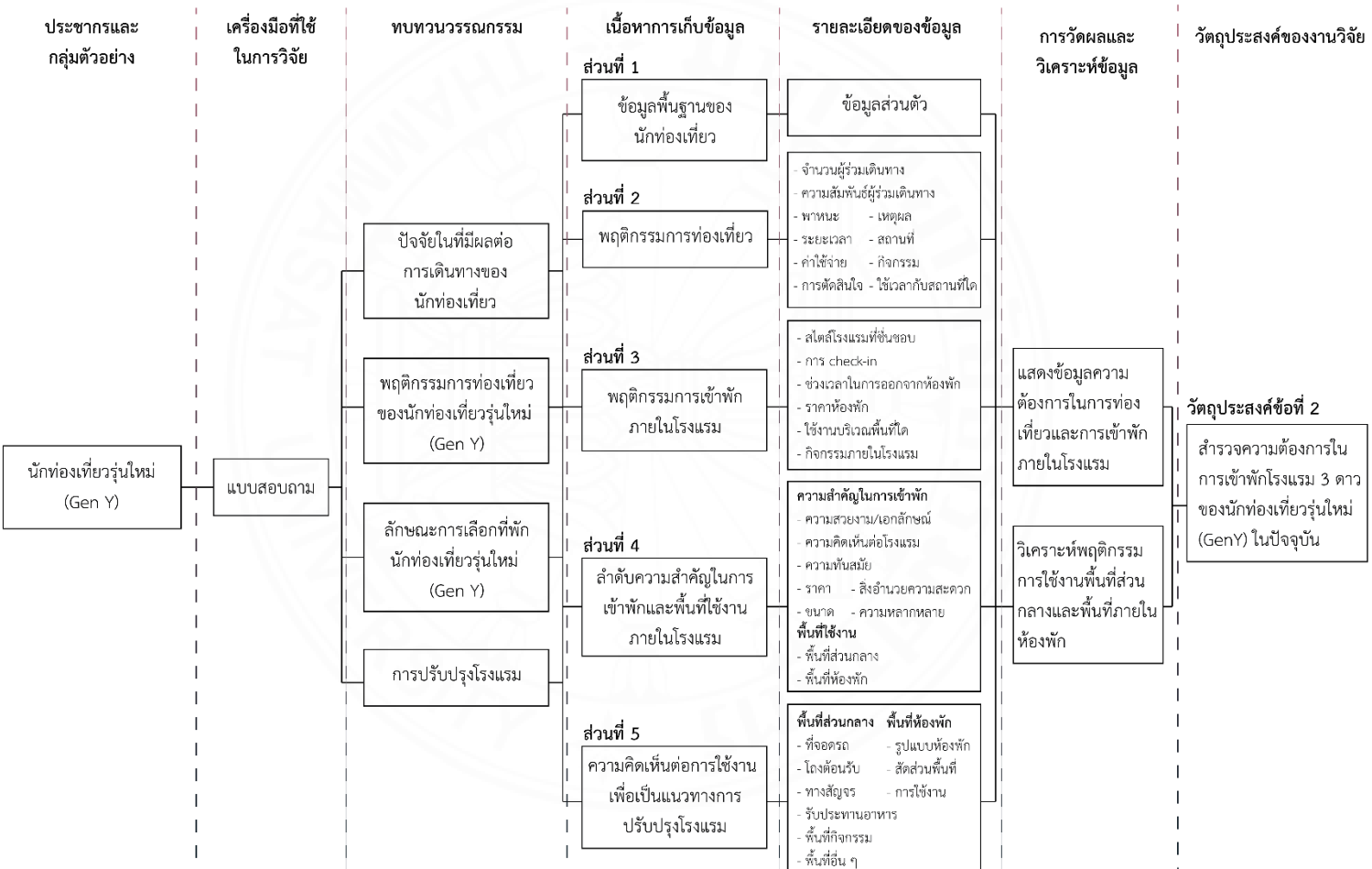
- 3.4.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการเข้าพักภายในโรงแรม
- 3.4.2.2 วิเคราะห์ความต้องการในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก
- 3.4.2.3 วิเคราะห์ความคิดเห็นในการปรับปรุงโรงแรม

3.4.3 การวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรมที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

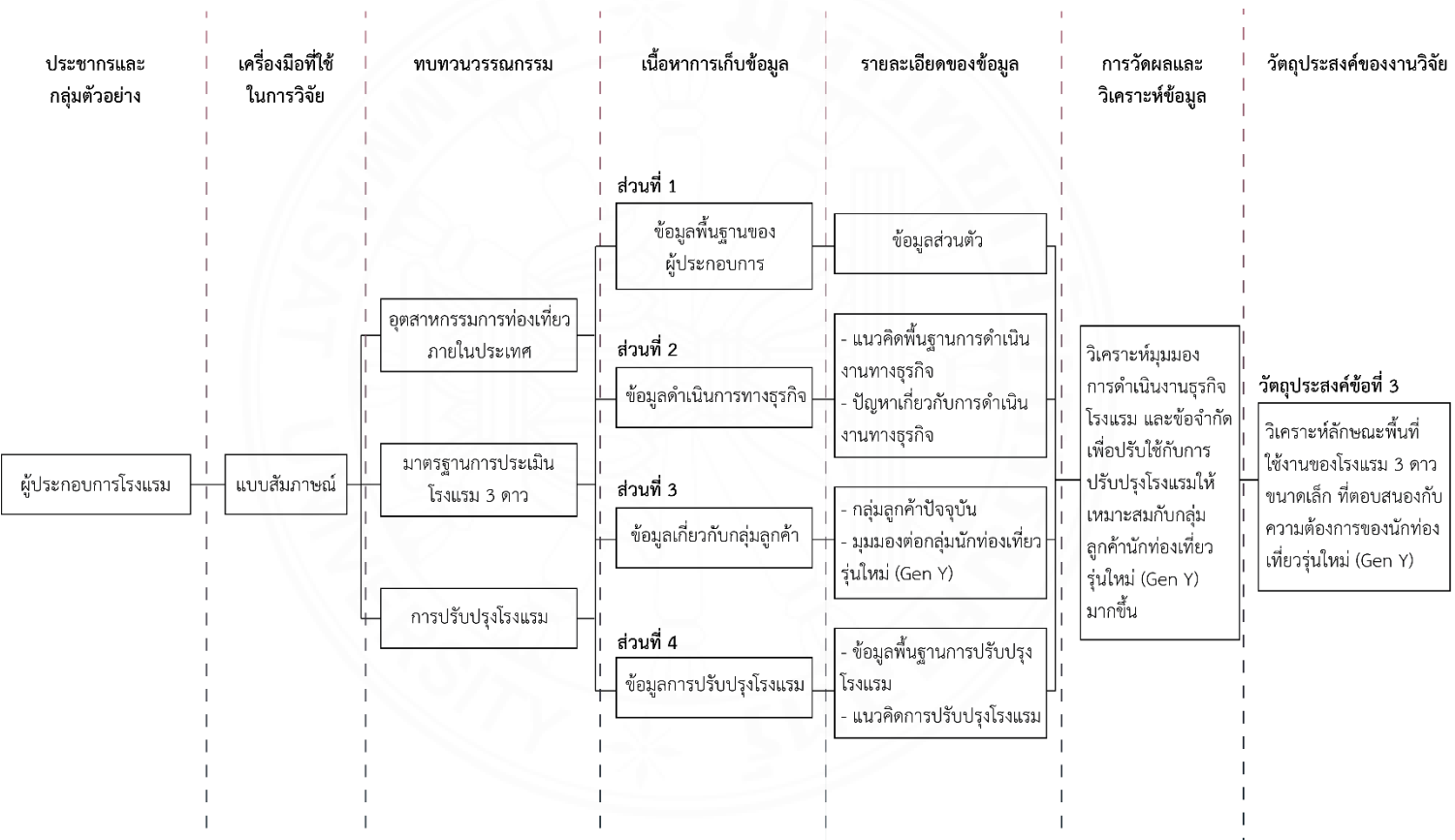
- 3.4.3.1 วิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มโรงแรมตามหัวข้อที่ 3.4.1 ร่วมกับความต้องการของหัวข้อที่ 3.4.2 เพื่อแสดงรายละเอียดในการปรับปรุงโรงแรม
- 3.4.3.2 วิเคราะห์ผลสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ เพื่อทราบถึงมุมมองการดำเนินงานและข้อจำกัดในการทำธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก
- 3.4.3.3 จัดกลุ่มผลลัพธ์ที่ได้จากข้อ 3.4.3.2 เพื่อแสดงความเหมาะสมในการปรับปรุงโรงแรม โดยกลุ่มที่มีลักษณะปัญหาคล้ายคลึงกัน ให้เสนอทางแก้ไขปัญหารูปแบบเดียวกัน ในลักษณะที่แบ่งแนวทางการแก้ไขตามช่วงระยะเวลา ได้แก่ ระยะสั้น (Short term) ระยะกลาง (Mid term) และระยะยาว (Long term)
- 3.4.3.4 สรุปข้อมูล และเสนอแนวทางการปรับปรุงโรงแรม ซึ่งจะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขความเป็นไปได้ในของผู้ประกอบการในมุมมองเชิงธุรกิจ



ภาพที่ 3.4 แผนภาพแสดงโครงสร้างการเก็บข้อมูลการสำรวจกายภาพโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก. ผู้วิจัย, 2565



ภาพที่ 3.5 แผนภาพแสดงโครงสร้างการเก็บข้อมูลการสอบถามนักท่องเที่ยวยุวรุ่นใหม่ (GEN Y). ผู้วิจัย, 2565



ภาพที่ 3.6 แผนภาพแสดงโครงสร้างการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ. ผู้วิจัย, 2565

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสำรวจ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสามารถแบ่งผลการวิจัยได้ตามหัวข้อ ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของโรงแรมในพื้นที่ศึกษา
- 4.2 ผลการสำรวจข้อมูลของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)
- 4.4 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ศึกษา

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของโรงแรมในพื้นที่ศึกษา

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเนื้อหาการเก็บข้อมูล คือ การสำรวจลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลทั้งแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการสำรวจพื้นที่ใช้งานทั้งหมด 17 โรงแรม ผ่านเว็บไซต์ agoda.com และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการลงพื้นที่สำรวจ โดยได้รับการยินยอมให้เก็บข้อมูล ทั้งหมด 5 โรงแรม ซึ่งข้อมูลที่ได้ จะนำไปวิเคราะห์ลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม และจัดกลุ่มตามความเหมาะสมในการปรับปรุงโรงแรม โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 4.1.1 การสรุปผลข้อมูลทั่วไปของโรงแรม
- 4.1.2 การวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม
- 4.1.3 การจัดกลุ่มโรงแรม ตามความเหมาะสมในการปรับปรุงโรงแรม

4.1.1 การสรุปผลข้อมูลพื้นฐานของโรงแรม

เป็นการรวบรวมข้อมูลผ่านข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากข้อมูลมาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว และเก็บข้อมูลผ่านเว็บไซต์ agoda.com และสรุปผลข้อมูลของโรงแรมกรณีศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 17 โรงแรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่ถึง 20 ปี) จำนวน 11

โรงแรม

1.1 Vipa house



ภาพที่ 4.1 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Vipa House. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 14/1 ถนนลอยเคราะห์ ซอย 1 ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50100

ปีที่สร้าง: 2546

จำนวนชั้น: 4 ชั้น

จำนวนห้อง: 10 ห้อง

1.2 Mo Rooms Hotel



ภาพที่ 4.2 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Mo Rooms Hotel. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 263/1-2 ถนนท่าแพ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50100

ปีที่สร้าง: 2554

จำนวนชั้น: 4 ชั้น

จำนวนห้อง: 12 ห้อง

1.3 Gord ChiangMai Hotel



ภาพที่ 4.3 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Gord ChiangMai Hotel. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 29/8 ราชมรรคา6 ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย,
50200

ปีที่สร้าง: 2554

จำนวนชั้น: 3 ชั้น

จำนวนห้อง: 14 ห้อง

1.4 Estia Chiang Mai



ภาพที่ 4.4 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Estia Chiang Mai. ภาพจาก google, 2565

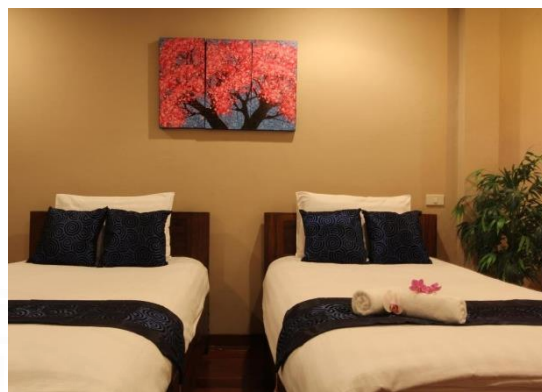
ที่ตั้ง: 5/7 ถนนราชดำเนิน ซอย.6 ข้างวัดชัยพระเกียรติ ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง,
จังหวัด เชียงใหม่, ไทย, 50200

ปีที่สร้าง: 2556

จำนวนชั้น: 4 ชั้น

จำนวนห้อง: 24 ห้อง

1.5 Thongran's House



ภาพที่ 4.5 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Thongran's House. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 105 ถนนราชมรรคา ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50200
 ปีที่สร้าง: 2556
 จำนวนชั้น: 2 ชั้น
 จำนวนห้อง: 9 ห้อง

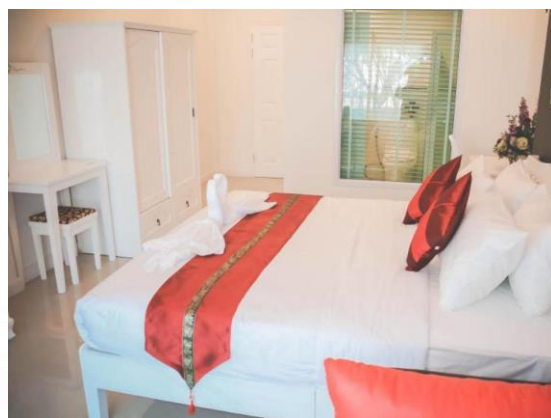
1.6 Rom Po Boutique



ภาพที่ 4.6 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Rom Po Boutique. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 16 ซอย 3 ถนนท่าแพ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50100
 ปีที่สร้าง: 2556
 จำนวนชั้น: 2 ชั้น
 จำนวนห้อง: 15 ห้อง

1.7 Jasmine Boutique Hotel



ภาพที่ 4.7 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Jasmine Boutique Hotel. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 64/8/4 ถนนสุริยวงศ์ ตำบลหายยา อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50100
 ปีที่สร้าง: 2556
 จำนวนชั้น: 3 ชั้น
 จำนวนห้อง: 24 ห้อง

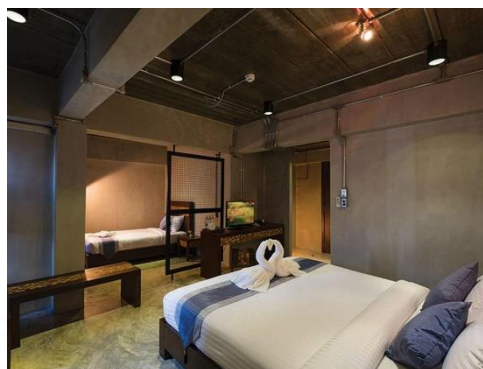
1.8 Goldenbell Hotel Chiangmai



ภาพที่ 4.8 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Goldenbell Hotel Chiangmai. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 50/1 ถนนราชเชียงใหม่ ตำบลหายยา อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50100
 ปีที่สร้าง: 2557
 จำนวนชั้น: 3 ชั้น
 จำนวนห้อง: 30 ห้อง

1.9 Thapae Loft



ภาพที่ 4.9 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Thapae Loft. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 142 ถนนราชภาดิสัย ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย,
50200
ปีที่สร้าง: 2557
จำนวนชั้น: 4 ชั้น
จำนวนห้อง: 29 ห้อง

1.10 3 Laan House



ภาพที่ 4.10 ภาพบรรยากาศของโรงแรม 3 Laan House. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 77/2 ถนนสามล้าน ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50200
ปีที่สร้าง: 2558
จำนวนชั้น: 4 ชั้น
จำนวนห้อง: 10 ห้อง

1.11 Chedi Home



ภาพที่ 4.11 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Chedi Home. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 22/5 ถนนชัยภูมิ ซอย 1 ตำบลช้างม้อย อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย,
50200

ปีที่สร้าง: 2558

จำนวนชั้น: 4 ชั้น

จำนวนห้อง: 20 ห้อง

2. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 6 โรงแรม

2.1 Rendezvous Classic House Chiangmai



ภาพที่ 4.12 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Rendezvous Classic House Chiangmai . ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 1/1 ซอยบำรุงบุรี 1 ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย,
50200

ปีที่สร้าง: 2559

จำนวนชั้น: 4 ชั้น

จำนวนห้อง: 26 ห้อง

2.2 C HOTEL boutique and comfort



ภาพที่ 4.13 ภาพบรรยากาศของโรงแรม C HOTEL boutique and comfort. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 103 ถนนช่างหล่อ ตำบลหายยา อำเภอเมือง , จังหวัดเชียงใหม่ , ไทย, 10250
 ปีที่สร้าง: 2559
 จำนวนชั้น: 4 ชั้น
 จำนวนห้อง: 14 ห้อง

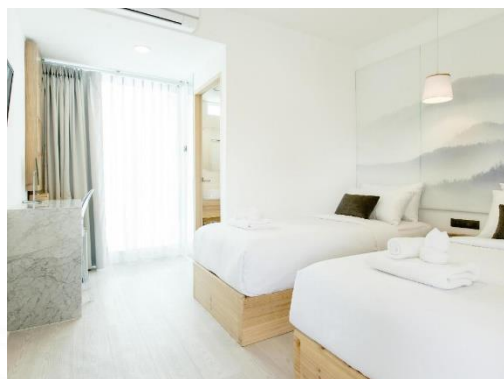
2.3 MhonSa Hotel



ภาพที่ 4.14 ภาพบรรยากาศของโรงแรม MhonSa Hotel. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 46 ถนนราชเชียงใหม่ ตำบลหายยา อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 10250
 ปีที่สร้าง: 2559
 จำนวนชั้น: 3 ชั้น
 จำนวนห้อง: 20 ห้อง

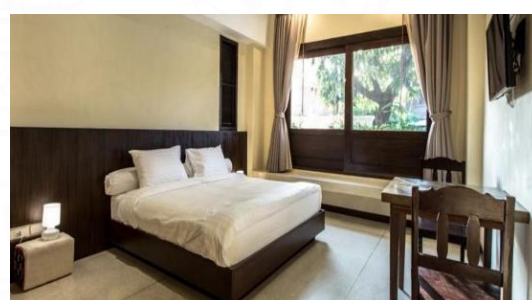
2.4 Kate and Hasu Boutique Chiangmai



ภาพที่ 4.15 ภาพบรรยากาศของโรงแรม Kate and Hasu Boutique Chiangmai. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 152 ถนน คชสาร ซอย 3, ท่าแพ, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50100
 ปีที่สร้าง: 2559
 จำนวนชั้น: 5 ชั้น
 จำนวนห้อง: 20 ห้อง

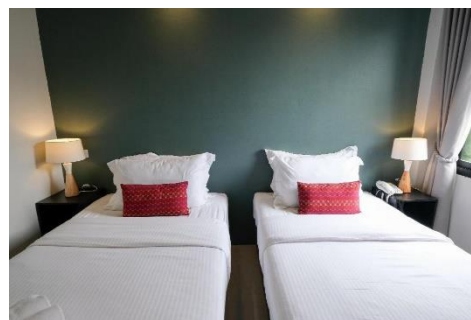
2.5 ONCE (Upon a Time) Boutique Home



ภาพที่ 4.16 ภาพบรรยากาศของโรงแรม ONCE (Upon a Time) Boutique Home. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง: 1 ถนนสามล้าน ซอย 6 ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50000
 ปีที่สร้าง: 2559
 จำนวนชั้น: 2 ชั้น
 จำนวนห้อง: 6 ห้อง

2.6 H Hotel Phrasing



ภาพที่ 4.17 ภาพบรรยากาศของโรงแรม H Hotel Phrasing. ภาพจาก google, 2565

ที่ตั้ง:	51 ถนนสามล้าน ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่, ไทย, 50000
ปีที่สร้าง:	2559
จำนวนชั้น:	3 ชั้น
จำนวนห้อง:	18 ห้อง

ในส่วนภาพบรรยากาศภายในโรงแรมของโรงแรม Gord ChiangMai Hotel, Goldenbell Hotel Chiangmai, 3 Laan House, C HOTEL boutique and comfort และ MohnSa Hotel สามารถดูเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ข

ซึ่งผลสรุปข้อมูลพื้นฐาน เป็นการเก็บข้อมูลในส่วนของพื้นที่ใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

พื้นที่ส่วนกลาง สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ ดังนี้

1. พื้นที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถยนต์ และที่จอดรถจักรยาน
2. พื้นที่ Lobby ได้แก่ พื้นที่ต้อนรับ 24 ชั่วโมง และพื้นที่นั่งเล่น
3. ทางสัญจร ได้แก่ ลิฟต์
4. พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ห้องอาหาร และครัวส่วนกลาง
5. พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ นวด สปา และสวน
6. พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ บาร์ และคอฟฟี่ช็อป
7. พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และจักรยานให้เช่า
8. พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ พื้นที่บริการสำหรับเด็ก ร้านค้า มุมถ่ายรูป (Backdrop) และ

พื้นที่เพิ่มเติม

ตารางที่ 4.1

ตารางข้อมูลพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมกรณีศึกษา

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	1. พื้นที่จอดรถ		2. พื้นที่ Lobby		3. ทางสัญจร	4.พื้นที่รับประทานอาหาร		5. พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย		
		ที่จอดรถยนต์	ที่จอดรถจักรยาน	ต้อนรับ 24 ชม.	พื้นที่นั่งเล่น	ลิฟต์	ห้องอาหาร	ครัวส่วนกลาง	นวด	สปา	สวน
กลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	1	Vipa House	/		/		/	/	/		
	2	Mo Rooms Hotel	/		/	/					/
	3	Gord ChiangMai Hotel	/	/	/		/	/			/
	4	Estia Chiang Mai	/	/	/	/	/	/			/
	5	Thongran's House	/						/	/	
	6	Rom Po Boutique	/		/		/				/
	7	Jasmine Boutique Hotel	/	/			/		/		
	8	Goldenbell Hotel Chiangmai	/	/	/	/	/				
	9	Thapae Loft		/	/	/	/				/
	10	3 Laan House					/		/		
	11	Chedi Home	/	/		/	/				
กลุ่มช่วงอายุ 5 ปี	12	Rendezvous Classic House Chiangmai	/	/	/	/	/				/
	13	C HOTEL boutique and comfort	/	/		/	/				
	14	MhonSa Hotel	/	/		/	/				/
	15	Kate and Hasu Boutique Chiangmai	/	/	/	/					/
	16	ONCE (Upon a Time) Boutique Home	/		/		/	/			
	17	H Hotel Phrasing	/		/		/				/
จำนวนพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมรวมทั้งหมด		15	4	8	12	7	14	4	4	1	9

โดย ผู้วิจัย, 2565.

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ตารางข้อมูลพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมกรณีศึกษา

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	6. พื้นที่กิจกรรมบันเทิง		7. พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย			8. พื้นที่อื่น ๆ			
		บาร์	คอฟฟี่ช็อป	สระ ว่ายน้ำ	ฟิตเนส	จักรยานให้ เช่า	บริการ สำหรับเด็ก	ร้านค้า	มุม ถ่ายรูป	เพิ่มเติม
กลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	1	Vipa House	/	/			/			
	2	Mo Rooms Hotel	/		/			/	/	
	3	Gord ChiangMai Hotel	/	/		/	/	/	/	
	4	Estia Chiang Mai			/		/			ตู้อัตโนมัติ
	5	Thongran's House				/				เสริมสวย
	6	Rom Po Boutique	/	/		/			/	
	7	Jasmine Boutique Hotel				/		/	/	
	8	Goldenbell Hotel Chiangmai	/		/	/	/			
	9	Thapae Loft	/		/	/	/			
	10	3 Laan House		/		/				มุมหนังสือ
	11	Chedi Home		/	/	/	/			ชมวิว
กลุ่มช่วงอายุ 5 ปี	12	Rendezvous Classic House Chiangmai	/	/	/		/		/	
	13	C HOTEL boutique and comfort					/			ตู้อัตโนมัติ
	14	MhonSa Hotel			/		/			
	15	Kate and Hasu Boutique Chiangmai	/	/	/	/			/	ชมวิวดาดฟ้า
	16	ONCE (Upon a Time) Boutique Home		/			/		/	
	17	H Hotel Phrasing				/			/	
จำนวนพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมรวมทั้งหมด		8	8	8	2	10	10	3	8	

โดย ผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.1 มีพื้นที่ส่วนกลางเฉลี่ยโรงแรมละ 9 รายการ สามารถแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุได้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) มีทั้งหมด 11 โรงแรม เป็นกลุ่มที่มีพื้นที่ส่วนกลางหลากหลายประเภท สามารถรองรับการทำกิจกรรมที่ต่างกันได้ครบ จบภายในพื้นที่โรงแรม ซึ่งเห็นได้จากการกระจายตัวของจำนวนพื้นที่กิจกรรม สามารถแบ่งรายละเอียดตามหัวข้อได้ ดังนี้

- พื้นที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถยนต์ จำนวน 9 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 81.82 และที่จอดรถจักรยาน จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 18.18

- พื้นที่ Lobby ได้แก่ พื้นที่ต้อนรับ 24 ชั่วโมง จำนวน 6 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 54.55 และพื้นที่นั่งเล่น จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 36.36

- ทางสัญจร ได้แก่ ลิฟต์ จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.45

- พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ห้องอาหาร จำนวน 9 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 81.82 และครัวส่วนกลาง จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 27.27

- พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ นวด จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 36.36 สปา จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 9.09 และสวน จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.45

- พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ บาร์ จำนวน 6 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 54.55 และคอฟฟี่ช็อป จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.45

- พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ สระว่ายน้ำ จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.45 ฟิตเนส จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 9.09 และจักรยานให้เช่า จำนวน 8 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 72.73

- พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ พื้นที่บริการสำหรับเด็ก จำนวน 6 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 54.55 ร้านค้า จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 27.27 และมู่เม่ย์รูป (Backdrop) จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 36.36

2. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี มีทั้งหมด 6 โรงแรม เป็นกลุ่มที่มีพื้นที่ส่วนกลางเน้นการใช้งานพื้นฐาน ครอบคลุมความต้องการเบื้องต้นได้ แต่ยังขาดความหลากหลายของกิจกรรม ซึ่งเห็นได้จากจำนวนพื้นที่กิจกรรมมีความกระจุกตัวกันอยู่ สามารถแบ่งรายละเอียดตามหัวข้อได้ ดังนี้

- พื้นที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถยนต์ จำนวน 6 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 100.00 และที่จอดรถจักรยาน จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.33

- พื้นที่ Lobby ได้แก่ พื้นที่ต้อนรับ 24 ชั่วโมง จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.33 และพื้นที่นั่งเล่น จำนวน 6 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 100.00

- ทางสัญจร ได้แก่ ลิฟต์ จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.33

- พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ห้องอาหาร จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 83.33 และครัวส่วนกลาง จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 16.67

- พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ นวด และสปา ไม่พบในโรงแรมกลุ่มนี้ และสวน จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.67

- พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ บาร์ จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ คอฟฟี่ช็อป จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.00

- พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ สระว่ายน้ำ จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.00 ฟิตเนส จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 16.67 และจักรยานให้เช่า จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.33

- พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ พื้นที่บริการสำหรับเด็ก จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.67 ร้านค้า ไม่พบในโรงแรมกลุ่มนี้ และมูมถ่ายรูปรูป (Backdrop) จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.67

โดยพื้นที่ส่วนกลางพบพื้นที่เพิ่มเติมในกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) คือ ร้านเสริมสวย และมุมหนังสือ และพบพื้นที่เพิ่มเติมทั้งในกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี และกลุ่มช่วงอายุ 5 ปี คือ ตู้อัตโนมัติ และ พื้นที่ชมวิว

พื้นที่ห้องพัก สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ ดังนี้

1. ประเภทห้องพัก ได้แก่ Standard Superior Deluxe Triple Suite Family Loft และ Others

2. ขนาดห้องพัก ได้แก่ 18-24 ตร.ม. 25-30 ตร.ม. 31-35 ตร.ม. และมากกว่า 35 ตร.ม.

3. พื้นที่ในห้องพัก ได้แก่ ระเบียง ตู้เสื้อผ้า/เก็บของ โต๊ะเครื่องแป้ง โต๊ะทำงาน และมุมนั่งเล่น

ตารางที่ 4.2

ตารางข้อมูลพื้นที่ห้องพักภายในโรงแรมกรณีศึกษา

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	1. ประเภทห้องพัก							
		Standard	Superior	Deluxe	Triple	Suite	Family	Loft	Others
กลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	1	Vipa House	/						
	2	Mo Rooms Hotel	/		/	/	/		
	3	Gord ChiangMai Hotel		/	/			/	Duplex
	4	Estia Chiang Mai		/	/		/		
	5	Thongran's House	/	/					
	6	Rom Po Boutique	/						
	7	Jasmine Boutique Hotel		/	/	/			
	8	Goldenbell Hotel Chiangmai		/	/				
	9	Thapae Loft	/		/	/	/		
	10	3 Laan House	/		/	/			
	11	Chedi Home	/	/			/		
กลุ่มช่วงอายุ 5 ปี	12	Rendezvous Classic House Chiangmai	/		/	/	/		
	13	C HOTEL boutique and comfort	/	/	/	/			
	14	MhonSa Hotel		/	/	/			
	15	Kate and Hasu Boutique Chiangmai	/						
	16	ONCE (Upon a Time) Boutique Home		/	/			/	
	17	H Hotel Phrasing		/	/				
จำนวนพื้นที่ห้องพักภายในโรงแรมรวมทั้งหมด		10	10	12	4	4	4	2	1

โดย ผู้วิจัย, 2565.

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ตารางข้อมูลพื้นที่ห้องพักภายในโรงแรมกรณีศึกษา

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	2. ขนาดห้องพัก				3. พื้นที่ในห้องพัก				
		18-24 ตร.ม.	25-30 ตร.ม.	31-35 ตร.ม.	มากกว่า 35 ตร.ม.	ระเบียง	ตู้เสื้อผ้า/ เก็บของ	โต๊ะเครื่อง แป้ง	โต๊ะ ทำงาน	มุม นั่งเล่น
กลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	1	Vipa House		/	/		/	/		
	2	Mo Rooms Hotel	/	/			/			/
	3	Gord ChiangMai Hotel		/	/	/	/	/	/	
	4	Estia Chiang Mai		/		/	/	/		/
	5	Thongran's House	/				/			/
	6	Rom Po Boutique	/							/
	7	Jasmine Boutique Hotel		/	/	/	/	/	/	/
	8	Goldenbell Hotel Chiangmai	/	/			/		/	/
	9	Thapae Loft	/	/					/	/
	10	3 Laan House		/		/				/
	11	Chedi Home	/	/		/	/	/		/
กลุ่มช่วงอายุ 5 ปี	12	Rendezvous Classic House Chiangmai	/	/		/	/	/	/	/
	13	C HOTEL boutique and comfort	/	/		/	/		/	
	14	MhonSa Hotel	/	/		/	/		/	/
	15	Kate and Hasu Boutique Chiangmai	/				/	/		
	16	ONCE (Upon a Time) Boutique Home		/		/	/		/	/
	17	H Hotel Phrasing	/			/		/		
จำนวนพื้นที่ห้องพักภายในโรงแรมรวมทั้งหมด		11	13	3	5	6	13	8	8	12

โดย ผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.2 พื้นที่ห้องพักจะมีประเภทห้องพักเฉลี่ยโรงแรมละ 3 ประเภท มีขนาดห้องพักเฉลี่ยโรงแรมละ 2 ขนาด และพื้นที่ภายในห้องพักเฉลี่ยโรงแรมละ 3 พื้นที่ สามารถแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุได้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) มีทั้งหมด 11 โรงแรม เป็นกลุ่มที่พื้นที่ห้องพักค่อนข้างครอบคลุมและมีความหลากหลาย มีการกระจายตัวขององค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่ห้องพัก สามารถแบ่งรายละเอียดตามหัวข้อได้ ดังนี้

- พื้นที่ห้องพัก ได้แก่ Standard จำนวน 7 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 63.64 Superior จำนวน 6 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 54.55 Deluxe จำนวน 7 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 63.64 Triple จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 9.09 Suite จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 27.27 Family จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 36.36 และ Loft จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 9.09

- ขนาดห้องพัก ได้แก่ ขนาด 18-24 ตร.ม. จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.45 ขนาด 25-30 ตร.ม. จำนวน 9 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 81.82 ขนาด 31-35 ตร.ม. จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 27.27 และขนาดมากกว่า 35 ตร.ม. จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 27.27

- พื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ ระเบียง จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 27.27 ตู้เสื้อผ้า/เก็บของ จำนวน 8 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 72.73 โต๊ะเครื่องแป้ง จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.45 โต๊ะทำงาน จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 36.36 และมุมนั่งเล่น จำนวน 9 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 81.82

2. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี มีทั้งหมด 6 โรงแรม เป็นกลุ่มพื้นที่ห้องพักที่เน้นประเภทและขนาดห้องที่พื้นฐาน มีความกระจุกตัวขององค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่ห้องพักมากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) สามารถแบ่งรายละเอียดตามหัวข้อได้ ดังนี้

- พื้นที่ห้องพัก ได้แก่ Standard จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 5.00 Superior จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.67 Deluxe จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 83.33 Triple จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.00 Suite จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 16.67 ห้องพักประเภท Family ไม่พบในโรงแรมกลุ่มนี้ และ Loft จำนวน 1 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 16.67

- ขนาดห้องพัก ได้แก่ ขนาด 18-24 ตร.ม. จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 83.33 ขนาด 25-30 ตร.ม. จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่มีห้องพักขนาด 31-35 ตร.ม. คิดเป็นร้อยละ 0.00 และขนาดมากกว่า 35 ตร.ม. จำนวน 2 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.33

- พื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ ระเบียง จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตู้เสื้อผ้า/เก็บของ จำนวน 5 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 83.33 โต๊ะเครื่องแป้ง จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.00 โต๊ะทำงาน จำนวน 4 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมุมนั่งเล่น จำนวน 3 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.00

โดยพื้นที่ห้องพักพบประเภทห้องพักเพิ่มเติมในกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) คือ Others ประเภท Duplex ในขณะที่กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี ไม่พบพื้นที่เพิ่มเติมใด ๆ

4.1.2 การวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

เป็นการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) และแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ด้วยการลงพื้นที่สำรวจโรงแรมกรณีศึกษา ร่วมกับการเก็บข้อมูลผ่านเว็บไซต์ agoda.com โดยเป็นการสำรวจและวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลของตารางที่ 4.1 และ 4.2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรมกรณีศึกษาได้ ดังนี้

4.1.2.1 การแบ่งระดับพื้นที่ใช้งาน

ผู้วิจัยทำการแบ่งระดับพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพักภายในโรงแรมไว้ดังตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3

ตารางการแบ่งระดับพื้นที่ใช้งาน

ระดับพื้นที่การใช้งาน	ไม่มี	น้อย	ปานกลาง	มาก
โรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	ไม่มีพื้นที่นี้อยู่ ภายใน โรงแรม	มีพื้นที่นี้ จำนวน 1-4 โรงแรม	มีพื้นที่นี้ จำนวน 5-8 โรงแรม	มีพื้นที่นี้ จำนวน 9-11 โรงแรม
โรงแรมช่วงอายุ 5 ปี	ไม่มีพื้นที่นี้อยู่ ภายใน โรงแรม	มีพื้นที่นี้ จำนวน 1-2 โรงแรม	มีพื้นที่นี้ จำนวน 3-4 โรงแรม	มีพื้นที่นี้ จำนวน 5-6 โรงแรม

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากข้อมูลข้อที่ 4.1.1 และการแบ่งระดับพื้นที่การใช้งานตามตารางข้อมูลข้างต้น สามารถแจกแจงระดับการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมกรณีศึกษา โดยแบ่งตามพื้นที่การใช้งาน และกลุ่มช่วงอายุของโรงแรมได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.4

ตารางการแบ่งระดับการใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง

พื้นที่ ส่วนกลาง	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 11 โรงแรม	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 6 โรงแรม
ไม่มี	-	- พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ นวด และสปา - พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ ร้านค้า
น้อย	- ที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถจักรยาน - Lobby ได้แก่ พื้นที่นั่งเล่น - พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ครีว ส่วนกลาง - พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ นวด และสปา - พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ คอฟฟี่ช็อป - พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ ฟิต เนส - พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ ร้านค้า และมุมถ่ายรูป (Backdrop)	- ที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถจักรยาน - Lobby ได้แก่ ต้อนรับรับ 24 ชั่วโมง - ทางสัญจร ได้แก่ ลิฟต์ - พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ครีว ส่วนกลาง - พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ บาร์ - พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ ฟิตเนส และจักรยานให้เช่า
ปานกลาง	- Lobby ได้แก่ ต้อนรับรับ 24 ชั่วโมง - ทางสัญจร ได้แก่ ลิฟต์ - พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ สวน - พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ บาร์ - พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ สระ ว่ายน้ำ และจักรยานให้เช่า - พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ พื้นที่สำหรับเด็ก	- พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ สวน - พื้นที่กิจกรรมบันเทิง ได้แก่ คอฟฟี่ช็อป - พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ สระว่ายน้ำ - พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ พื้นที่สำหรับเด็ก และมุมถ่ายรูป (Backdrop)
มาก	- ที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถยนต์ - พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ห้องอาหาร	- ที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถยนต์ - Lobby ได้แก่ พื้นที่นั่งเล่น - พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ห้องอาหาร

โดยผู้วิจัย, 2565.

ตารางที่ 4.5

ตารางการแบ่งระดับการใช้งานพื้นที่ห้องพัก

พื้นที่ ห้องพัก	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 11 โรงแรม	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 6 โรงแรม
ไม่มี	-	- ประเภทห้องพัก ได้แก่ Family - ขนาดห้องพัก ได้แก่ 31-35 ตร.ม.
น้อย	- ประเภทห้องพัก ได้แก่ Triple Suite Family และ Loft - ขนาดห้องพัก ได้แก่ 31-35 ตร.ม. และ มากกว่า 35 ตร.ม. - พื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ ระเบียง โต๊ะ ทำงาน และมุมนั่งเล่น	- ประเภทห้องพัก ได้แก่ Suite และ Loft - ขนาดห้องพัก ได้แก่ มากกว่า 35 ตร.ม.
ปาน กลาง	- ประเภทห้องพัก ได้แก่ Standard Superior และ Deluxe - ขนาดห้องพัก ได้แก่ 18-24 ตร.ม. - พื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ ตู้เสื้อผ้า/ เก็บของ และโต๊ะเครื่องแป้ง	- ประเภทห้องพัก ได้แก่ Standard Superior และ Triple - ขนาดห้องพัก ได้แก่ 25-30 ตร.ม. - พื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ ระเบียง โต๊ะ เครื่องแป้ง โต๊ะทำงาน และมุมนั่งเล่น
มาก	- ขนาดห้องพัก ได้แก่ 25-30 ตร.ม.	- ประเภทห้องพัก ได้แก่ Deluxe - ขนาดห้องพัก ได้แก่ 18-24 ตร.ม. - พื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ ตู้เสื้อผ้า/เก็บ ของ

โดยผู้วิจัย, 2565.

4.1.2.2 วิเคราะห์พื้นที่ใช้งาน

จากข้อมูลการแบ่งระดับพื้นที่ใช้งาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก โดยสามารถสรุปกลุ่มโรงแรมตามช่วงอายุได้เป็นลักษณะภาพรวม พื้นที่พบได้มาก และพื้นที่พบได้น้อย ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6

ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

พื้นที่ส่วนกลาง	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี
ลักษณะ ภาพรวม	เป็นกลุ่มที่มีพื้นที่รองรับกิจกรรม หลากหลายประเภท ครอบคลุมทุกการ ใช้งาน	เป็นกลุ่มที่ขาดความหลากหลายของ กิจกรรม เน้นพื้นที่ใช้งานพื้นฐาน
พื้นที่กิจกรรมที่ พบได้มาก	ภาพรวมของจำนวนพื้นที่ส่วนกลางจากโรงแรมกรณีศึกษา - ที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถยนต์ - Lobby ได้แก่ พื้นที่นั่งเล่น - พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ห้องอาหาร - พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ จักรยานให้เช่า - พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ บริการสำหรับเด็ก	
พื้นที่กิจกรรมที่ พบได้น้อย	ภาพรวมของจำนวนพื้นที่ส่วนกลางจากโรงแรมกรณีศึกษา - ที่จอดรถ ได้แก่ ที่จอดรถจักรยาน - พื้นที่รับประทานอาหาร ได้แก่ ครีวส่วนกลาง - พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย ได้แก่ นวด และสปา - พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย ได้แก่ ฟิตเนส - พื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ ร้านค้า	
พื้นที่ห้องพัก	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี
ลักษณะ ภาพรวม	เป็นกลุ่มที่มีประเภทห้องพักและขนาด ห้องพักครอบคลุมทุกประเภท โดย พื้นที่ใช้งานในห้องเน้นไปที่การเก็บ สัมภาระ	เป็นกลุ่มที่เน้นประเภทห้องพักและ ขนาดห้องพักแบบพื้นฐาน แต่พื้นที่ใช้ งานในห้องพักครอบคลุมทุกการใช้ งาน
พื้นที่พบได้มาก	ภาพรวมของจำนวนพื้นที่ห้องพักจากโรงแรมกรณีศึกษา - ประเภทห้องพักพื้นฐาน ได้แก่ Standard Superior และ Deluxe - ขนาดห้องพัก ไม่เกิน 30 ตร.ม. - พื้นที่ในห้องพักเน้นเก็บสัมภาระ และมูมนั่งเล่นภายในห้อง	

ตารางที่ 4.6 ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม (ต่อ). ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ส่วนกลาง	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี
พื้นที่พบได้น้อย	ภาพรวมของจำนวนพื้นที่ส่วนกลางจากโรงแรมกรณีศึกษา - ประเภทห้องพักเพิ่มเติม ได้แก่ Triple Suite Family และ Loft - ขนาดห้องพัก มากกว่า 30 ตร.ม. - พื้นที่ในห้องพัก ได้แก่ ระเบียง โต๊ะเครื่องแป้ง และโต๊ะทำงาน	

โดยผู้วิจัย, 2565.

กล่าวโดยสรุป ทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก ในกลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) มีองค์ประกอบหรือกิจกรรมที่หลากหลายมากกว่า ทำให้ครอบคลุมการใช้งานได้ดีกว่ากลุ่มช่วงอายุ 5 ปี ซึ่งเน้นไปที่องค์ประกอบหรือกิจกรรมพื้นฐานเท่านั้น โดยผู้วิจัยมองว่า กลุ่มช่วงอายุ 5 ปี อาจมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้มีกิจกรรมหรือองค์ประกอบที่หลากหลายไม่เท่ากับกลุ่มช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) เช่น สภาพเศรษฐกิจ ราคาที่ดิน หรือแม้แต่ความต้องการของกลุ่มลูกค้า ณ ช่วงเวลานั้น ที่อาจต้องลดทอนกิจกรรมให้เหลือเพียงกิจกรรมที่สำคัญ แต่ทั้ง 2 กลุ่มช่วงอายุ มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ มีพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ จำนวนพื้นที่จอดรถ และพื้นที่รับประทานอาหารมากที่สุด และมีจำนวนพื้นที่กิจกรรมผ่อนคลายน้อยที่สุด ในขณะที่พื้นที่ห้องพัก มีประเภทห้องพักพื้นฐาน และขนาดห้องไม่เกิน 30 ตร.ม. มีจำนวนมากที่สุด และห้องพักประเภทเพิ่มเติมน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมองว่า ทั้ง 2 กลุ่มมี ศักยภาพพื้นฐานในการใช้งานแล้ว แต่ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงขึ้นได้อีก เพื่อให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น

4.1.3 การจัดกลุ่มโรงแรม ตามความเหมาะสมในการปรับปรุงโรงแรม

เป็นการลงพื้นที่สำรวจและประเมินถึงความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก จากการลงพื้นที่สำรวจโรงแรมกรณีศึกษา ทั้งหมด 5 โรงแรม ที่ได้รับความยินยอมในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ 1) กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 3 โรงแรม ได้แก่ Gord ChiangMai Hotel, Goldenbell Hotel Chiangmai และ 3 Laan House และ 2) กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 2 โรงแรม ได้แก่ C HOTEL boutique and comfort และ MohnSa Hotel เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับแนวทางการปรับปรุงโรงแรม ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ซึ่งได้แบ่งหัวข้อในการสำรวจไว้ตามหัวข้อที่ 4.1.1 และแบ่งระดับคะแนนการประเมินความเหมาะสม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1.3.1 การแบ่งระดับคะแนนในการประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งาน

จากการลงพื้นที่สำรวจ ผู้วิจัยได้แบ่งคะแนนการประเมินความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก โดยแบ่งคะแนนการประเมินไว้ 3 ระดับ คือ น้อย 1 คะแนน ปานกลาง 2 คะแนน และมาก 3 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางการแบ่งระดับคะแนนของพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

พื้นที่ส่วนกลาง (54 คะแนน)		ระดับคะแนนความเหมาะสม		
		น้อย (1 คะแนน)	ปานกลาง (2 คะแนน)	มาก (3 คะแนน)
1. ที่จอดรถ (9 คะแนน)	จำนวน (3 คะแนน)	ไม่เกินร้อยละ 30 ของพื้นที่	ร้อยละ 31-70	ร้อยละ 71 ขึ้นไป
	ความสะดวก (3 คะแนน)	อยู่ไกลจากโรงแรม	อยู่ในระยะเดินได้	อยู่ในบริเวณโรงแรม
	คุณภาพ (3 คะแนน)	ลานโล่ง กลางแจ้ง	กันแดดฝนได้	พื้นที่มิดชิด / อาคารจอดรถ
2. พื้นที่ Lobby (9 คะแนน)	เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ (3 คะแนน)	เข้าถึงยาก	ต้องสังเกต	เห็นได้ชัดเจน
	พื้นที่พักคอย /พักผ่อน (3 คะแนน)	ไม่มีที่นั่ง	จำนวนที่นั่งน้อย	จำนวนที่นั่ง เพียงพอ
	ห้องน้ำสาธารณะ (3 คะแนน)	เข้าถึงยาก	ต้องสังเกต	เห็นได้ชัดเจน
3. ทาง สัญจร (9 คะแนน)	ลิฟต์และบันได (3 คะแนน)	มีแค่บันได	มีลิฟต์และ บันได	มีลิฟต์และ บันไดหลายจุด
	ความสะดวก (3 คะแนน)	อยู่ไกลจาก ทางเข้ามาก	อยู่ไกลจาก ทางเข้าเล็กน้อย	อยู่ใกล้ทางเข้า
	การเข้าถึง (3 คะแนน)	ซับซ้อน	ต้องสังเกต	สะดวก
4. พื้นที่ รับประทานอาหาร (9 คะแนน)	ขนาดห้องอาหาร (3 คะแนน)	แคบ พื้นที่น้อย	ปานกลาง พอดี การใช้งาน	กว้าง โปร่งโล่ง
	พื้นที่นั่ง (3 คะแนน)	แคบ พื้นที่น้อย	ปานกลาง พอดี การใช้งาน	กว้าง โปร่งโล่ง
	การเข้าถึง (3 คะแนน)	ซับซ้อน	ต้องสังเกต	สะดวก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตารางการแบ่งระดับคะแนนของพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

พื้นที่ส่วนกลาง (54 คะแนน)		ระดับคะแนนความเหมาะสม		
		น้อย (1 คะแนน)	ปานกลาง (2 คะแนน)	มาก (3 คะแนน)
5. พื้นที่ กิจกรรม (9 คะแนน)	ผ่อนคลาย (นวด สปา ชาวน้ำ และสวน) (3 คะแนน)	น้อย/ใช้งานไม่ สะดวก	เพียงพอ/ใช้งาน ได้บ้าง	ครบครัน/ใช้ งานได้ดี
	บันเทิง (ร้านอาหาร บาร์ และคอฟฟี่ช็อป) (3 คะแนน)	น้อย/ใช้งานไม่ สะดวก	เพียงพอ/ใช้งาน ได้บ้าง	ครบครัน/ใช้ งานได้ดี
	ออกกำลังกาย (สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และกีฬาต่าง ๆ) (3 คะแนน)	น้อย/ใช้งานไม่ สะดวก	เพียงพอ/ใช้งาน ได้บ้าง	ครบครัน/ใช้ งานได้ดี
6. พื้นที่อื่น ๆ (9 คะแนน)	พื้นที่สูบบุหรี่ (3 คะแนน)	น้อย/ใช้งานไม่ สะดวก	เพียงพอ/ใช้งาน ได้บ้าง	ครบครัน/ใช้ งานได้ดี
	พื้นที่จัดกิจกรรม/ทำงาน/ อเนกประสงค์ (3 คะแนน)	น้อย/ใช้งานไม่ สะดวก	เพียงพอ/ใช้งาน ได้บ้าง	ครบครัน/ใช้ งานได้ดี
	บริการความสะดวก เช่น ตู้อัตโนมัติ (3 คะแนน)	น้อย/ใช้งานไม่ สะดวก	เพียงพอ/ใช้งาน ได้บ้าง	ครบครัน/ใช้ งานได้ดี
พื้นที่ห้องพัก (27 คะแนน)		ระดับคะแนนความเหมาะสม		
		น้อย (1 คะแนน)	ปานกลาง (2 คะแนน)	มาก (3 คะแนน)
1. รูปแบบ ห้องพัก (9 คะแนน)	ประเภทของห้องพัก (3 คะแนน)	1-2 ประเภท	3-4 ประเภท	5 ประเภทขึ้นไป
	ความเป็นส่วนตัว (3 คะแนน)	คนพลุกผ่าน มีเสียงรบกวน	มีเสียงรบกวน บ้างเล็กน้อย	เงียบสงบ ไม่มี เสียงรบกวน
	คุณภาพของวัสดุ/ เฟอร์นิเจอร์ (3 คะแนน)	มีจุดชำรุด/ เสียหาย	สภาพเก่า แต่ยังใช้งานได้	สภาพใหม่ ใช้งานได้ดี

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตารางการแบ่งระดับคะแนนของพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

พื้นที่ห้องพัก (27 คะแนน)		ระดับคะแนนความเหมาะสม		
		น้อย (1 คะแนน)	ปานกลาง (2 คะแนน)	มาก (3 คะแนน)
2. สัดส่วนพื้นที่ (9 คะแนน)	พื้นที่พักผ่อน (พื้นที่นอน/ ระเบียง) (3 คะแนน)	ไม่มีการแบ่ง สัดส่วน	มีการแบ่ง สัดส่วนเล็กน้อย	แบ่งสัดส่วน การใช้งานได้ดี
	พื้นที่ใช้งาน (มุมทำงาน/ เก็บของ/ตู้เสื้อผ้า) (3 คะแนน)	ไม่มีการแบ่ง สัดส่วน	มีการแบ่ง สัดส่วนเล็กน้อย	แบ่งสัดส่วน การใช้งานได้ดี
	ห้องน้ำ (3 คะแนน)	ไม่มีการแบ่ง สัดส่วน	มีการแบ่ง สัดส่วนเล็กน้อย	แบ่งสัดส่วน การใช้งานได้ดี
3. การใช้งาน (9 คะแนน)	ขนาดห้องพัก (3 คะแนน)	แคบเกินไป	กว้างเกินไป	เหมาะสมกับ การใช้งาน
	ความสะดวกสบาย (3 คะแนน)	ไม่สะดวก	ใช้งานได้ แต่ไม่ สะดวกสบาย	เพียงพอและ สะดวกสบาย
	สิ่งอำนวยความสะดวก (3 คะแนน)	ไม่เพียงพอ/ขาด คุณภาพ	มีให้ใช้งาน บางอย่าง	เพียงพอและ คุณภาพดี

โดยผู้วิจัย, 2565.

4.1.3.2 ผลการประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งาน

จากคะแนนการประเมินความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ สามารถสรุป
คะแนนได้ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8

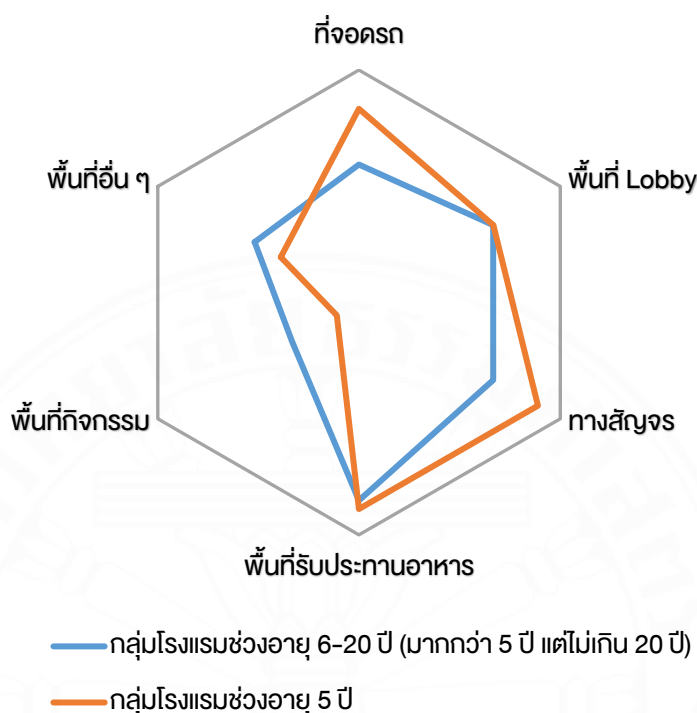
ตารางคะแนนประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

คะแนนประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งาน	โรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)				โรงแรมช่วงอายุ 5 ปี		
	Gord ChiangMai Hotel	Goldenbell Hotel Chiangmai	3 Laan House	คะแนนรวมเฉลี่ย	C HOTEL boutique and comfort	MohnSa Hotel	คะแนนรวมเฉลี่ย
พื้นที่ส่วนกลาง (คะแนนเต็ม 54 คะแนน)							
1. ที่จอดรถ	4	7	5	5.34	7	8	7.5
2. พื้นที่ Lobby	9	4	5	6	5	7	6
3. ทางสัญจร	4	8	6	6	8	8	8
4. พื้นที่รับประทานอาหาร	9	8	6	7.67	8	8	8
5. พื้นที่กิจกรรม	4	3	2	3	0	2	1
6. พื้นที่อื่น ๆ	4	6	4	4.67	3	4	3.5
คะแนนรวม	34	36	28	32.67	31	37	34.5
พื้นที่ห้องพัก (คะแนนเต็ม 27 คะแนน)							
1. รูปแบบห้องพัก	8	6	5	6.34	7	6	6.5
2. สัดส่วนพื้นที่	8	7	8	7.67	6	7	6.5
3. การใช้งาน	7	7	8	7.34	8	7	7.5
คะแนนรวม	23	20	21	21.34	21	20	20.5

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากการประเมินความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ พบว่า พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ทั้ง 2 กลุ่มมีคะแนนที่ใกล้เคียงกัน

4.1.3.3 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งาน พื้นที่ส่วนกลาง



ภาพที่ 4.18 แผนภาพผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางของโรงเรียน
กรณีศึกษา. ผู้วิจัย, 2565

จากภาพที่ 4.18 เป็นการเปรียบเทียบคะแนนความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง ระหว่างคะแนนรวมเฉลี่ยของกลุ่มโรงเรียนช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) และคะแนนรวมเฉลี่ยของกลุ่มโรงเรียนช่วงอายุ 5 ปี พบว่า กลุ่มโรงเรียนช่วงอายุ 5 ปี แม้ว่าพื้นที่ส่วนกลางจะมีอยู่อย่างจำกัด แต่บริเวณพื้นที่จอดรถ และทางสัญจร มีคะแนนที่สูงโดดเด่นกว่า เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่รองรับการใช้งานได้เป็นอย่างดี เช่น สามารถใช้งานได้สะดวก และเข้าถึงได้ง่ายมากกว่า ในขณะที่กลุ่มโรงเรียนช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) บริเวณพื้นที่อื่น ๆ มีคะแนนที่สูงกว่า เนื่องจากมีพื้นที่ส่วนกลางมากกว่า จึงสามารถให้บริการได้หลากหลาย เช่น มีพื้นที่อเนกประสงค์ หรือตู้อัตโนมัติ

โดยทั้ง 2 กลุ่ม บริเวณพื้นที่รับประทานอาหาร มีคะแนนที่สูงเหมือนกัน เนื่องจากมีความเหมาะสมกับการใช้งาน ทั้งขนาดห้องอาหาร พื้นที่นั่ง และการเข้าถึง สามารถใช้งานได้ดี แต่ในส่วนพื้นที่กิจกรรม ได้คะแนนน้อย เนื่องจากมีพื้นที่กิจกรรมให้บริการน้อย รวมถึงที่มีอยู่ก็ไม่สามารถใช้งานได้เต็มที่ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่ม ตอบโจทย์การใช้งานพื้นฐานได้ แต่ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานให้เกิดความเหมาะสมมากขึ้นได้อีก



ภาพที่ 4.19 แผนภาพผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ห้องพักของโรงแรมกรณีศึกษา. ผู้วิจัย, 2565

จากภาพที่ 4.19 เป็นการเปรียบเทียบคะแนนความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ห้องพัก ระหว่างคะแนนรวมเฉลี่ยของกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) และคะแนนรวมเฉลี่ยของกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี พบว่า สัดส่วนพื้นที่ กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) สามารถทำได้ดีกว่า เนื่องจากโรงแรมมีพื้นที่กว้าง ทำให้ห้องพักมีพื้นที่กว้างตามไปด้วย ซึ่งสามารถแบ่งสัดส่วนแต่ละพื้นที่ในห้องพักได้ดีกว่า เช่น สามารถเดินรอบพื้นที่ข้างเตียงได้ หรือห้องน้ำมีขนาดที่เหมาะสม ไม่กว้างหรือแคบจนเกินไป

โดยทั้ง 2 กลุ่ม มีคะแนนที่ใกล้เคียงกันทั้งรูปแบบห้องพัก และการใช้งาน เนื่องจากพื้นที่ห้องพักเป็นพื้นที่ที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ยังคงมีความเหมาะสมในการใช้งาน โดยมีรูปแบบห้องพักให้เลือกหลากหลาย บรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว และวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์มีคุณภาพดี แต่ก็ยังสามารถปรับปรุงบางจุดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานให้ดียิ่งขึ้นได้อีก

4.1.3.4 ผลการวิเคราะห์พื้นที่ใช้งานเพื่อการปรับปรุงพื้นที่ภายในโรงแรม

จากคะแนนการประเมินและวิเคราะห์ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก ทั้ง 2 กลุ่ม มีผลการวิเคราะห์ที่ใกล้เคียงกัน โดยพื้นที่ส่วนกลาง ยังไม่สามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และในส่วนห้องพักยังสามารถเพิ่มการใช้งานได้มากขึ้นอีก ซึ่งพื้นที่ทั้ง 2 ส่วน ควรมีการปรับปรุง เพื่อเพิ่มศักยภาพแต่ละพื้นที่ ให้มีความเหมาะสมในการใช้งานรวมถึงตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น โดยสามารถแบ่งได้

เป็นลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่คงเดิม และพื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

ตารางจัดกลุ่มพื้นที่สำหรับการปรับปรุงโรงแรม

พื้นที่สำหรับการปรับปรุงโรงแรม	พื้นที่คงเดิม	พื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม
พื้นที่	พื้นที่ห้องพัก	พื้นที่ส่วนกลาง
รายละเอียด	เป็นพื้นที่ที่ยังสามารถใช้งานได้ตามมาตรฐานเดิม หรือหากต้องการเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงขึ้น ก็สามารถปรับปรุงเพิ่มเติมในระดับเล็กน้อย เพื่อให้ตอบโจทยกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)	เป็นพื้นที่ควรมีการปรับปรุง เพื่อให้พื้นที่ใช้งานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากขาดความเหมาะสมในการใช้งาน โดยต้องปรับปรุงการใช้งานพื้นที่ให้ตอบโจทยกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.9 สามารถจัดกลุ่มพื้นที่ที่ควรปรับปรุงได้ โดยพื้นที่คงเดิม ได้แก่ พื้นที่ห้องพัก เนื่องจากยังมีความเหมาะสมในการใช้งาน ยังไม่มีความจำเป็นเร่งด่วนในการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ สามารถใช้งานต่อไปได้ แต่สามารถปรับปรุงในระดับเล็กน้อย เช่น เปลี่ยนแปลงเฟอร์นิเจอร์ หรือเพิ่มการตกแต่ง ซึ่งจะเป็นการปรับปรุงเพื่อให้พื้นที่ห้องพักมีศักยภาพในการใช้งานสูงสุด ในขณะที่พื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง เนื่องจากยังขาดความเหมาะสมในการใช้งาน เช่น ไม่มีพื้นที่รองรับกิจกรรมอย่างเพียงพอ หรือพื้นที่ที่มีอยู่ไม่เกิดการใช้อย่างเต็มที่ จึงควรต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้ตอบโจทยกับผูู้้งานมากขึ้น โดยพื้นที่ทั้ง 2 ส่วน ควรทำการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมตอบโจทยกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

จากการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของโรงแรม ทำให้ทราบถึงขอบเขตของพื้นที่ใช้งานที่มีอยู่ ทั้งในส่วนพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก โดยจากการลงพื้นที่สำรวจ และการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางกายภาพ สามารถเป็นตัวกำหนดได้ว่า จะสามารถทำการปรับปรุงโรงแรมบริเวณพื้นที่ใด และจะปรับปรุงในลักษณะใด ซึ่งจะต้องมีการวิเคราะห์ร่วมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญ เพื่อที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ถึงแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรมต่อไป

4.2 ผลสำรวจข้อมูลของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถามออนไลน์ เรื่อง ความต้องการของ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ซึ่งข้อมูลที่ได้ จะนำไปวิเคราะห์ถึง ความต้องการในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการปรับปรุงโรงแรม โดยเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวไทย ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 401 คน จากทั้งหมด 428 คน โดยมี รายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

4.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเข้าพักภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ของ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

4.2.3 ลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม

4.2.4 ความคิดเห็นต่อการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

เป็นการสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดย ได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10

ตารางข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ข้อมูลทั่วไป	รายละเอียด	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	43.89
	หญิง	50.62
	LGBTQ+	5.49
2. รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 20,000 บาท	38.65
	20,001-30,000 บาท	56.11
	30,001-40,000 บาท	4.99
	40,001 บาท ขึ้นไป	0.25
3. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	1.75
	พนักงานราชการ	18.70
	พนักงานเอกชน	76.56
	ธุรกิจส่วนตัว	2.99

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.10 ผลการสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถจำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1. เพศ พบว่า เป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 50.62 รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 43.89 และน้อยที่สุดคือ LGBTQ+ ร้อยละ 5.49
2. รายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือนมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 56.11 รองลงมาคือ รายได้น้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 38.65 รายได้ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 4.99 และ 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ
3. อาชีพ พบว่า อาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 76.56 รองลงมาคือ พนักงานราชการ ร้อยละ 18.70 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 2.99 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

4.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเข้าพักภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.11

ตารางข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	รายละเอียด	ร้อยละ
1. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	43.89
	2 คน	50.62
	3-5 คน	5.49
	มากกว่า 5 คน ขึ้นไป	7.48
2. ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	2.00
	คู่รัก	51.12
	เพื่อน	24.69
	ครอบครัว	22.19

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ตารางข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายละเอียด	ร้อยละ
3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	82.04
	รถเช่า	13.97
	รถสาธารณะ	3.49
	มอเตอร์ไซด์	0.50
4. ระยะเวลาในการเดินทาง	2 วัน 1 คืน	55.86
	3 วัน 2 คืน	42.39
	4 วัน 3 คืน	1.75
5. อิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง	ตนเอง	32.42
	คนใกล้ชิด	40.65
	สื่อออนไลน์	26.93
6. สถานที่ที่นิยมไป	แหล่งธรรมชาติ	52.87
	บรรยากาศในเมือง	30.42
	พื้นที่ประวัติศาสตร์	4.74
	ร้านอาหาร/คาเฟ่	11.72
	กิจกรรม	0.25
7. ในการท่องเที่ยวใช้เวลาไปกับสถานที่ใดมากที่สุด	ภายในโรงแรม	20.95
	สถานที่ท่องเที่ยว	70.07
	ร้านอาหาร/คาเฟ่	8.83
	ระหว่างทาง	0.25

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.11 ผลการสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถจำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พบว่า เดินทาง 2 คน มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 50.12 รองลงมาคือ เดินทาง 3-5 คน ร้อยละ 40.40 เดินทางมากกว่า 5 คนขึ้นไป ร้อยละ 7.48 และเดินทางคนเดียว ร้อยละ 2 ตามลำดับ

2. ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง พบว่า เดินทางกับคู่รักมากที่สุด ร้อยละ 51.12 รองลงมาคือ เดินทางกับเพื่อน ร้อยละ 24.69 เดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 22.19 และเดินทางคนเดียว ร้อยละ 2 ตามลำดับ

3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า ใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 82.04 รองลงมาคือ รถเช่า ร้อยละ 13.97 ใช้รถสาธารณะ ร้อยละ 3.49 และใช้มอเตอร์ไซด์ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

4. ระยะเวลาในการเดินทาง พบว่า 2 วัน 1 คืน มากที่สุด ร้อยละ 55.86 รองลงมาคือ 3 วัน 2 คืน ร้อยละ 42.39 และ 4 วัน 3 คืน ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

5. อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง พบว่า ตัดสินใจจากคนใกล้ชิดมากที่สุด ร้อยละ 40.65 รองลงมาคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 32.42 และสื่อออนไลน์ ร้อยละ 26.93 ตามลำดับ

6. สถานที่ที่นิยมไป พบว่า นิยมไปแหล่งธรรมชาติมากที่สุด ร้อยละ 52.87 รองลงมาคือ บรรยากาศในเมือง ร้อยละ 30.42 พื้นที่ประวัติศาสตร์ ร้อยละ 4.74 ร้านอาหาร/คาเฟ่ ร้อยละ 11.72 และกิจกรรม ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

7. ในการท่องเที่ยวใช้เวลาไปกับสถานที่ใดมากที่สุด พบว่า ใช้เวลากับสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 70.07 รองลงมาคือ ใช้เวลากับภายในโรงแรม ร้อยละ 20.95 ร้านอาหาร/คาเฟ่ ร้อยละ 8.83 และใช้เวลาไปกับระหว่างทาง ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

จากข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมในการเข้าพักภายในโรงแรม สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน 2 คน ซึ่งมีความสัมพันธ์แบบคู่รัก ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน โดยคนใกล้ชิดมีอิทธิพลในการตัดสินใจ ซึ่งนิยมไปสถานที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และใช้เวลาไปกับสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด ชื่นชอบโรงแรมแบบสไตล์ผสมผสาน นิยมท่องเที่ยวก่อนแล้วค่อย Check-in ด้วยราคาห้องพัก 501-1,000 บาทต่อคืน และออกจากห้องพักไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เวลา 8.01-11.00 น.

พฤติกรรมในการเข้าพักภายในโรงแรม

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเข้าพักภายในโรงแรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12

ตารางข้อมูลพฤติกรรมกรเข้าพักรภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

พฤติกรรมกรเข้าพักร	รายละเอียด	ร้อยละ
1. สไตล์โรงแรมที่ชื่นชอบ	ทันสมัย	32.92
	ท้องถิ่น	19.70
	ผสมผสาน	46.63
	อื่น ๆ	0.50
2. พฤติกรรมกร Check-in	ท่องเที่ยวก่อน แล้ว Check-in	91.77
	Check-in ก่อน แล้วท่องเที่ยว	8.23
3. ราคาห้องพักต่อคืน ที่นิยมเลือก	น้อยกว่า 500 บาท	4.99
	501-1,000 บาท	68.83
	มากกว่า 1,000 บาท	26.18
4. ช่วงเวลาออกจากห้อง เพื่อไปทำกิจกรรมต่าง ๆ	ก่อน 8.00 น.	16.46
	8.01-11.00 น.	68.33
	11.01-13.00 น.	14.21
	13.01 น. เป็นต้นไป	1.00

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.12 ผลการสรุปพฤติกรรมกรเข้าพักรภายในโรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถจำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1. สไตล์โรงแรมที่ชื่นชอบ พบว่า ชื่นชอบแบบผสมผสานมากที่สุด ร้อยละ 46.63 รองลงมาคือ แบบทันสมัย ร้อยละ 32.92 แบบท้องถิ่น ร้อยละ 19.70 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมกร Check-in พบว่า ท่องเที่ยวก่อน แล้ว Check-in มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 91.77 และ Check-in ก่อน แล้วท่องเที่ยว ร้อยละ 8.23

3. ราคาห้องพักต่อคืนที่นิยมเลือก พบว่า ช่วงราคา 501-1,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 68.83 รองลงมาคือ มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 26.18 และน้อยกว่า 500 บาท ร้อยละ 4.99 ตามลำดับ

4. ช่วงเวลาออกจากห้อง เพื่อไปทำกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า ช่วงเวลา 8.01-11.00 น. มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 68.33 รองลงมาคือ ช่วงเวลาก่อน 8.00 น. ร้อยละ 16.46 ช่วงเวลา 11.01-13.00 น. ร้อยละ 14.21 และช่วงเวลา 13.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 1 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังได้ทำการสอบถามถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโรงแรมอีกด้วย โดยสามารถตอบได้หลายตัวเลือก พบว่า

- พักผ่อนภายในห้องพัก มีจำนวนทั้งสิ้น 316 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ถ่ายรูปบริเวณโรงแรม มีจำนวนทั้งสิ้น 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.59 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- พูดคุยกับบุคคลอื่น มีจำนวนทั้งสิ้น 15 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- รับประทานอาหาร/เครื่องดื่ม มีจำนวนทั้งสิ้น 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.39 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- กิจกรรมผ่อนคลาย เช่น นวด สปา ชวน้ำ สวน มีจำนวนทั้งสิ้น 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- กิจกรรมความบันเทิง เช่น ร้านอาหาร บาร์ คอฟฟี่ช็อป มีจำนวนทั้งสิ้น 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.44 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- กิจกรรมออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส กีฬาต่าง ๆ มีจำนวนทั้งสิ้น 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.14 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ได้แก่ การพักผ่อนภายในห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือ ถ่ายรูปบริเวณโรงแรม และรับประทานอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

4.2.3 ลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม

จากแบบสอบถาม จะเป็นการให้ผู้ตอบแบบสอบถามลำดับความสำคัญในการเข้าพักภายในโรงแรม และพื้นที่การใช้งานภายในโรงแรม ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ตามปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลไว้ ซึ่งแบบสอบถาม จะต้องเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุด (ลำดับที่ 1) ไปหาน้อยที่สุด (ลำดับที่ 8) โดยห้ามซ้ำกัน สามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ ดังนี้

ความสำคัญในการตัดสินใจเข้าพัก

เป็นการให้ลำดับความสำคัญในการเข้าพักภายในโรงแรม โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13

ตารางสรุปความสำคัญในการตัดสินใจเข้าพักภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ลำดับที่	รายละเอียด	ร้อยละ
1	ความสวยงาม/เอกลักษณ์ของโรงแรม	29.43
2	ความคิดเห็นต่อโรงแรม (รีวิว)	18.70
3	ความใหม่/ทันสมัยของโรงแรม	15.21
4	การบริการ	12.47
5	ราคาห้องพัก	10.22
6	ขนาดห้องพัก	8.58
7	สิ่งอำนวยความสะดวก	3.19
8	ความหลากหลายของกิจกรรม	2.20

โดยผู้วิจัย, 2565.

ความสำคัญของพื้นที่การใช้งาน : พื้นที่ส่วนกลาง

เป็นการให้ลำดับความสำคัญในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรม โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14

ตารางสรุปความสำคัญในการใช้งานพื้นที่ส่วนกลางของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ลำดับที่	รายละเอียด	ร้อยละ
1	ที่จอดรถ	40.90
2	พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย	22.44
3	พื้นที่ Lobby	17.46
4	พื้นที่รับประทานอาหาร	5.74
5	พื้นที่กิจกรรมผ่อนคลาย	5.23
6	พื้นที่กิจกรรมบันเทิง	4.49
7	ทางสัญจร	3.49

โดยผู้วิจัย, 2565.

ความสำคัญของพื้นที่การใช้งาน : พื้นที่ห้องพัก

เป็นการให้ลำดับความสำคัญในการใช้งานพื้นที่ส่วนห้องพักภายในโรงแรม โดย
ได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15

ตารางสรุปความสำคัญในการใช้งานพื้นที่ห้องพักของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ลำดับที่	รายละเอียด	ร้อยละ
1	รูปแบบห้องพัก	45.39
2	สัดส่วนพื้นที่	27.68
3	การใช้งาน	26.93

โดยผู้วิจัย, 2565.

4.2.4 ความคิดเห็นต่อการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม

จากแบบสอบถาม จะเป็นการถามความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งานพื้นที่รูปแบบมิติต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ซึ่งสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้แก่ ความทันสมัย กิจกรรมต่าง ๆ และเอกลักษณ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความคิดเห็นต่อการใช้งาน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม : ความทันสมัย

เป็นการสรุปผลความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16

ตารางสรุปผลความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ความทันสมัย	จำเป็น
	ร้อยละ
1. ระบบออนไลน์ 24 ชั่วโมง	75.56
2. ลดการสัมผัส (Touchless)	66.83
3. ปรับเปลี่ยนแพ็คเกจการเข้าพักได้เอง	64.09
4. ห้องพักรับเปลี่ยนได้ตามการใช้งาน	59.85
5. วัสดุ/อุปกรณ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	50.87

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ความทันสมัย	จำเป็น
	ร้อยละ
6. ควบคุมอุปกรณ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (IoT)	27.93
7. ระบบเห็นภายในห้องพักรงก่อนตัดสินใจ (VR)	26.93

โดยผู้วิจัย, 2565.

สรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ

- ระบบออนไลน์ 24 ชั่วโมง มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมาคือ ลดการสัมผัส (Touchless) ปรับเปลี่ยนแพ็คเกจการเข้าพักเองได้ ห้องปรับเปลี่ยนตามการใช้งาน และวัสดุอุปกรณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

- ระบบเห็นภายในห้องพักรงก่อนตัดสินใจ (VR) ไม่มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมาคือ ควบคุมอุปกรณ์ผ่านอินเทอร์เน็ต (IoT)

ความคิดเห็นต่อการใช้งาน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม : กิจกรรมต่าง ๆ

เป็นการสรุปผลความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติกิจกรรมต่าง ๆ

โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17

ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

กิจกรรมต่าง ๆ	จำเป็น
	ร้อยละ
1. มุมถ่ายรูปภายในพื้นที่ส่วนกลาง	87.53
2. พื้นที่สีเขียวภายในโรงแรม	69.58
3. เสิร์ฟอาหารท้องถิ่น	60.10
4. มุมถ่ายรูปภายในพื้นที่ห้องพัก	56.61

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติความทันสมัย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

กิจกรรมต่าง ๆ	จำเป็น
	ร้อยละ
5. พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง	55.36
6. ห้องครัวภายในห้องพัก	52.87
7. พื้นที่สำหรับเด็ก	52.62
8. ร้านอาหารเครื่อง-เครื่องดื่ม 24 ชั่วโมง	51.62
9. ห้องสำหรับกลุ่มส่วนตัว	45.39
10. พื้นที่บริการอาหาร-เครื่องดื่มด้วยตนเอง	44.14
11. Co-working Space	41.65
12. พื้นที่จัด Workshop ต่าง ๆ	40.65
13. ตู้บริการอัตโนมัติ	28.68

โดยผู้วิจัย, 2565.

สรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ

- มุมถ่ายรูปรูปร่างภายในพื้นที่ส่วนกลาง มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่สีเขียวภายในโรงแรม มุมถ่ายรูปร่างภายในพื้นที่ห้องพัก เสริมอาหารท้องถิ่น พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง ห้องครัวภายในห้องพัก พื้นที่สำหรับเด็ก และร้านอาหาร-เครื่องดื่ม 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

- ตู้บริการอัตโนมัติ ไม่มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่จัด Workshop ต่าง ๆ Co-working Space พื้นที่บริการอาหาร-เครื่องดื่มด้วยตัวเอง และห้องสำหรับกลุ่มส่วนตัว ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อการใช้งาน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม : เอกลักษณ์

เป็นการสรุปผลความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติเอกลักษณ์ โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18

ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติเอกลักษณ์ ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (GEN Y)

เอกลักษณ์	จำเป็น
	ร้อยละ
1. การตกแต่งผสมผสานความเป็นชุมชนท้องถิ่น	85.29
2. จุดชมวิวกภายในโรงแรม	74.81
3. การออกแบบตกแต่ง Mood & Tone มีความกลมกลืนกัน	64.34
4. พื้นที่แสดงความเป็นชุมชนท้องถิ่น เช่น จัดแสดงศิลปะ ขายสินค้าท้องถิ่น	57.36
5. การเล่าเรื่องราวของโรงแรม (Story Telling)	45.14

โดยผู้วิจัย, 2565.

สรุปความคิดเห็นด้านความจำเป็นในการใช้งาน ในมิติกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (GEN Y) คือ

- การตกแต่งผสมผสานความเป็นชุมชนท้องถิ่น มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมา คือ จุดชมวิวกภายในโรงแรม การออกแบบตกแต่ง Mood&Tone มีความกลมกลืนกัน และพื้นที่แสดงความเป็นชุมชนท้องถิ่น ตามลำดับ

- การเล่าเรื่องราวของโรงแรม (Story Telling) ไม่มีความจำเป็นมากที่สุด

ความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

เป็นการสรุปผลความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่าย เพื่อทราบถึงข้อจำกัดในการปรับปรุงโรงแรม โดยได้ผลจากการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19

ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (GEN Y)

ค่าใช้จ่าย	รายละเอียด	ร้อยละ
1. เพิ่มค่าใช้จ่าย หากตอบ โจทย์ความต้องการมากขึ้น	ยินยอม	41.90
	ไม่ยินยอม	58.10

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ตารางผลสรุปความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ค่าใช้จ่าย	รายละเอียด	ร้อยละ
2. ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นที่รับได้	น้อยกว่า 10%	24.44
	10-20%	24.69
	20-30%	4.74

โดยผู้วิจัย, 2565.

สรุปผลความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ ไม่ยินยอมในการเพิ่มค่าใช้จ่าย แต่ถ้ากลุ่มที่ยินยอมในการเพิ่มค่าใช้จ่าย ช่วงราคา 10-20% เป็นช่วงราคาที่รับได้มากที่สุด

4.3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเข้าพัก กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ลำดับความสำคัญในการเข้าพัก การใช้งานพื้นที่ส่วนกลางและห้องพัก และความคิดเห็นในการปรับปรุงโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ผู้วิจัยจึงได้นำเอาข้อมูลลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ข้อที่ 4.4.3 และการวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงโรงแรมในข้อที่ 4.6 มาวิเคราะห์ถึงความต้องการในการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม โดยจากการเก็บข้อมูล สามารถจัดกลุ่มความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Travel behavior) เป็นการสรุปจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวและเข้าพักของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ เป็นกลุ่มที่มีช่วงเวลาท่องเที่ยวสั้นงบประมาณไม่สูงมาก ต้องการพักผ่อน ใช้เวลาทำกิจกรรมเต็มที่ และชอบโรงแรมที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์

ลักษณะการใช้งาน (Usability) เป็นการสรุปลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ ให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่มีความหลากหลายในการใช้งาน ทั้งพื้นที่ห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง โดยมีพื้นที่พักผ่อนได้อย่างเต็มที่ เน้นทำกิจกรรมที่เรียบง่าย พื้นฐานมีความสวยงาม สามารถถ่ายรูปได้ และต้องมีบริการที่ดีและทันสมัย

ความคาดหวัง (Expectation) เป็นการสรุปลักษณะมุมมอง ความคิดเห็น หรือความคาดหวังต่อการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) คือ มีการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เน้นความสะดวกและยืดหยุ่นได้ พื้นที่ใช้งาน/ทำกิจกรรมที่ครอบคลุมและหลากหลาย ลักษณะอาคารมีความโดดเด่นแต่กลมกลืนกับชุมชน และยินยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพียงแค่น้อยกว่า 20% จากเดิม เพื่อได้รับการบริการ/สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีขึ้น

4.4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพของโรงแรม ร่วมกับการต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

4.4.1 สรุปลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ตามกลุ่มช่วงอายุของโรงแรม

4.4.2 แนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม

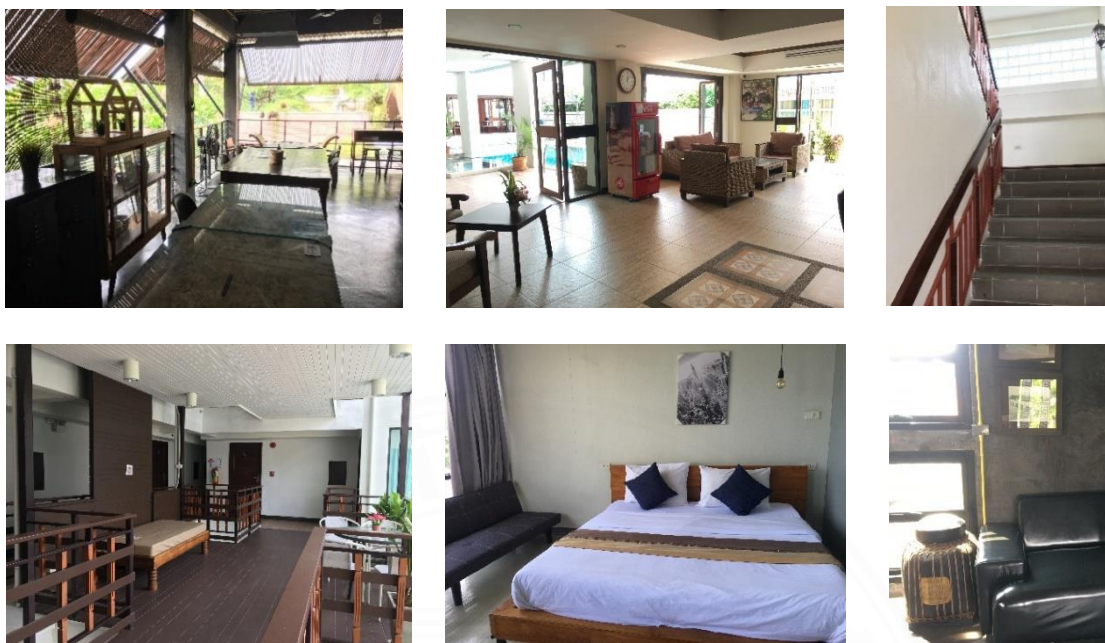
4.4.3 ลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

4.4.1 สรุปลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ตามกลุ่มช่วงอายุของโรงแรม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปลักษณะพื้นที่ใช้งานตามกลุ่มช่วงอายุของโรงแรมได้ ดังนี้

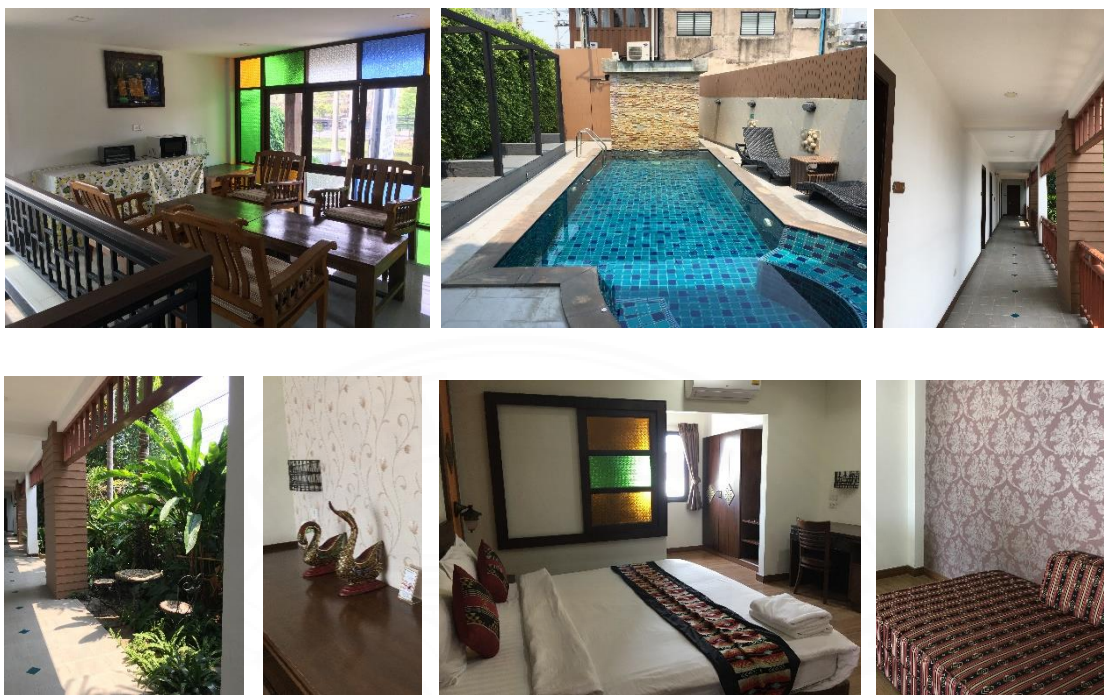
1. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)

พื้นที่ส่วนกลางยังมีพื้นที่ว่างเหลือ โดยที่ยังไม่ถูกใช้งานอย่างเต็มที่ ซึ่งบางพื้นที่ปล่อยโล่ง และบางพื้นที่จะถูกวางด้วยชุดเฟอร์นิเจอร์เพื่อให้พื้นที่ไม่ดูโล่งจนเกินไป บริเวณทางสัญจรไม่มีการประดับตกแต่ง พื้นที่ห้องพักรวมมีขนาดที่กว้าง มีเฟอร์นิเจอร์เพียงพอต่อการใช้งาน ในส่วนโครงสร้างและงานระบบยังสามารถใช้งานได้ดี การตกแต่งทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก ส่วนใหญ่ใช้เฟอร์นิเจอร์สีเข้มทำให้บรรยากาศดูมืด ทึบ และมีสิ่งของหรือการตกแต่งที่เป็นลวดลายไทยแบบท้องถิ่นดั้งเดิม



ภาพที่ 4.20 ภาพพื้นที่ใช้งานของกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี). โดยผู้วิจัย, 2565

2. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี พื้นที่ส่วนกลางมีบริเวณและสัดส่วนที่จำกัด ซึ่งแปรผันตามขนาดที่ดิน ทำให้บางพื้นที่ต้องใช้งานร่วมกัน แต่ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทั่วไปให้ใช้งานได้ บริเวณทางสัญจรไม่มีการประดับตกแต่ง พื้นที่ห้องพักมีขนาดที่กว้าง มีเฟอร์นิเจอร์เพียงพอต่อการใช้งาน ในส่วนโครงสร้างและงานระบบยังใช้งานได้ดี การตกแต่งทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก ส่วนใหญ่ใช้เฟอร์นิเจอร์สีเข้มทำให้บรรยากาศดูมืด ทึบ และมีสิ่งของหรือการตกแต่งที่เป็นลวดลายไทยแบบท้องถิ่นดั้งเดิม

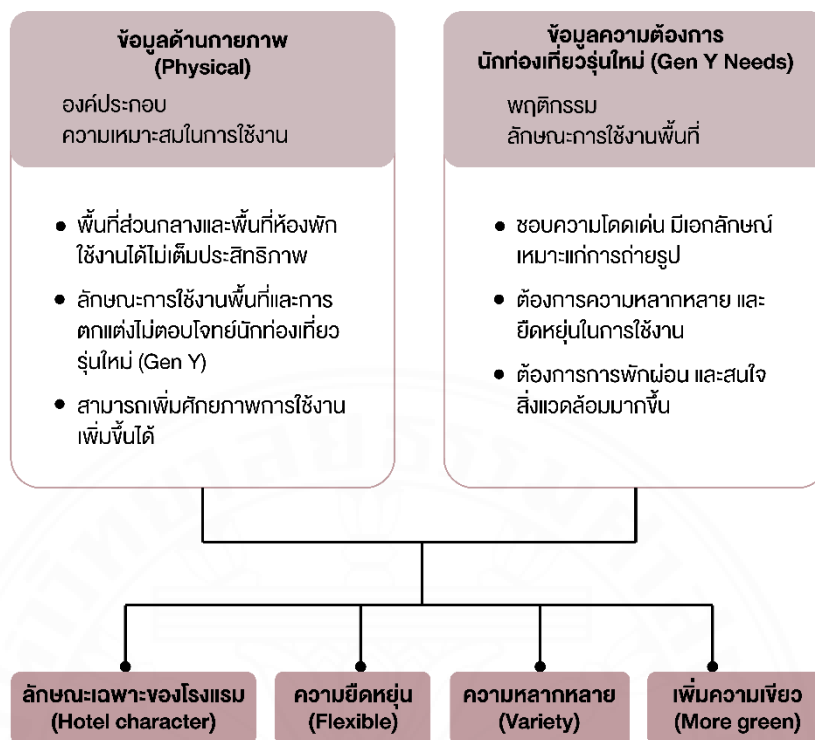


ภาพที่ 4.21 ภาพพื้นที่ใช้งานของกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี. โดยผู้วิจัย, 2565

สรุปข้อมูลลักษณะพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม พบว่า ทั้ง 2 กลุ่ม มีลักษณะพื้นที่ส่วนกลางต่างกัน แต่พื้นที่ห้องพัก โครงสร้าง งานระบบต่าง ๆ รวมถึงลักษณะการตกแต่งมีความคล้ายคลึงกัน

4.4.2 แนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกายภาพของโรงแรม และวิเคราะห์ร่วมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในข้อที่ 4.3 ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปที่มาของแนวคิดที่โรงแรมควรปรับปรุง เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.22 แผนภาพสรุปที่มาของแนวคิดที่โรงแรมควรปรับปรุง เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y). ผู้วิจัย, 2565

จากภาพที่ 4.8 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกายภาพที่เกี่ยวกับองค์ประกอบและความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ของพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องนอน โดยสรุปออกมาได้ คือ พื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องนอน ยังไม่สามารถใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มศักยภาพการใช้งานภายในพื้นที่เพิ่มขึ้นอีกได้ ลักษณะการใช้งานและการตกแต่งยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) อีกส่วนคือ การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมต่าง ๆ และลักษณะการใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม โดยสรุปออกมาได้ คือ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ชื่นชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เพื่อตอบโต้ด้านพฤติกรรมการถ่ายรูป ต้องการความหลากหลายและยืดหยุ่นในการใช้งานส่วนต่าง ๆ รวมถึงต้องการการพักผ่อนและสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จากข้อมูลทั้งหมดนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน จึงได้เป็นแนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character) คือ การที่โรงแรมสามารถสร้างตัวตน ความมีเอกลักษณ์ และโดดเด่นที่ไม่เหมือนใคร สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้

ความยืดหยุ่น (Flexibility) คือ สามารถปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่นได้ทั้งพื้นที่ใช้งานและการบริการ เพื่อให้เหมาะสมและตอบโจทย์กับการใช้งานของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยมากขึ้น

ความหลากหลาย (Variety) คือ การทำให้โรงแรมมีความหลากหลายทั้งการใช้งานและบริการ สร้างทางเลือกใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมมากขึ้น

เพิ่มความเขียว (More green) คือ การหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม สนใจในผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหรือท้องถิ่นมากขึ้น โดยนำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าและบริการของโรงแรม รวมถึงการทำให้โรงแรมมีความกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในชุมชน

4.4.3 ลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

ผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ตามแนวคิดในการปรับปรุงโรงแรมร่วมกับลักษณะของพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุงโรงแรม โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20

ตารางแสดงลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

แนวคิดการปรับปรุงโรงแรม	พื้นที่คงเดิม	พื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม
	พื้นที่ห้องพัก	พื้นที่ส่วนกลาง
ลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel Character)	- เพิ่มการตกแต่งให้ดูทันสมัยขึ้น แต่ยังมีกลิ่นอายท้องถิ่น - จำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะของตัวเอง	- เพิ่มการตกแต่งให้ดูทันสมัยขึ้น แต่ยังมีกลิ่นอายท้องถิ่น - เพิ่มมุมถ่ายรูปที่เป็นจุด Highlight (ที่อื่นไม่มี) - จำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะของตัวเอง
ความยืดหยุ่น (Flexibility)	- เข้าพักได้ 24 ชม. (Check-in/out เวลาเดิม) - เลือกแพ็คเกจเข้าพักได้เอง เช่น พัก 1คืน พร้อมอาหารเช้าหรือเย็น - จัดวางรูปแบบห้องพักให้รองรับการใช้งานที่หลากหลาย เช่น Connecting room	- จัดหาที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย - ปรับห้องส่วนกลางให้รองรับได้หลากหลายกิจกรรมการใช้งาน - มีระบบการจองเพื่อใช้งานพื้นที่ส่วนกลาง - เปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่ใช้งานให้กลายเป็นมุมพักผ่อนที่สงบ สบายตา - ใช้ระบบ touchless มากขึ้น

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ตารางแสดงลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม

แนวคิดการ ปรับปรุง โรงแรม	พื้นที่คงเดิม	พื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม
	พื้นที่ห้องพัก	พื้นที่ส่วนกลาง
ความ หลากหลาย (Variety)	- เพิ่มจุดขายของแต่ละห้อง เช่น ห้องพักมีวิว และธีมการตกแต่ง ต่างกัน	- เพิ่มพื้นที่สำหรับกิจกรรมออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส - หมุนเวียนเมนูอาหารท้องถิ่นตาม ฤดูกาล- เพิ่มห้องให้เช่าสำหรับร้านค้า และบริการต่าง ๆ
เพิ่มความเขียว (More green)	- เพิ่มมุมนั่งเขียว เช่น มุมต้นไม้ - น้ำดื่ม Refill ได้เองตลอดเวลาการ เข้าพัก - Amenities แบบ Organic	- เพิ่มมุมนั่งเขียว เช่น มุมต้นไม้ - ใช้วัสดุหรือผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ มากขึ้น - มีแพ็คเกจบริการร่วมกันภายในชุมชน - ระบบประหยัดพลังงาน

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.16 พื้นที่คงเดิม ในส่วนพื้นที่ห้องพัก เป็นเพียงการปรับปรุงในระดับเล็กน้อยเท่านั้น โดยเป็นการเพิ่มการตกแต่งบางส่วน และเพิ่มจุดขายภายในห้องพัก และพื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม ในส่วนพื้นที่ส่วนกลาง ต้องมีการปรับปรุงพอสมควร เนื่องจากพื้นที่ไม่สามารถรองรับการใช้งานได้อย่างเต็มที่ ควรเพิ่มพื้นที่กิจกรรม ปรับพื้นที่ใช้งาน อีกทั้งยังควรปรับระบบการบริการให้เหมาะกับยุคสมัยมากขึ้น รวมถึงสร้างพื้นที่กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะภายในโรงแรม

4.5 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ศึกษา

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ซึ่งได้รับความยินยอมในการให้ข้อมูลทั้งหมด 5 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ 1) กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 3 โรงแรม ได้แก่ Gord ChiangMai Hotel, Goldenbell Hotel Chiangmai และ 3 Laan House และ 2) กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี

จำนวน 2 โรงแรม ได้แก่ C HOTEL boutique and comfort และ MohnSa Hotel ซึ่งสามารถแบ่งประเด็นของผลการสัมภาษณ์ได้ ดังนี้

- 4.5.1 แนวคิดการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก
- 4.5.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ
- 4.5.3 มุมมองในการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน
- 4.5.4 วิเคราะห์ศักยภาพในการปรับปรุงโรงแรม

4.5.1 แนวคิดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

ตารางที่ 4.21

ตารางการเปรียบเทียบแนวคิดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

แนวคิด ในการ ดำเนินธุรกิจ	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี
มุมมอง การทำธุรกิจ	- เป็นที่ดินส่วนตัว - ต้นทุนในการดูแลไม่สูงมาก - Facilities เหมาะสมกับขนาดของที่ดิน - มีจุดเด่นด้าน Location	- เป็นที่ดินส่วนตัว - อยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง - Facilities เหมาะสมกับขนาดของที่ดิน - มีจุดเด่นด้าน Location
ลักษณะ กลุ่มลูกค้า	- เดิมเป็นต่างชาติทั้งหมด มีอัตราการเข้าพักเกือบ 100% ตลอดทั้งปี - ปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักไม่ถึง 50% โดยส่วนใหญ่เป็นชาวไทยกลุ่มครอบครัว จากโครงการของภาครัฐ - มองว่านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยี ชื่นชอบการถ่ายรูป - ต้องเพิ่มจุดถ่ายรูปและ Facilities ให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น	- เดิมเป็นต่างชาติทั้งหมด มีอัตราการเข้าพักเกือบ 100% ตลอดทั้งปี - ปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักไม่ถึง 50% โดยส่วนใหญ่เป็นชาวไทยหลากหลายกลุ่ม จากโครงการของภาครัฐ - มองว่านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ชื่นชอบการถ่ายรูป เน้นเรื่องราคา - ต้องเพิ่มจุดถ่ายรูปและปรับให้มีความมินิมอล ให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น

โดยผู้วิจัย, 2565.

ในมุมมองการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเลือกทำธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ขนาดเล็ก เพราะมีที่ดินส่วนตัวอยู่แล้วและมีขนาดพื้นที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ได้ โดยมีจุดเด่น คือ Location เข้าถึงสะดวก เดินทางง่าย ซึ่งมองว่าธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก อยู่ในระดับเดียวกันกับคู่แข่ง ซึ่งใช้ Facilities ไม่มาก และคืนทุนได้ไว เป็น Scale ธุรกิจที่สามารถดูแลจัดการได้ง่าย

โดยลักษณะกลุ่มลูกค้า เดิมฐานลูกค้าเป็นชาวต่างชาติเกือบทั้งหมด มีอัตราการเข้าพักสูงตลอดทั้งปี ไม่ว่าจะทั้งช่วง High Season หรือ Low Season เนื่องจากชาวต่างชาติมีหลากหลายสัญชาติ จะผลัดเปลี่ยนกันมาครบทุกช่วงทั้งปี แต่หลังจากเกิดวิกฤตโควิด-19 ทำให้อัตราการเข้าพักลดลงอย่างมาก แต่ปัจจุบัน จากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยหลากหลายกลุ่มมากขึ้น แต่ยังไม่เพียงพอต่อความความมั่นคงทางธุรกิจ โดยมองว่านักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ชื่นชอบความสะดวกสบายในราคาที่จับต้องได้ เน้นการถ่ายรูป ซึ่งโรงแรมควรที่จะปรับการใช้งานให้ยืดหยุ่น เพิ่มจุดถ่ายรูปและปรับการตกแต่ง เพื่อรองรับกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น

4.5.2 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 4.22

ตารางการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	- ระบบน้ำ/ไฟขัดข้องบางครั้ง - คุณภาพวัสดุ - Amenities ไม่พอกับความต้องการ - ให้บริการความต้องการของลูกค้าเท่าที่ทำได้ - ลดต้นทุนด้วยการลดพนักงาน งดบริการอาหารเช้า ปรับมาขาย Amenities และพึ่งพาโครงการจากภาครัฐ	- ระบบน้ำ/ไฟขัดข้องบางครั้ง - Amenities ไม่พอกับความต้องการ - ให้บริการความต้องการของลูกค้าเท่าที่ทำได้ - ลดต้นทุนด้วยการงดบริการอาหารเช้า และพึ่งพาโครงการจากภาครัฐ

โดยผู้วิจัย, 2565.

ปัญหาที่พบจากการทำธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ถือว่าไม่พบเจอปัญหาในระดับใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องระดับเล็กน้อย เช่น มี Amenities ให้บริการไม่ครบ คาดหวังบริการพิเศษเทียบเท่าโรงแรมระดับ 5 ดาว และคุณภาพของวัสดุ รวมถึงระบบน้ำ/ไฟ ที่เมื่อโรงแรมมีอายุการใช้งานมาประมาณหนึ่ง อาจเกิดการเสื่อมโทรมบ้างไปตามกาลเวลา โดยทางโรงแรมเองก็มีมาตรการรองรับในระดับหนึ่ง เช่น จัดหาสินค้ามาให้ถ้าสามารถทำได้ หากเกิดการชำรุดเสียหาย ก็จะมีซ่อมแซม/ทดแทนสินค้าและบริการให้ โดยมีลักษณะการให้บริการที่เป็นกันเองกว่าโรงแรมขนาดใหญ่

หลักจากเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้อัตราการเข้าพักลดลง ส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้น ทางโรงแรมจึงต้องมีการปรับตัวต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนทางธุรกิจ ด้วยการปรับโครงสร้างพนักงาน เช่น ให้พนักงานสลับวันทำงาน ลดการให้บริการบางอย่าง เช่น ไม่มีอาหารเช้า หรือปรับมาขาย Amenities บางอย่างเพิ่มขึ้น รวมถึงพึ่งพาโครงการจากภาครัฐ เพื่อช่วยพยุงธุรกิจให้ยังคงดำเนินต่อไปได้

4.5.3 มุมมองในการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.23

ตารางการเปรียบเทียบมุมมองในการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน

มุมมองการปรับปรุงโรงแรม	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี)	กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี
แนวคิดการปรับปรุง	- เคยปรับปรุงในส่วนการทาสีอาคาร และซ่อมแซมเฟอร์นิเจอร์ - มีแผนจะปรับปรุงอยู่บ้างแล้ว เช่น ปรับภาพลักษณ์และการใช้งานพื้นที่ และเพิ่มพื้นที่กิจกรรมภายในโรงแรม	- เคยปรับปรุงในส่วนการทาสีอาคาร และซ่อมแซมเฟอร์นิเจอร์ - ต้องการปรับภาพลักษณ์และเพิ่มพื้นที่กิจกรรมภายในโรงแรม - รอดิตตามเทรนด์ในอนาคต
ข้อจำกัด	- งบประมาณ ขนาดที่ดิน และข้อกฎหมาย	- งบประมาณ ขนาดที่ดิน และข้อกฎหมาย

โดยผู้วิจัย, 2565.

แนวคิดการปรับปรุงโรงแรม ส่วนใหญ่เคยมีการปรับปรุงอาคารมาบ้างในระดับเล็กน้อย เช่น การทาสี ซ่อมแซมเฟอร์นิเจอร์ โดยช่วงระยะเวลาที่สถานการณ์การท่องเที่ยวยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร จึงเป็นโอกาสในการปรับปรุงโรงแรม โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อค่าบริการลูกค้ามากนัก ซึ่งบางโรงแรมมีการวางแผนแนวคิดการปรับปรุงโรงแรมไว้บ้างแล้ว เช่น การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ เพิ่ม

การใช้งานพื้นที่ภายในโรงแรม รวมถึงการเพิ่มพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการใช้งานให้รองรับกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ในขณะที่บางโรงแรมอยู่ในระยะรอดติดตามสถานการณ์ในอนาคต

ข้อจำกัดในการปรับปรุงโรงแรม มีลักษณะเดียวกัน คือ งบประมาณ เนื่องจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงต้องระมัดระวังการใช้จ่ายเงินเป็นอย่างมาก และยังไม่ต้องการทำอะไรที่เสี่ยงต่อความเสียหายในธุรกิจ อีกประการหนึ่ง คือ ขนาดพื้นที่และกฎหมาย ซึ่งเป็นอีกเหตุผลที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การปรับปรุงโรงแรม เนื่องจากพื้นที่มีจำกัด ไม่สามารถเพิ่มเติมอะไรได้มากนัก และบริเวณที่ตั้งของโรงแรม มีข้อกำหนดต่าง ๆ ควบคุมอยู่ เช่น กฎหมายผังเมือง กฎหมายท้องถิ่น หรือ แม้แต่กฎหมายที่ถูกกำหนดขึ้นใหม่ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงทำให้ไม่สามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้เท่าที่ควร

4.6 การวิเคราะห์ศักยภาพในการปรับปรุงโรงแรม

จากลักษณะกายภาพของโรงแรมในกรณีศึกษา กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) พื้นที่ส่วนกลางยังสามารถเพิ่มพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติมได้ เพื่อให้ใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพมากขึ้น และกลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี สามารถปรับพื้นที่ส่วนกลางที่มีอยู่ ให้มีความยืดหยุ่นในการใช้งานมากขึ้นได้

ทั้ง 2 กลุ่มนี้ มีลักษณะพื้นที่การใช้งานที่ใกล้เคียงกัน โดยพื้นที่ส่วนกลางยังไม่เหมาะสมต่อการใช้งาน และพื้นที่ห้องพักยังสามารถปรับหรือเพิ่มการใช้งานให้มากขึ้นได้ โดยการใช้งานทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพักไม่ได้รับผลกระทบจากโครงสร้างอาคาร รวมถึงการตกแต่งยังไม่ตอบโจทย์กับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

ลักษณะการปรับปรุงโรงแรมจึงสามารถสรุปและใช้แนวทางการปรับปรุงภายใต้แนวคิดเดียวกันได้ โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประเด็น ซึ่งการปรับปรุงโรงแรม สามารถกระทำบนพื้นฐานโครงสร้างเดิมได้ โดยเป็นการปรับ/เปลี่ยนพื้นที่ใช้งาน เพิ่มกิจกรรมต่าง ๆ ภายในโรงแรม รวมถึงการออกแบบตกแต่งโรงแรมใหม่ เพื่อเป็นจุดเด่นให้กับโรงแรมได้มากขึ้น

ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมที่จะปรับปรุงอาคารเพื่อให้รองรับกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น แต่ต้องการให้อยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัด คือ ทำให้กระทบกับงบประมาณน้อยที่สุด โดยต้องเป็นการปรับปรุงที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนักแต่เห็นผลได้ชัดเจน ในส่วนขนาดพื้นที่ และกฎหมาย เป็นประเด็นที่ควบคุมได้ยาก ควรหลีกเลี่ยงการปรับปรุงที่กระทบในประเด็นเหล่านี้

4.7 การวิเคราะห์ระยะเวลาในการปรับปรุงโรงแรม

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลทางกายภาพของโรงแรม ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงโรงแรม โดยถึงแม้ว่าโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก จะมีอายุการใช้งานมาประมาณหนึ่ง นอกจากจะต้องมีการดูแล ปรับปรุง เพื่อทำให้อาคารดูใหม่ สะอาดและน่าใช้งานแล้ว ยังต้องมีการปรับปรุงโรงแรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสามารถสรุปการปรับปรุงโรงแรมโดยแบ่งเป็นช่วงระยะเวลาในการปรับปรุง คือ ระยะสั้น (Short term) ระยะกลาง (Mid term) และระยะยาว (Long term) ได้ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24

ตารางการวิเคราะห์ระยะเวลาในการปรับปรุงโรงแรม

ระยะเวลา	เงื่อนไข	รายละเอียด
ระยะสั้น (Short term)	ภายในระยะเวลา 1 ปี สามารถปรับปรุงใน ลักษณะที่เน้นเปลี่ยน ภาพลักษณ์ของอาคาร ให้ดูใหม่ ทันสมัย และ ดึงดูดผู้ใช้งานมากขึ้น	- เพิ่มการตกแต่ง ปรับเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ให้เข้ากับ การออกแบบมากขึ้น ทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ ห้องพัก - สร้างจุดขายเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ใช้งาน เช่น มีวิวต่างกัน มีธีมต่างกัน
ระยะกลาง (Mid term)	ภายในระยะเวลา 3 ปี สามารถปรับปรุงพื้นที่ การใช้งาน รวมถึง สินค้าและบริการให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการ แข่งขันทางธุรกิจ	- ปรับเปลี่ยนพื้นที่ส่วนกลางให้ใช้งานได้อย่างเต็ม ประสิทธิภาพ เช่น เพิ่มพื้นที่กิจกรรม - ปรับระบบการเข้าพักให้ใช้งานสะดวก ดำเนินการได้ ด้วยตัวเอง - เพิ่มความหลากหลายและแปลกใหม่ เช่น เมนูอาหารท้องถิ่น - หันมาใช้สินค้าใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อ ลดต้นทุนการนำเข้าหรือขนส่ง และเป็นการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ในชุมชน

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตารางการวิเคราะห์ระยะเวลาในการปรับปรุงโรงแรม

ระยะเวลา	เงื่อนไข	รายละเอียด
ระยะยาว (Long term)	หลังจาก 3 ปี ขึ้นไป สามารถเริ่มปรับปรุง ระบบการใช้งาน เพื่อ สร้างความมั่นคงและ ก้าวหน้าในธุรกิจ	- ปรับพื้นที่ให้สามารถรองรับการใช้งานในอนาคตได้ - ใช้เทคโนโลยี touchless เช่น เซนเซอร์มากขึ้น - สร้างแพ็คเกจบริการต่าง ๆ ร่วมกันภายในชุมชน - เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน - ใช้ระบบประหยัดพลังงานเพื่อความยั่งยืน - ติดตามเทรนด์ใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับโรงแรม

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.24 การปรับปรุงระยะสั้น มีการจัดการที่ง่าย เป็นสิ่งที่สามารถทำได้ แรกเริ่มทันที ด้วยการแสดงตัวตนและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ให้กับโรงแรม เป็น First Impression ให้กับลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ

ในขณะที่การปรับปรุงระยะกลาง เป็นการจัดการที่ต้องใช้ระยะเวลา เนื่องจากต้องมีการเปลี่ยนแปลงทั้งพื้นที่การใช้งานและการบริการ เพื่อให้เหมาะสมและตอบโจทย์กับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น โดยเป็นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และเริ่มเกิดการจดจำในผลิตภัณฑ์

และสุดท้าย การปรับปรุงระยะยาว เน้นการบริหารระบบงาน เป็นลักษณะที่ต้องสร้างมั่นคงให้กับธุรกิจ พื้นที่ใช้งานและการบริการต้องมีจุดเด่นที่ดึงดูดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรม เพื่อสร้าง Brand Royalty ในกลุ่มลูกค้าต่อไป

เนื่องจากโรงแรมแต่ละแห่งมีต้นทุนที่แตกต่างกัน ทั้งเรื่องพื้นที่และการบริหารงาน ผู้วิจัยจึงมองว่า ระยะเวลาการปรับปรุงโรงแรมดังกล่าว เป็นเพียงแนวทางในการดำเนินงาน ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการปรับปรุงโรงแรม เพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y)

4.8 การประเมินความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแนวทางการปรับปรุงโรงแรม โดยให้ผู้ประกอบการโรงแรม ระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก จำนวน 1 คน ประเมินแนวทางการปรับปรุงโรงแรมจากลักษณะการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม ข้อที่ 4.4.3 และการวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงโรงแรมในข้อที่ 4.6 ซึ่งเป็นการสอบถามถึงมุมมองความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรม และขอคำแนะนำเพิ่มเติม รวมถึงมุมมองทางด้านธุรกิจที่เกี่ยวกับการปรับปรุงโรงแรมให้มีความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน โดยผู้วิจัย

จะทำการรวบรวมข้อมูลและนำไปสรุปเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ให้ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ต่อไป โดยแบบสอบถามมีรายละเอียดตามภาคผนวก ก ซึ่งมีรายละเอียดมุมมองของผู้ประกอบการตามรูปแบบความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรมต่าง ๆ ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25

ตารางความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

	พื้นที่คงเดิม : พื้นที่ห้องพัก	พื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม : พื้นที่ส่วนกลาง
ตามลักษณะพื้นที่ภายในโรงแรม	เห็นด้วย - ไม่จำเป็นต้องปรับปรุงถึงขั้นเปลี่ยนโครงสร้าง เช่น เปลี่ยนตำแหน่งห้องน้ำ - ในส่วนของห้องพัก ณ ตอนนี้อย่างไม่จำเป็นต้องปรับปรุงมาก	เห็นด้วย - ไม่จำเป็นต้องปรับปรุงทุกส่วนของอาคาร - ในส่วนของ public area จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุง ให้มีพื้นที่ทำงาน
	เป็นการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์และงานตกแต่งภายในก็น่าจะเพียงพอเช่น เปลี่ยนคอมไฟต์โต๊ะ ผ้าม่านเตียงรูปภาพ - หากห้องพักเริ่มทรุดโทรมก็ควรปรับปรุงให้รู้สึกใหม่และสะอาดอยู่เสมอ	และพื้นที่สีเขียวมากขึ้น เพื่อเป็นจุดถ่ายรูป และนั่งผ่อนคลายในส่วนนี้ได้ - พฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบัน มักจะพักอยู่ในโรงแรมนานขึ้น โดยเป็นการท่องเที่ยวแบบทำงานไปด้วยนอกสถานที่ (WFH) ซึ่งการมีพื้นที่ส่วนกลางให้ออกมาเปลี่ยนบรรยากาศการทำงานนอกจากอยู่แต่ในห้องพักน่าจะช่วยให้ลูกค้าประทับใจในที่พักมากขึ้น
ตามแนวคิดการปรับปรุงโรงแรม	Character, Adaptable (Space & service), Variety และ More green เห็นด้วย เป็นการสร้างอัตลักษณ์ ความโดดเด่นของโรงแรมที่ต่างจากคู่แข่ง และนักท่องเที่ยวปัจจุบันต้องการความแตกต่าง โดยคำนึงถึงความทันสมัยที่คู่ไปกับการรักษาสีเขียวแวดล้อม	

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ตารางความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

ตามช่วง ระยะเวลา การปรับปรุง	ระยะสั้น (Short term) ระยะกลาง (Mid term) และระยะยาว (Long term)
	เห็นด้วย - ระยะสั้น สามารถทำได้ และทำได้เร็วด้วยเพราะใช้เงินและเวลาไม่มาก - ระยะกลาง สามารถทำได้ เป็นการวางแผนการจัดการและการบริการ อาจจะมี ความซับซ้อนในการจัดการมากขึ้น แต่ก็ทำให้ลูกค้าที่เข้าพักได้รับความสะดวกสบาย และได้รับการอย่างคุ้มค่า - ระยะยาว สามารถทำได้ แต่อาจจะต้องรอเวลาเพื่อสะสมเงินทุนในการปรับปรุง จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมาทำให้โรงแรมต้องระมัดระวังการใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งในส่วนของการบริหารและงานปรับปรุงอาคาร อีกทั้งโครงสร้างต่าง ๆ ภายใน โรงแรมยังแข็งแรงมาก
ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม	มีความเห็นว่าควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการลูกค้าและงานกายภาพ เช่น Self Check-in ผ่าน app ทำให้ลูกค้าเองและพนักงานโรงแรมไร้กังวลกับการมาถึง ของลูกค้า ที่บางครั้งมาถึงเข้ามาหรือดึกมาก หรือการใช้เทคโนโลยีควบคุมการ เปิดปิดประหยัดไฟฟ้าแสงสว่างอัตโนมัติ หรือแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อประหยัดพลังงาน เป็นการลดค่าใช้จ่ายและ go green

โดยผู้วิจัย, 2565.

จากตารางที่ 4.25 มุมมองจากผู้ประกอบการโรงแรม สามารถสรุปได้ว่า การปรับปรุง โรงแรมตามแนวทางที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ไว้ ทั้งรูปแบบการปรับปรุงโรงแรมตามลักษณะพื้นที่ ของโรงแรม ตามแนวคิดการปรับปรุงโรงแรม และ ตามช่วงระยะเวลาการปรับปรุง มีความเป็นไปได้ สามารถทำได้จริง โดยความคิดเห็นของผู้ประกอบการเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเห็นด้วยที่จะทำ การปรับปรุงโรงแรมในลักษณะเช่นนี้ ซึ่งจะเป็นข้อมูลในการสนับสนุนแนวทางการปรับปรุงโรงแรม ของผู้วิจัยว่า แนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็กในลักษณะนี้ จะสามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

เป็นการสรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการปรับปรุงโรงแรมทั้งลักษณะทางกายภาพและข้อมูลความต้องการใช้งานพื้นที่ และการวิเคราะห์มุมมองจากผู้ประกอบการถึงความเป็นไปได้ในการปรับปรุงโรงแรม โดยนำข้อมูลที่ได้จากวิเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ มาสรุปเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) อีกทั้งได้ทำการสรุปและอภิปรายผลภายในงานวิจัย รวมถึงผู้วิจัยได้นำเสนอข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมไว้ในงานวิจัยฉบับนี้ โดยการสรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรม มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปลักษณะกายภาพในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน

5.1.1 พื้นที่ส่วนกลาง

5.1.2 พื้นที่ห้องพัก

5.2 สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ในปัจจุบัน

5.3 สรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

5.4 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5.5 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะภายในงานวิจัย

5.1 สรุปลักษณะทางกายภาพในโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในปัจจุบัน

5.1.1 พื้นที่ส่วนกลาง

กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) มีพื้นที่สำหรับรองรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายได้ แต่ยังไม่ถูกใช้งานอย่างเต็มที่ ซึ่งภายในอาคารมีพื้นที่เหลือเพียงพอที่จะสามารถปรับปรุงพื้นที่ด้วยการปรับ/เปลี่ยนลักษณะของพื้นที่ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้งานให้มากขึ้นได้ ในขณะที่กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี พื้นที่ส่วนกลางสามารถรองรับกิจกรรมได้น้อย เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านขนาดที่ดิน และข้อกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงพื้นที่ในเวลาถัดมา แต่ภายในอาคารยังมีกิจกรรมชั้นพื้นฐานทั่วไปให้ใช้งานได้

ในส่วนโครงสร้างบริเวณพื้นที่ส่วนกลางของทั้ง 2 กลุ่ม ยังสามารถใช้งานได้ดี ระบบต่าง ๆ ยังสามารถใช้งานได้เป็นปกติ สามารถปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางบนพื้นฐานโครงสร้างเดิมได้ โดยลักษณะการตกแต่งและการบริการ ขาดความทันสมัย ยังไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม เห็นสมควรในการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง โดยมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนการใช้งานพื้นที่ การเพิ่มการตกแต่ง รวมถึงปรับระบบการบริการให้เหมาะสมต่อการใช้งานมากขึ้น

5.1.2 พื้นที่ห้องพัก

กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) มีประเภทและขนาดห้องพักที่หลากหลาย ภายในห้องพักมีพื้นที่กว้างเพียงพอสำหรับมุนั่งเล่น และเน้นพื้นที่เก็บของ ในขณะที่กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี เน้นห้องพักประเภทพื้นฐาน ได้แก่ Standard Superior และ Deluxe มีขนาดห้องไม่เกิน 30 ตร.ม. แม้มีขนาดห้องพักไม่กว้างมาก แต่สามารถใช้งานพื้นที่ภายในห้องพักได้ครอบคลุมทุกการใช้งาน

ในส่วนโครงสร้างบริเวณพื้นที่ห้องพักของทั้ง 2 กลุ่ม ยังสามารถใช้งานได้ดี ระบบต่าง ๆ ยังสามารถใช้งานได้เป็นปกติ ลักษณะการใช้งานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) โดยสามารถปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในระดับเล็กน้อยก็เพียงพอแล้ว ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม เห็นสมควรในการปรับปรุงโดยที่ไม่กระทบต่อโครงสร้าง เช่น ห้องน้ำ โดยมีความพร้อมในการปรับ/เปลี่ยนวัสดุหรือเฟอร์นิเจอร์ และเพิ่มการตกแต่งเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น

5.2 สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ในปัจจุบัน

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการในการเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในปัจจุบัน โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 401 คน ซึ่งสามารถสรุปข้อมูลความต้องการในการเข้าพักภายในโรงแรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

พฤติกรรมการเข้าพัก

นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ชื่นชอบโรงแรมสไตล์ผสมผสานระหว่างความทันสมัยและความเป็นท้องถิ่น โดยมีการท่องเที่ยวก่อนแล้วจึงเข้าทำการ Check-in ภายในโรงแรม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) นิยมทำกิจกรรมภายในโรงแรม ได้แก่ การพักผ่อนในห้องพักรวมที่สุดรองลงมา คือ ถ่ายรูปบริเวณโรงแรม และรับประทานอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

การตัดสินใจเข้าพัก

ในการตัดสินใจเข้าพักภายในโรงแรม นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ให้ความสำคัญกับความสวยงาม/เอกลักษณ์ของโรงแรมมากที่สุด โดยโรงแรมต้องมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรม เพื่อที่เป็นจุดดึงดูดแก่ผู้ใช้งาน รองลงมาคือ ความคิดเห็นต่อโรงแรม (รีวิว) โดยโรงแรมจะต้องมีทั้งลักษณะกายภาพและการบริการที่ดี เพื่อให้ผู้ที่มาใช้งานเกิดความพึงพอใจ ทำการบอกกล่าวเชิญชวนแก่ผู้ใช้งานคนอื่นต่อไป และความใหม่/ทันสมัยของโรงแรม โดยโรงแรมจะต้องคอยทำการปรับปรุงทั้งลักษณะกายภาพ การใช้งาน รวมถึงการบริการให้เกิดความใหม่และทันสมัย ตอบโจทย์กับผู้ใช้งานอยู่เสมอ

การใช้งานพื้นที่

ในส่วนพื้นที่ส่วนกลาง นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ให้ความสำคัญกับที่จอดรถประเภทยนต์มากที่สุด โดยไม่จำเป็นต้องมีที่จอดเป็นของตัวเอง แต่ต้องคอยให้บริการความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน รองลงมา คือ พื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย โดยเป็นกิจกรรมที่เกิดความเคลื่อนไหวของร่างกาย เช่น สร่ายน้ำ ฟิตเนส หรือการปั่นจักรยาน และพื้นที่ Lobby ต้องมีมุมนั่งพักผ่อนและสามารถถ่ายรูปได้

ในส่วนพื้นที่ห้องพัก นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ให้ความสำคัญกับรูปแบบพื้นที่ห้องพักมากที่สุด โดยต้องมีความหลากหลายและให้ความสะดวกสบายในการเข้าพัก รองลงมา คือ สัดส่วนพื้นที่ โดยต้องแบ่งสัดส่วนภายในห้องพักให้มีความเหมาะสม เช่น บริเวณพื้นที่นอนมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอ และการใช้งานภายในห้องพัก โดยต้องสามารถใช้งานได้หลากหลายและมีความสะดวกในการใช้งาน

โดยการใช้งานพื้นที่จะต้องมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ประการแรก คือ ความทันสมัย ซึ่งการใช้ระบบออนไลน์ 24 ชั่วโมง มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมา คือ การลดการสัมผัส (Touchless) และปรับเปลี่ยนแพ็คเกจการเข้าพักเองได้ ตามลำดับ ประการถัดมา คือ กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมุมถ่ายรูปภายในพื้นที่ส่วนกลางมีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมา คือ พื้นที่สีเขียวภายในโรงแรม และเสิร์ฟอาหารท้องถิ่น ตามลำดับ ประการสุดท้าย คือ เอกลักษณ์ ซึ่งการตกแต่งผสมผสานความเป็นชุมชนท้องถิ่นมีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมา คือ จุดชมวิวภายในโรงแรม และการออกแบบตกแต่ง Mood & Tone มีความกลมกลืนกัน ตามลำดับ

5.3 สรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก

จากการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมร่วมกับเงื่อนไขความเป็นไปได้จากผู้ประกอบการ จึงสามารถสรุปได้เป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

ระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (GEN Y) ตามแนวคิดในการปรับปรุง ซึ่งแบ่งได้ตามช่วงระยะเวลาต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.1



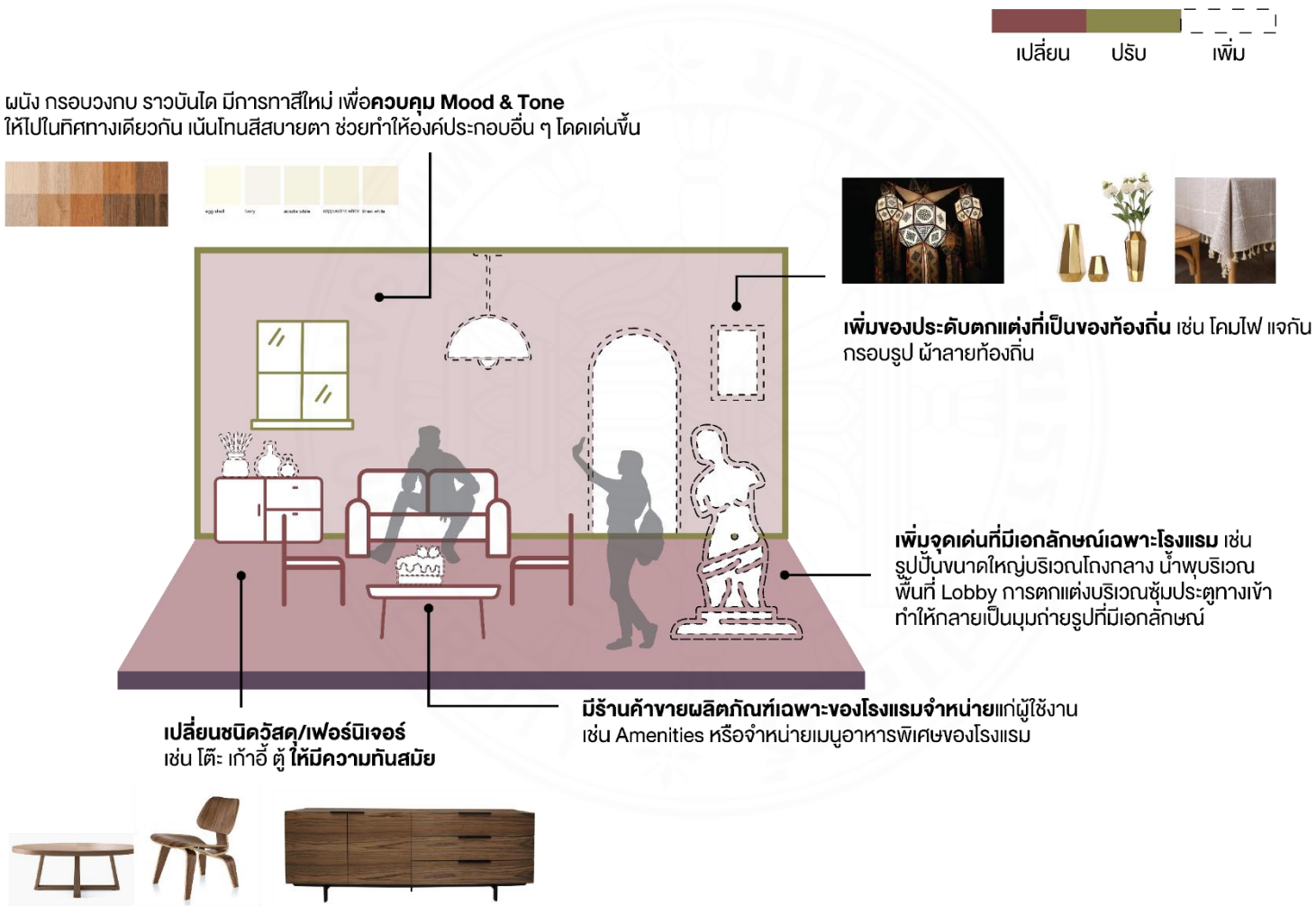
ตารางที่ 5.1

ตารางสรุปแนวทางการปรับปรุงโรงแรม

	ระยะสั้น (Short term) ภายใน 1 ปี		ระยะกลาง (Mid term) ภายใน 3 ปี		ระยะยาว (Long term) 3 ปีขึ้นไป	
ลักษณะ	เน้นเปลี่ยนแปลงลักษณะ จัดการได้ง่าย รวดเร็ว ใช้งบประมาณน้อย		เน้นความหลากหลายของการใช้งาน ซับซ้อนขึ้น แต่คุ้มค่า		จัดการระบบบริหารงาน สร้างความมั่นคงในธุรกิจ	
ลักษณะเฉพาะ ของโรงแรม (Hotel character)	พื้นที่ ส่วนกลาง	- เปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ทันสมัย ทาสีใหม่ - เพิ่มของตกแต่งท้องถิ่น - มุมถ่ายรูป Highlight (ที่อื่นไม่มี)	พื้นที่ ส่วนกลาง	- ร้านค้าผลิตภัณฑ์เฉพาะของ โรงแรม	พื้นที่ ส่วนกลาง	-
	พื้นที่ ห้องพัก	- เปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ทันสมัยและทาสีใหม่ - เพิ่มของตกแต่งท้องถิ่น	พื้นที่ ห้องพัก	- มีของตกแต่งในห้องที่ผลิตเฉพาะ โรงแรม	พื้นที่ ห้องพัก	
ความยืดหยุ่น (Flexibility)	พื้นที่ ส่วนกลาง	-	พื้นที่ ส่วนกลาง	- พื้นที่จอดรถ - พื้นที่ทำงาน - มุมพักผ่อน	พื้นที่ ส่วนกลาง	- พื้นที่ยืดหยุ่น - ระบบเซนเซอร์
	พื้นที่ ห้องพัก		พื้นที่ ห้องพัก	- เพิ่มตู้ Self Check-in เพื่อ ยืดหยุ่นเวลาในการเข้าพัก	พื้นที่ ห้องพัก	- ใช้งานได้หลายแบบ - เลือกแพ็คเกจเข้าพัก
ความ หลากหลาย (Variety)	พื้นที่ ส่วนกลาง	- จุดชมวิว	พื้นที่ ส่วนกลาง	- พื้นที่ออกกำลังกาย - อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล	พื้นที่ ส่วนกลาง	- เพิ่มพื้นที่ให้เช่า
	พื้นที่ ห้องพัก	- ตกแต่งเป็นธีมต่าง ๆ	พื้นที่ ห้องพัก	-	พื้นที่ ห้องพัก	-
เพิ่มความเขียว (More green)	พื้นที่ ส่วนกลาง	- เพิ่มมุมสีเขียว	พื้นที่ ส่วนกลาง	- ใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ	พื้นที่ ส่วนกลาง	- สร้างแพ็คเกจร่วมกับบริการใน ชุมชน - ระบบประหยัดพลังงาน
	พื้นที่ ห้องพัก	- เพิ่มมุมสีเขียว - น้ำดื่ม Refill ได้เอง	พื้นที่ ห้องพัก	- Amenities แบบ Organic	พื้นที่ ห้องพัก	

โดยผู้วิจัย, 2565.

5.3.1 ตัวอย่างลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character) พื้นที่ส่วนกลาง

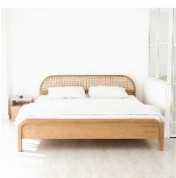
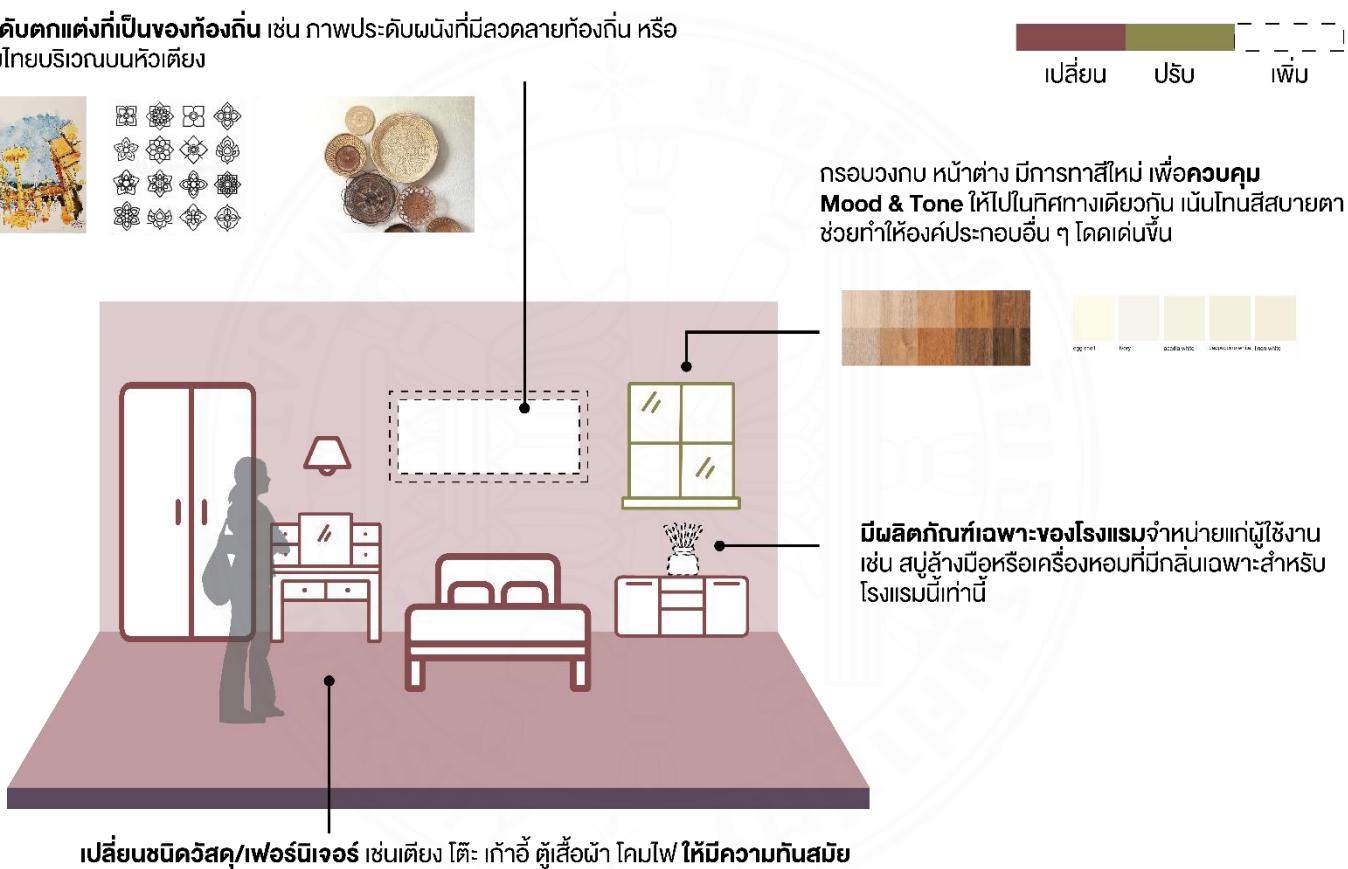


ภาพที่ 5.1 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character).
ภาพจาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ส่วนกลาง สามารถทำได้โดยการเปลี่ยนชนิดวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ เช่น โต๊ะเก้าอี้ ตู้ ให้มีความทันสมัย ผนัง กรอบวงกบ ราวบันได มีการทาสีใหม่เพื่อควบคุม Mood & Tone ให้ไปในทิศทางเดียวกัน เน้นโทนสีสบายตา ช่วยทำให้องค์ประกอบอื่น ๆ โดดเด่นขึ้น และเพิ่มของประดับตกแต่งที่เป็นของท้องถิ่น เช่น โคมไฟ แจกัน กรอบรูป ผ้าลายท้องถิ่น และเพิ่มจุดเด่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโรงแรม เช่น รูปปั้นขนาดใหญ่บริเวณโถงกลาง น้ำพุบริเวณพื้นที่ Lobby การตกแต่งบริเวณซุ้มประตูทางเข้า ซึ่งจะทำให้กลายเป็นมุมถ่ายรูปที่มีเอกลักษณ์ เป็นการผสมผสานความทันสมัยเข้ากับความเป็นท้องถิ่น



พื้นที่ห้องพัก



ภาพที่ 5.2 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะเฉพาะของโรงแรม (Hotel character).
ภาพจาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

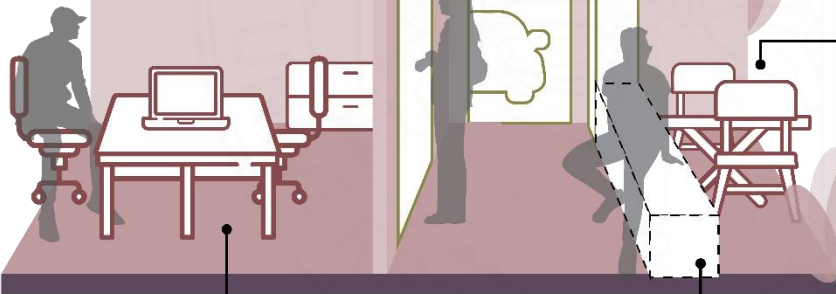
พื้นที่ห้องพัก สามารถทำได้โดยการเปลี่ยนชนิดวัสดุ/เฟอร์นิเจอร์ เช่น เติ่ง โต๊ะ เก้าอี้ ตู้เสื้อผ้า โคมไฟ ให้มีความทันสมัย กรอบวงกบ หน้าต่าง มีการทาสีใหม่ เพื่อควบคุม Mood & Tone ให้ไปในทิศทางเดียวกัน เน้นโทนสีสบายตา ช่วยทำให้องค์ประกอบอื่น ๆ โดดเด่นขึ้น และเพิ่มของประดับตกแต่งที่เป็นของท้องถิ่น เช่น ภาพประดับผนังที่มีลวดลายท้องถิ่น หรือ Pattern ลายไทย บริเวณบนหัวเตียง

ทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก สามารถมีผลิตภัณฑ์เฉพาะของโรงแรม จำหน่ายแก่ผู้ใช้งานได้ เช่น สบู่ล้างมือหรือเครื่องหอมที่มีกลิ่นเฉพาะสำหรับโรงแรมนี้เท่านั้น หรือ จำหน่ายเมนูอาหารพิเศษของโรงแรม



5.3.2 ตัวอย่างลักษณะความยืดหยุ่น (Flexibility) พื้นที่ส่วนกลาง

เปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีคนใช้งาน ให้เกิดกิจกรรมมากขึ้น เช่น กลายเป็นพื้นที่ทำงาน ซึ่งต้องเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ให้เหมาะสม ปรับตู้ตั้งโชว์ให้สามารถเก็บขนมเครื่องดื่ม รวมถึงเพิ่มระบบไฟ และแสงสว่างให้เพียงพอต่อการใช้งาน



ปรับให้เป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานแบบยืดหยุ่นได้ คือ ไม่ระบุเจาะจงว่าต้องเป็นกิจกรรมประเภทใด เพื่อรองรับความต้องการกิจกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (Gen Y)



เป็นพื้นที่ทำงานร่วมกัน แต่สามารถ
กันสัดส่วนเป็นพื้นที่ส่วนตัวได้



สามารถปรับเป็นพื้นที่นั่งทานการได้
เช่น เพิ่มโต๊ะพูล มีตู้เก็บบอร์ดเกม

เปลี่ยน ปรับ เพิ่ม

จัดหาพื้นที่จอดรถให้สะดวกแก่ผู้ใช้งาน (ไม่จำเป็นต้องมีที่จอดเป็นของตนเอง แต่ต้องมีพื้นที่คอยเตรียมไว้ให้บริการอย่างสะดวก)

ลดองค์ประกอบการตกแต่งที่ไม่จำเป็น เช่น กระจกไม่รอบเสา และทาสีใหม่ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบริเวณอื่น



เพิ่มพื้นที่มุมพักผ่อน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ได้แก่ชุดเก้าอี้สนาม ที่เป็นวัสดุไม้แทนวัสดุเหล็ก ให้ทันสมัยและทนต่อการใช้งานมากขึ้น



เพิ่มบ้านนั่งยาวบริเวณแนวทางเดิน เพื่อลดพื้นที่ว่างที่ไม่ถูกใช้งาน เพื่อเป็นพื้นที่พักผ่อน สามารถชมวิวและบรรยากาศของโรงแรมได้



ภาพที่ 5.3 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะความยืดหยุ่น (Flexibility). ภาพจาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ส่วนกลาง สามารถทำได้โดยการจัดหาพื้นที่จอดรถให้สะดวกแก่ผู้ใช้งาน (ไม่จำเป็นต้องมีที่จอดเป็นของตนเอง แต่ต้องมีพื้นที่คอยเตรียมไว้ให้บริการอย่างสะดวก) รวมถึงเพิ่มพื้นที่มุมพักผ่อน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ ชุดเก้าอี้สนาม ที่เป็นวัสดุไม้แทนวัสดุเหล็ก ให้ทันสมัยและทนต่อการใช้งานมากขึ้น ลดองค์ประกอบการตกแต่งที่ไม่จำเป็น เช่น ระแนงไม้รอบเสา และทาสีใหม่ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบริเวณอื่น เพิ่มม้านั่งยาวบริเวณแนวทางเดิน เพื่อลดพื้นที่ว่างที่ไม่ถูกใช้งาน เพิ่มให้ผู้ใช้งานได้มีพื้นที่พักผ่อน สามารถชมวิวและบรรยากาศของโรงแรมได้

การปรับปรุงเพิ่มอีกส่วนคือ ปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีคนใช้งาน ให้เกิดกิจกรรมมากขึ้น เช่น กลายเป็นบริเวณพื้นที่ทำงาน ที่ทุกคนสามารถมาใช้ร่วมกันได้ ซึ่งต้องมีการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ให้เหมาะสม รวมถึงให้บริการไฟฟ้าอย่างเพียงพอ ปรับการใช้งานเฟอร์นิเจอร์จากเดิมเป็นตู้ตั้งโชว์ ให้กลายเป็นตู้ที่สามารถเก็บขนมเครื่องดื่มที่ให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงควรเพิ่มแสงสว่างให้เพียงพอต่อการใช้งาน

และพื้นที่ส่วนกลางสามารถปรับให้เป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานแบบยืดหยุ่นได้ คือ ไม่ระบุเจาะจงว่าต้องเป็นกิจกรรมประเภทใด โดยอาจเป็นพื้นที่ทำงานร่วมกัน แต่สามารถกันสัดส่วนเป็นพื้นที่ส่วนตัวได้ หรือสามารถปรับเป็นพื้นที่นันทนาการได้ เช่น เพิ่มโต๊ะพูล มีตู้เก็บบอร์ดเกม หรือแม้แต่มุมพักผ่อน เช่น มุมอ่านหนังสือ เพื่อรองรับความต้องการกิจกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) อีกทั้งพื้นที่ส่วนกลางควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างจุด เช่น ระบบเซนเซอร์ในการเปิด-ปิดประตู ก๊อกน้ำอัตโนมัติ เพื่อลดโอกาสในการสัมผัสเชื้อโรค

พื้นที่ห้องพัก

เปลี่ยน ปรับ เพิ่ม



เครื่อง Self Check-in ที่ผู้ใช้งานสามารถ Check-in/out ด้วยตัวเองตามเวลาที่สะดวก



ปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้หลากหลาย เช่น มีห้องพักที่เป็น Connecting room ที่เชื่อมห้องเล็กและห้องใหญ่ไว้ด้วยกัน เพื่อรองรับผู้ใช้งานกลุ่มใหญ่ โดยสามารถใช้ Facilities ร่วมกันได้

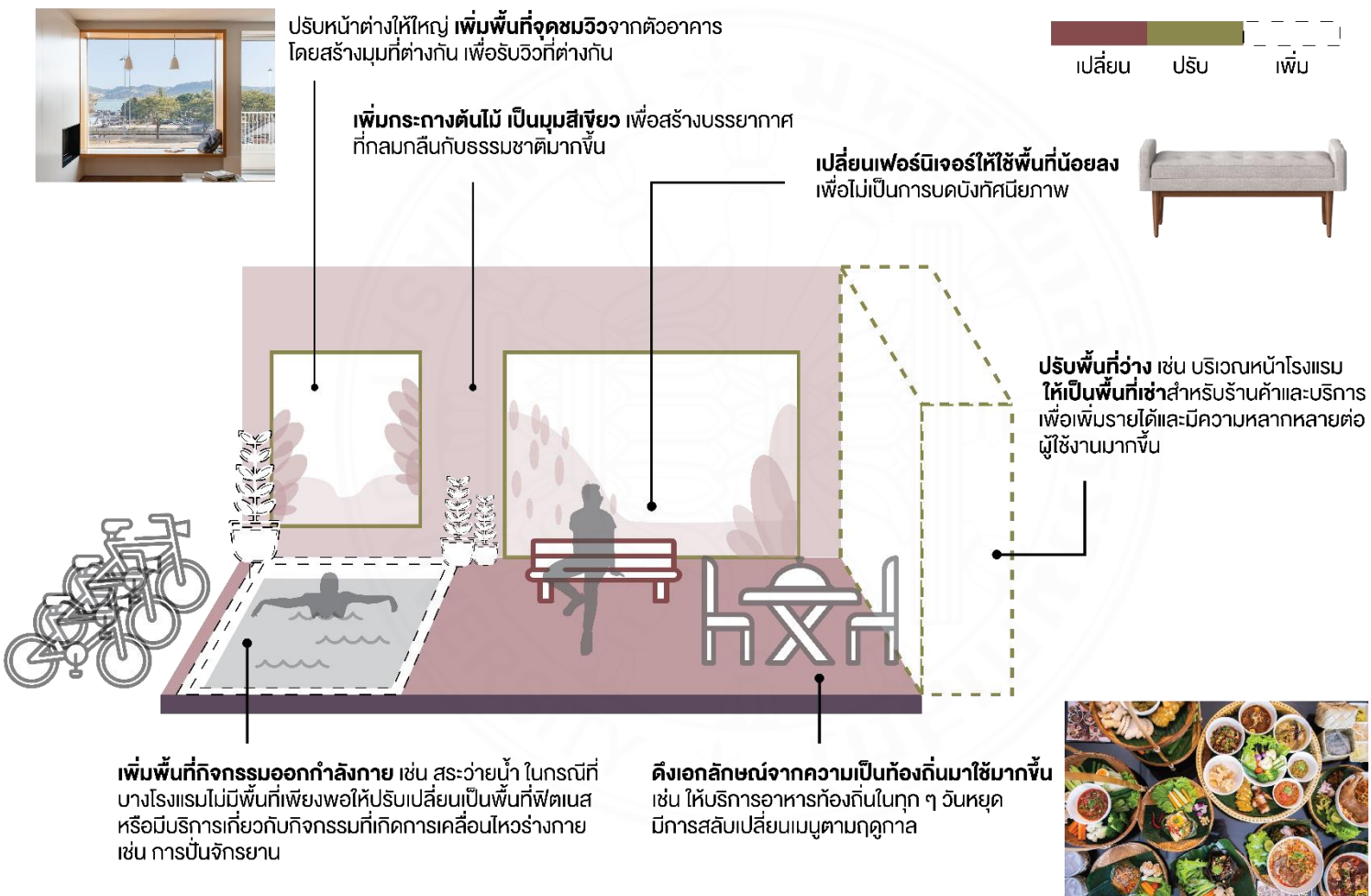
สามารถเลือกแพ็คเกจเองได้ เช่น พัก 1 คืน พร้อมอาหารเช้าหรือเย็น หรือเลือกสัฟในห้องพัก

ภาพที่ 5.4 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะความยืดหยุ่น (Flexibility). ภาพจาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ห้องพักควรปรับปรุงแบบการใช้งานได้หลากหลายแบบ เช่น มีห้องพักที่เป็น Connecting room สามารถปรับเป็นห้องขนาดใหญ่ รองรับผู้ใช้งานกลุ่มใหญ่ได้ และในการเข้าพักสามารถเลือกแพ็คเกจเองได้ เช่น พัก 1 คืน พร้อมอาหารเช้าหรือเย็น หรือเลือกเสริมพินห้องพัก พัก 1 คืน พร้อมบริการสปา โดยในการจองห้องพัก ผู้ใช้งานอาจมีความจำเป็นต้องทำการ Check-in/out นอกเวลาทำการ จึงควรมีการปรับปรุงระบบการให้บริการด้วยเครื่อง Self Check-in ที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกเวลาเข้าพักได้ด้วยตัวเองตามเวลาที่สะดวก ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดต้นทุนเรื่องพนักงาน รวมถึงลดการสัมผัสจากการใกล้ชิดบุคคลอื่นได้อีกด้วย



5.3.3 ตัวอย่างลักษณะความหลากหลาย (Variety) พื้นที่ส่วนกลาง



ภาพที่ 5.5 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะความหลากหลาย (Variety). ภาพ
จาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ส่วนกลาง สามารถทำได้โดยการเพิ่มพื้นที่จุดชมวิวด้านอาคาร โดยสร้างมุมที่ต่างกัน เพื่อรับวิวที่ต่างกัน เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศภายในโรงแรม โดยกลายปรับหน้าต่างให้ใหญ่ และเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ให้ใช้พื้นที่น้อยลง เพื่อไม่เป็นการบดบังทัศนียภาพ เพิ่มพื้นที่กิจกรรมออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ ในกรณีที่บางโรงแรมไม่มีพื้นที่เพียงพอ ให้ปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ฟิตเนส หรือมีบริการเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดการเคลื่อนไหวร่างกาย เช่น การปั่นจักรยาน เพิ่มกระถางต้นไม้เป็นมุมสีเขียว เพื่อสร้างบรรยากาศที่กลมกลืนกับธรรมชาติมากขึ้น

และดึงเอกลักษณ์จากความเป็นท้องถิ่นมาใช้มากขึ้น เช่น ให้บริการอาหารท้องถิ่นในทุก ๆ วันหยุด มีการสลับเปลี่ยนเมนูตามฤดูกาล เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ (Signature) ด้านวัฒนธรรม ที่ทำให้กลายเป็นจุดขายที่จะช่วยเชิญชวนและดึงดูดผู้ใช้งานได้มาลองใช้บริการภายในโรงแรม

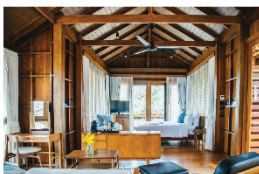
อีกทั้งยังสามารถปรับพื้นที่ว่าง เช่น บริเวณหน้าโรงแรม ให้เป็นพื้นที่เช่าสำหรับร้านค้าและบริการ เพื่อเพิ่มรายได้และมีความหลากหลายในสินค้าและบริการต่อผู้ใช้งานมากขึ้น

พื้นที่ห้องพัก

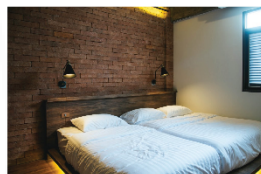
เปลี่ยน ปรับ เพิ่ม

เพิ่มของประดับตกแต่งที่เป็นของท้องถิ่น เช่น ภาพประดับผนังที่มีลวดลายท้องถิ่น หรือ Pattern ลายไทยบริเวณบนหัวเตียง โดยต้องเข้ากับการตกแต่งตามธีมห้องนั้น ๆ

ตัวอย่างธีการตกแต่งห้องพัก



อบอุ่น ผ่อนคลาย



โบราณ เก๋าๆ

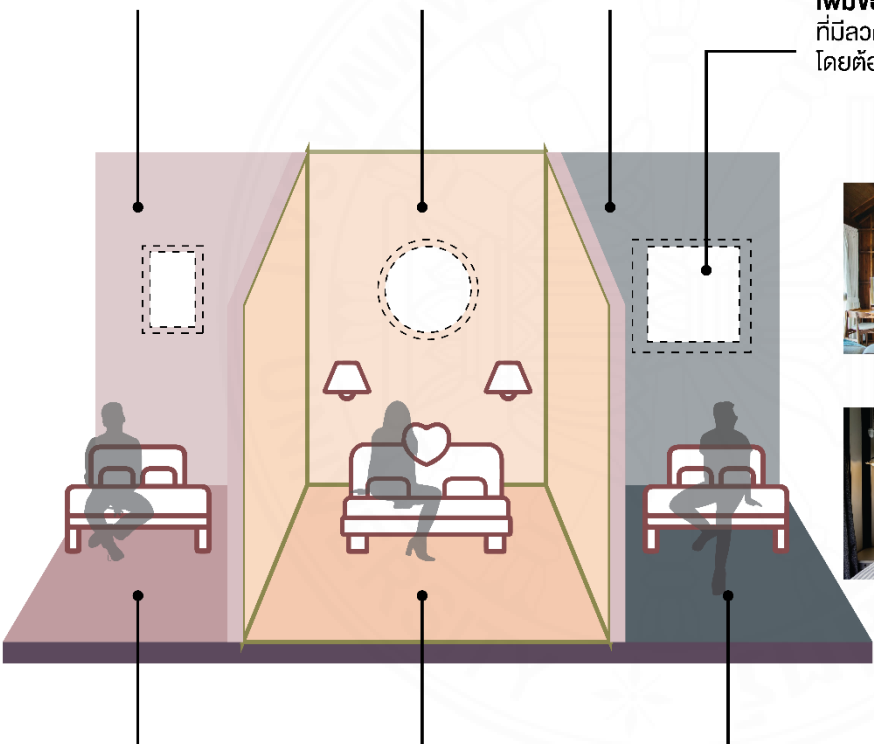


นุ่มนวล สบายตา



หรูหรา คลาสสิก

กรอบวงกบ หน้าต่าง มีการทาสีใหม่ เพื่อควบคุม Mood & Tone ให้ไปในทิศทางเดียวกัน แต่ต้องเข้ากับการตกแต่งตามธีมห้องนั้น ๆ



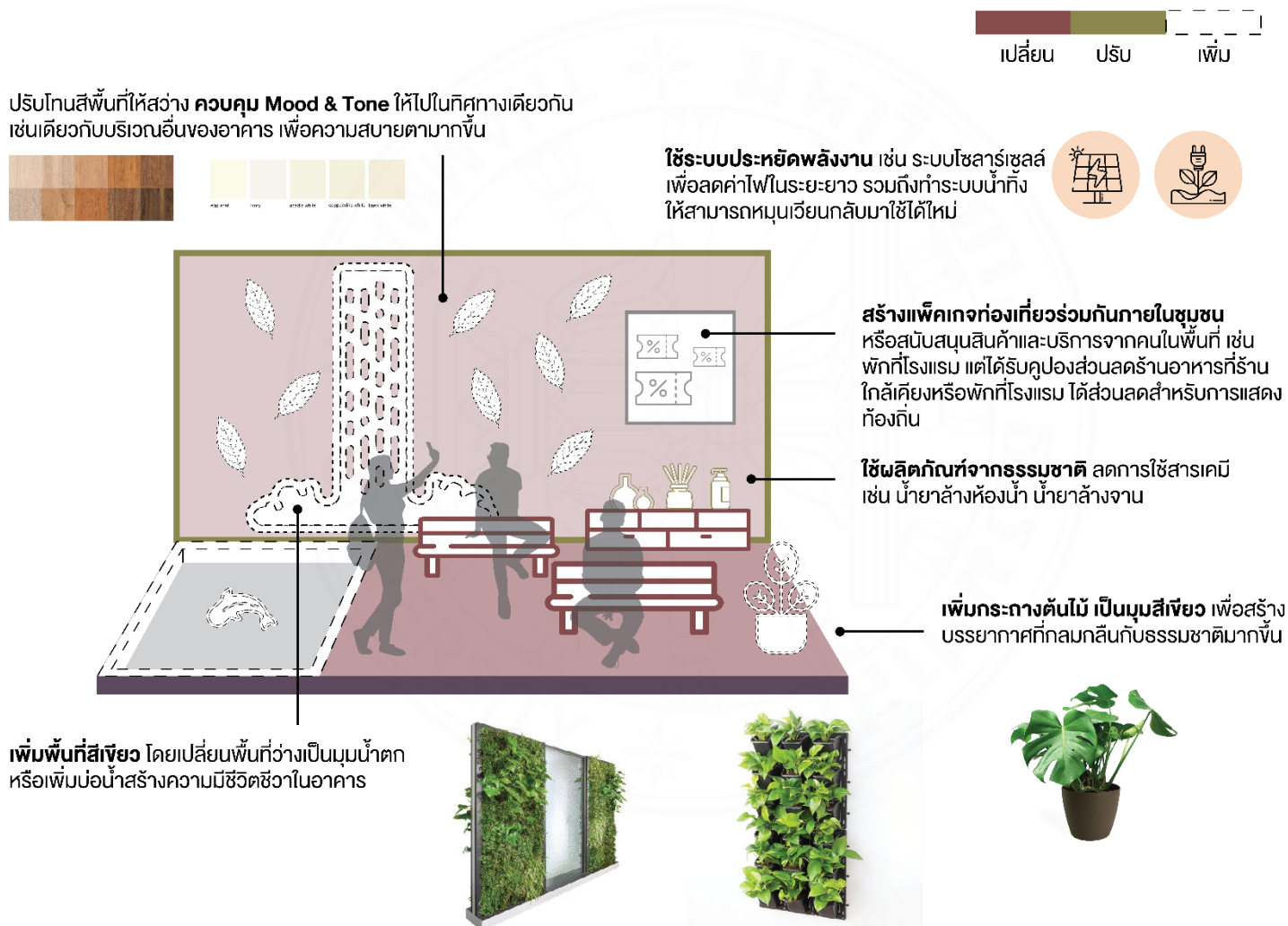
เพิ่มจุดขายด้วยการสร้างธีมห้องพักที่ต่างกัน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศการเข้าพักภายในโรงแรม อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกที่หลากหลายให้ผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วมในการเลือกห้องพักสำหรับเข้าพักใช้บริการ

ภาพที่ 5.6 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะความหลากหลาย (Variety). ภาพจาก <https://www.bkkmenu.com/eat/stories/10boutique-thaihotelsthatihemehotels.html/> และปรับปรุงโดยผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ห้องพัก สามารถเพิ่มจุดขายด้วยการสร้างธีมห้องพักที่ต่างกัน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสร้างทางเลือกให้กับผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วมในการเข้าพักภายในโรงแรม กรอบวงกบหน้าต่าง มีการทาสีใหม่ เพื่อควบคุม Mood & Tone ให้ไปในทิศทางเดียวกัน และเพิ่มของประดับตกแต่งที่เป็นของท้องถิ่น เช่น ภาพประดับผนังที่มีลวดลายท้องถิ่น หรือ Pattern ลายไทยบริเวณบนหัวเตียง โดยต้องเข้ากับการตกแต่งตามธีมห้องนั้น ๆ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศการเข้าพักภายในโรงแรม อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกที่หลากหลายให้ผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วมในการเลือกห้องพักสำหรับเข้าพักบริการ



5.3.4 ตัวอย่างลักษณะเพิ่มเติมความเขียว (More green) พื้นที่ส่วนกลาง



ภาพที่ 5.7 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในลักษณะเพิ่มความเขียว (More green).
ภาพจาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ส่วนกลาง สามารถทำได้โดยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้มากขึ้น เปลี่ยนพื้นที่ว่างเป็นมุม น้ำตก หรือเพิ่มบ่อน้ำ สร้างความมีชีวิตชีวาในอาคาร และเพิ่มกระถางต้นไม้เป็นมุมสีเขียว เพิ่มสร้างบรรยากาศที่กลมกลืนกับธรรมชาติมากขึ้น ปรับโทนสีพื้นที่ให้สว่าง ควบคุม Mood & Tone ให้ไปในทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกับบริเวณอื่นของอาคาร เพื่อความสบายตามากขึ้น มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี เช่น น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน



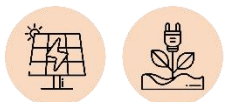
เปลี่ยน ปรับ เพิ่ม



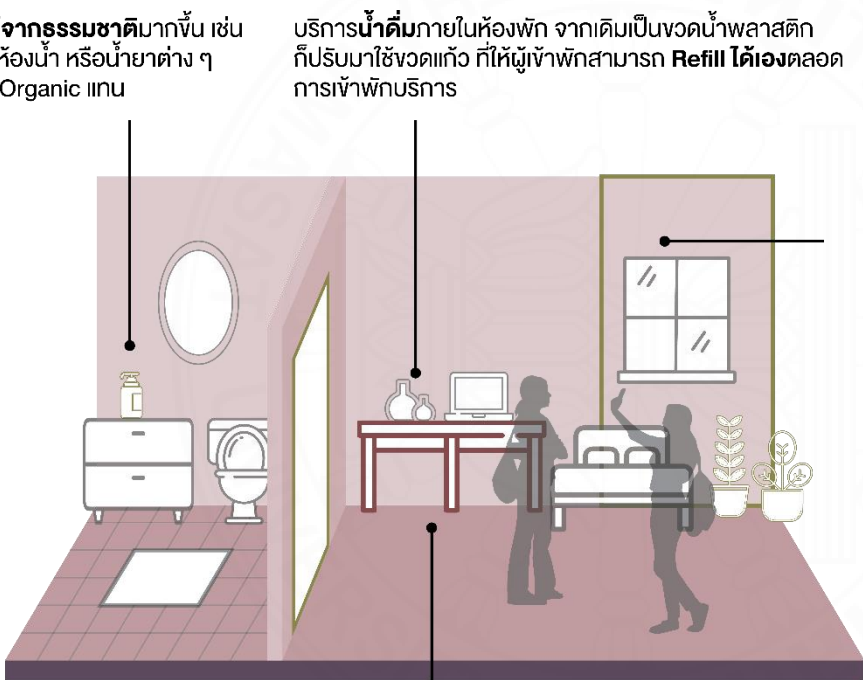
ปรับมุมริมหน้าต่างที่มีแสงเข้าให้กลายเป็นพื้นที่สำหรับวางกระถางต้นไม้ เพิ่มความสดชื่นภายในห้องพัก



ใช้ระบบประหยัดพลังงาน เช่น ระบบโซลาร์เซลล์ เพื่อลดค่าไฟในระยะยาว รวมถึงทำระบบน้ำทิ้งให้สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ได้ใหม่



เปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ประเภทโต๊ะเป็นแบบยาวขึ้นเดียว เพื่อทำให้ห้องดูโล่งและสามารถวางของหรือใช้งานได้หลากหลายมากขึ้น ลดการใช้เฟอร์นิเจอร์ซ้ำซ้อน ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนในการตกแต่งห้องได้



หันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้น เช่น Amenities ภายในห้องน้ำ หรือน้ำยาต่าง ๆ ให้เปลี่ยนมาใช้แบบ Organic แทน

บริการน้ำดื่มภายในห้องพัก จากเดิมเป็นขวดน้ำพลาสติก ก็ปรับมาใช้ขวดแก้ว ที่ให้ผู้เข้าพักสามารถ Refill ได้เองตลอดการเข้าพักบริการ

ภาพที่ 5.8 ตัวอย่างแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ห้องพักในลักษณะเพิ่มความเขียว (More green). ภาพจาก Google และปรับปรุงโดย ผู้วิจัย, 2565

พื้นที่ห้องพัก สามารถทำได้โดยเปลี่ยนเป็นเฟอร์นิเจอร์ประเภทโต๊ะ เป็นแบบยาวขึ้นเดียว เพื่อให้ห้องดูโล่งและสามารถวางของหรือใช้งานได้หลากหลายมากขึ้น ลดการใช้เฟอร์นิเจอร์ซ้ำซ้อน ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนในการตกแต่งห้องได้ ปรับมุมริมหน้าต่างที่มีแสงเข้าให้กลายเป็นพื้นที่สำหรับวางกระถางต้นไม้ เพิ่มความสดชื่นภายในห้องพัก

อีกทั้งสามารถปรับการให้บริการน้ำดื่มภายในห้องพัก จากเดิมเป็นขวดน้ำพลาสติก ก็ปรับมาใช้ขวดแก้ว ที่ให้ผู้เข้าพักสามารถ Refill ได้เองตลอดการเข้าพักบริการ และหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้น เช่น Amenities ภายในห้องน้ำ หรือน้ำยาต่าง ๆ ให้เปลี่ยนมาใช้แบบ Organic แทน

พื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก สามารถใช้ระบบประหยัดพลังงาน เช่น ระบบโซลาร์เซลล์เพื่อลดค่าไฟในระยะยาว รวมถึงทำระบบน้ำทิ้งที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ได้ใหม่ รวมไปถึงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวร่วมกันภายในชุมชน หรือสนับสนุนสินค้าและบริการจากคนในพื้นที่ เช่น ที่พักโรงแรม แต่ได้รับคูปองส่วนลดร้านอาหารที่ร้านใกล้เคียง หรือที่พักโรงแรม ได้ส่วนลดสำหรับการแสดงท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชน ทำให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืนได้

5.4 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็กและการแสดงตัวอย่างในการปรับปรุงพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรม จึงสามารถจัดกลุ่มข้อสรุปได้ ดังนี้

เชิงกายภาพ (Physical)

เป็นการปรับปรุงที่ไม่กระทบโครงสร้างอาคาร โดยเป็นการปรับปรุงในลักษณะเปลี่ยนหรือเพิ่มการตกแต่งให้ดูใหม่ ทันสมัย ให้มีความสอดคล้องและกลมกลืนเป็นบรรยากาศเดียวกัน รวมถึงปรับการใช้งานพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งพื้นที่ส่วนกลางและพื้นที่ห้องพัก ซึ่งเป็นการปรับปรุงที่สามารถจัดการได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มากขึ้น

เชิงกิจกรรมและบริการ (Activity & Service)

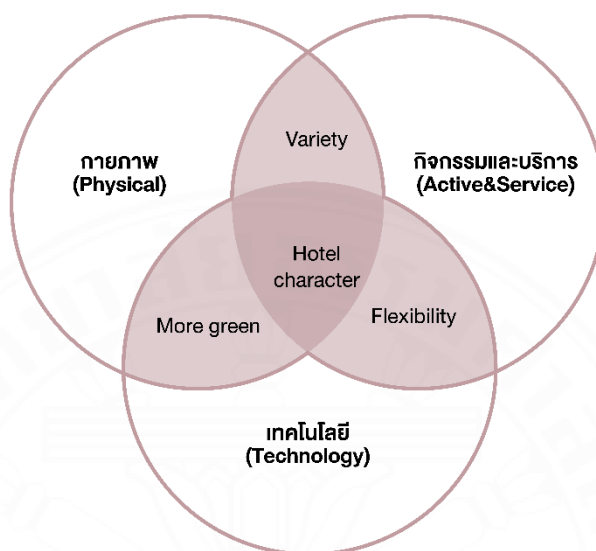
เป็นการปรับปรุงโดยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ใช้งาน โรงแรม และชุมชน โดยโรงแรมสามารถนำกิจกรรมหรือบริการต่าง ๆ จากภายในชุมชนหรือจากเทศกาลท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม เพื่อให้ผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วมหรือมีทางเลือกในการเข้าพัก เช่น การจัดกิจกรรมตกบาตรในทุกวันหยุด จัดเสิร์ฟอาหารท้องถิ่น หรือการได้ส่วนลดจากกิจกรรมภายในชุมชน ซึ่งสามารถสร้างเป็นเอกลักษณ์หรือจุดขายให้กับโรงแรม เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และดึงดูดผู้ใช้งานได้มากขึ้น ซึ่งสามารถทำควบคู่ไปได้ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical) และเชิงเทคโนโลยี (Technology)

เชิงเทคโนโลยี (Technology)

เป็นการปรับปรุงที่นำเอาเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ หรือนวัตกรรมรูปแบบใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับโรงแรม โดยเฉพาะด้านการบริการ เช่น ระบบเซนเซอร์ ระบบประหยัดพลังงาน หรือเทคโนโลยีสีเขียวต่าง ๆ เพื่อสร้างทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย โดยสามารถเริ่มปรับปรุงจากระบบเทคโนโลยีขนาดเล็กก่อน เป็นการเพิ่มความสะดวกและความยืดหยุ่นให้กับผู้ใช้งาน ช่วยลดภาระแก่พนักงาน โดยผู้ใช้งานสามารถจัดการได้ด้วยตนเอง จากนั้น จึงทำการปรับปรุงด้วยการใช้ระบบเทคโนโลยีขนาดใหญ่ เพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุนแก่ผู้ประกอบการในระยะยาวได้อีกด้วย

โดยแนวคิดการปรับปรุงพื้นที่และการจัดกลุ่มข้อสรุปดังกล่าว มีความสัมพันธ์กัน โดยการปรับปรุงแบบ Variety เป็นการปรับปรุงที่ทำให้เกิดความหลากหลาย ซึ่ง สามารถปรับปรุงได้ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical) และเชิงกิจกรรมและบริการ (Activity & Service) แนวคิดการปรับปรุงแบบ Adaptable (Space & Service) เป็นการปรับปรุงที่ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการใช้งาน ซึ่งสามารถปรับปรุงได้ทั้งในเชิงกิจกรรมและบริการ (Activity & Service) และเชิงเทคโนโลยี (Technology) แนวคิดการปรับปรุงแบบ More green เป็นการปรับปรุงที่ทำให้เกิดความ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถปรับปรุงได้ทั้งในเชิงกิจกรรมและบริการ (Activity & Service)

และเชิงเทคโนโลยี (Technology) สุดท้าย แนวคิดการปรับปรุงแบบ Character เป็นการปรับปรุงที่แสดงออกถึงความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถปรับปรุงได้ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical) เชิงกิจกรรมและบริการ (Activity & Service) และเชิงเทคโนโลยี (Technology)



ภาพที่ 5.9 แผนภาพความสัมพันธ์ของแนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม, ผู้วิจัย, 2565

ปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม กำลังอยู่ในช่วงฟื้นฟูเศรษฐกิจ ต่างเร่งสร้างผลกำไร เพื่อความมั่นคงและสร้างความอยู่รอดในธุรกิจ การปรับปรุงโรงแรมเป็นสิ่งที่ควรทำ เนื่องจากการพัฒนาให้ธุรกิจมีความตื่นตัว พร้อมรับกับสถานการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา โดยเฉพาะความต้องการของผู้ใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Hassanien & Baum (2001)

การปรับปรุงควรเริ่มตั้งแต่ขั้นพื้นฐานอย่างลักษณะทางกายภาพ คือ พื้นที่ใช้งาน ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ห้องพัก ซึ่งเป็นพื้นที่เกิดปฏิสัมพันธ์และสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้งานได้มากที่สุด นอกจากนี้ พื้นที่ใช้งานภายในโรงแรมก็เป็นพื้นที่ต้นทุนที่มีอยู่ ซึ่งสามารถปรับปรุงเพื่อพัฒนาในระดับธุรกิจได้ โดยต้องสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มผู้ใช้งาน เพื่อสร้างชื่อเสียงและความมั่นคงอย่างยั่งยืนในธุรกิจต่อไป ซึ่งนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีศักยภาพในการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ช่วยให้ธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมเติบโตขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับการเก็บข้อมูลภายในงานวิจัยของวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) การปรับปรุงโรงแรมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจในการใช้งานให้แก่ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้น ที่จะสามารถเป็นกลุ่มตลาดใหญ่ในอนาคตได้ จึงมีความเหมาะสมและตอบโจทย์กับการใช้งานของโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ที่ได้รับการปรับปรุงแล้วเป็นอย่างมาก อีกทั้ง แนวทางการปรับปรุงโรงแรมก็มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Ahmed

Hassanien (2006) และ Stipanuk and Roffmann (1996) ซึ่งมีทั้งการปรับปรุงในลักษณะเปลี่ยนวัสดุทดแทน และการปรับปรุงเชิงพื้นที่ รวมถึงสอดคล้องกับระยะเวลาในการปรับปรุงโรงแรมตามบทความของ Peter Greenberg (1991)

จากการสรุปและอภิปรายผล ผู้วิจัยจึงได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในแนวทางการปรับปรุงโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก โดยในระยะแรก ต้องเริ่มปรับปรุงจากสิ่งที่มีอยู่ หรือสิ่งที่สามารถทำได้ในเวลาอันรวดเร็วก่อน ให้กลายเป็นต้นทุนที่สามารถต่อยอดสำหรับการปรับปรุงขั้นต่อไปได้ในอนาคต โดยผลลัพธ์จากการปรับปรุงโรงแรมลักษณะนี้ จะเน้นการดึงดูดลูกค้ารายใหม่ ซึ่งเป็นการกระจายฐานลูกค้าให้รู้จักมากขึ้น

เมื่อเวลาผ่านไป สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้มากขึ้น หรือมีงบประมาณเพียงพอ จึงเริ่มมองภาพการปรับปรุงที่กว้างขึ้น เน้นพื้นที่ใช้งาน สร้างความหลากหลาย โดยผลลัพธ์จากการปรับปรุงลักษณะนี้ ลูกค้าจะเกิดการจดจำและประทับใจในสินค้าและบริการ ธุรกิจจะเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ต้องเร่งสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่น เพื่อมีอำนาจทางการตลาดเหนือคู่แข่ง

เมื่อธุรกิจเริ่มมีความคงที่และมีรายได้เพียงพอแล้ว ต่อไปจึงควรทำธุรกิจให้เกิดความมั่นคง มองหาช่องทางลดต้นทุนอย่างยั่งยืนด้วยการใช้เทคโนโลยีสีเขียวมากขึ้น ปรับปรุงโรงแรมตามความต้องการใหม่ ๆ จากกลุ่มผู้ใช้งาน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตให้กับธุรกิจ รวมถึงติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก ในอนาคต เพื่อที่จะสามารถปรับตัวให้ได้โดยเร็วที่สุด โดยผลลัพธ์จากการปรับปรุงลักษณะนี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ที่ดีจากการเข้าพัก เกิดความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดี และสร้างความมั่นคงในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

5.5 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในงานวิจัย

5.5.1 ข้อจำกัดภายในงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ มีข้อจำกัดด้านการเก็บข้อมูล คือ การถูกปฏิเสธจากการลงพื้นที่สำรวจในโรงแรมกรณีศึกษา และผู้ประกอบการไม่สะดวกในการให้สัมภาษณ์ เนื่องจากปัญหาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่เกี่ยวข้องเชิงธุรกิจ จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบตามจำนวนโรงแรมกรณีศึกษาที่วางไว้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมในการวิเคราะห์ข้อมูลได้

และงานวิจัยฉบับนี้มีการนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบกับผู้ประกอบการถึงความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรมเพียง 1 คนเท่านั้น ซึ่งอาจมีค่าน้ำหนักในการสนับสนุนแนวทางการปรับปรุงโรงแรมภายในงานวิจัยได้ไม่เพียงพอ

5.5.2 ข้อเสนอแนะภายในงานวิจัย

1. เป็นการสำรวจกายภาพด้านพื้นที่ใช้งานภายในโรงแรมเท่านั้น ซึ่งการปรับปรุงโรงแรมสามารถทำได้อีกหลายส่วน ทั้งเรื่องของงานออกแบบ ระบบการดูแลรักษาอาคาร รวมไปถึงรูปแบบการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน เป็นต้น ซึ่งถ้าหากสามารถต่อยอดการปรับปรุงในส่วนอื่นเพิ่มเติมได้ ก็จะสามารถเป็นแนวทางการปรับปรุงโรงแรมที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นได้
2. เป็นการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ในงานวิจัยฉบับนี้ เป็นช่วงอายุของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) ตอนต้นเท่านั้น ซึ่งช่วงอายุอื่นยังมีความน่าสนใจในการศึกษา เพื่อที่จะหาแนวทางการปรับปรุงโรงแรมให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานมากขึ้นต่อไป
3. เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการสร้างแนวทางการปรับตัวในธุรกิจของตนเอง โดยการปรับปรุงสามารถใช้ผลิตภัณฑ์/บริการจากบริษัท Partner หรือ Outsource ภายในชุมชนได้ เช่น บริษัทที่ให้บริการจักรยานให้เช่า หรือการสั่งเมนูอาหารพิเศษล่วงหน้ากับร้านอาหารที่ร่วมตกลง เพื่อนำเสิร์ฟแก่ลูกค้าในวันที่ทำการจองเข้าพัก เพื่อเป็นการลดภาระด้านต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการในระยะแรก
4. เป็นประโยชน์แก่นักออกแบบที่ต้องการข้อมูลในการต่อยอดสำหรับการออกแบบเพื่อผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (GEN Y) รวมถึงการต่อยอดเกี่ยวกับวัสดุที่สามารถลด Cost ภายในงานออกแบบโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็กได้
5. เป็นประโยชน์แก่กลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้งานที่จะทำให้ทราบถึงมาตรฐานใหม่ของโรงแรมในปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- David M. Stipanuk, Harold Roffmann. (1996). *Hospitality Facilities Management and Design*: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Pannell Kerr Forster Associates. (1993). *Spatial Planning for Hotel Design*. London: MCB University Press.
- Steadmon, C.E. & Kasavana, M.L. (1988). *Managing Front Office Operations*. (2nd ed). Michigan: Richard D. Irwin.

บทความวารสาร

- กฤษฎิญา มูลศิริ, รัตนา สีสิต และจิตินันท์ ชาญโกศล. (2559). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภท 3 ดาว ในประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมอาเซียน. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*, 17(1), 19-32. สืบค้นจาก <https://so05.tcithaijo.org/index.php/cmrrresearch/article/view/9516>
- ลลิตา นวกิจไพฑูรย์, ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และพิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 17(1), 18-43.
- Hassanien, A. (2006). Renovation Practices of Three Star Hotels in Egypt, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7:1, 23-46, DOI: 10.1300/ J149v07n01_02
- Hassanien, A. & Baum, T. (2001). Hotel Innovation Through Property Renovation. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 3(4):5-24, DOI:10.1300/J149v03n04_02

- James, A., Ravichandran, S., Chuang, N. & Bolden, E. III (2017). Using Lifestyle Analysis to Develop Lodging Packages for Staycation Travelers: An Exploratory Study, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18:4, 387-415, DOI: 10.1080/1528008X.2016.1250240
- Stojanović, K., & Đenadić, M. (2019). HOTEL ARCHITECTURE AND AMBIENCE AS AN ANSWER TO THE CONTEMPORARY CHALLENGES OF TOURISM. *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja - TISC*, 4(1), 395-413. Retrieved from <https://www.tisc.rs/proceedings/index.php/hitmc/article/view/263>

ราชกิจจานุเบกษา

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547. (30 ตุลาคม พ.ศ. 2547). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 121 ตอนพิเศษ 70 ก, หน้า 12.

วิทยานิพนธ์

- กฤษฎา ฉัฐมะ. (2558). การศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาโครงการที่พักประเภท โฮสเทลในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรม.
- จีวัน มกรากุล. (2561). การศึกษารูปแบบทางกายภาพของโรงแรมขนาดเล็กแบบหรูหร (LUXURY HOSTEL) ที่ตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนแบบท่องเที่ยวอิสระ (F.I.T.). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรม.
- ชุติมา แก้วจันทร์. (2561). แนวทางการเตรียมการเพื่อปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมขนาดเล็ก กรณีศึกษาพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรม.
- เชตวริน สีนธวารกุล. (2558). แนวทางการออกแบบปรับปรุงพื้นที่ของโรงแรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวสูงอายุ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรม.

- ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร. (2557). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว.
- ธนาภา พรประทานเวช. (2558). *แนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาการปรับปรุงตึกแถวในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง. สาขาสถาปัตยกรรม.
- ธีรกานต์ ศรีสัตยากุล. (2554). *แนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมเพื่อพักอาศัยขนาดเล็กที่ถูกดัดแปลงมาจากตึกแถว : กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็กในย่านสีลม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาสถาปัตยกรรม.
- นนทินี มีทรัพย์ทวีกุล. (2563). *กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2560). *รูปแบบการท่องเที่ยวของคนไทย GEN Y*. งานวิจัยสำนักส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิภาวัลย์ ตันติปัญญ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดภูเก็ต*. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สิริชัย อุ้นอกพันธุ์. (2563). *ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวการศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยว Generation X และ Generation Y*. (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). *การแบ่งประเภทของที่พักรวม*. สืบค้นจาก www.sme.go.th/upload/mod_download/04-001%20โรงแรม%20ที่พัก.PDF
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *การสำรวจที่พักแรม พ.ศ. 2563*. สืบค้นจาก www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านเศรษฐกิจ/สาขาการท่องเที่ยวและกีฬา/ที่พักแรม/2563/Full_report_63.pdf

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทาง
ท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2563. สืบค้นได้จาก [https://intelligencecenter.tat.or.th
/wp-content/uploads/2021/04/รายงานฉบับสมบูรณ์_โครงการสำรวจพฤติกรรมกา
รเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย-พ.ศ.-2563.pdf](https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-content/uploads/2021/04/รายงานฉบับสมบูรณ์_โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย-พ.ศ.-2563.pdf)
- บริษัท แบรนต์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาพฤติกรรม
นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2564, จาก
<http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t26323.pdf>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). กลุ่ม “Millennials” ฐานผู้บริโภคสำคัญ ผลักดันการเติบโตทาง
เศรษฐกิจ. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/smes/detail/9630000114917>
- มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (2542). มาตรฐานโรงแรมไทย.
สืบค้นจาก [http://hotellllllinformation.blogspot.com/2008/12/hotel-
standard.html](http://hotellllllinformation.blogspot.com/2008/12/hotel-standard.html)
- ลม เปลี่ยนทิศ. (2562). GEN Y ไทยรวยอันดับ 4 ในเอเชีย. สืบค้นจาก [www.thairath.co.th/
newspaper/columns/1618326](http://www.thairath.co.th/newspaper/columns/1618326)
- วีระศักดิ์ สดุดันทวีบูลย์, ธนาคารกรุงเทพ. (2561). เจาะพฤติกรรม GEN Y. สืบค้นจาก
<https://www.prachachat.net/finance/news-211619>
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2562). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นจาก
[https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/Services/
Hotels/IO/Industry-Outlook-Hotels](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/Services/Hotels/IO/Industry-Outlook-Hotels)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ที่พักต้องสวย...วิวถ่ายรูปต้องสุด ปัจจัยหลักเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว
ในช่วงนี้. สืบค้นจาก [https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-
media/Pages/Travel-Thai-FB-301020.aspx](https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Travel-Thai-FB-301020.aspx)
- สมาคมโรงแรมไทย. (2564). สรุปผลสำรวจ ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการที่พัก ก.ย. 64 โดย ธปท..
สืบค้นจาก [www.thaihotels.org/17315177/สรุปผลสำรวจ-ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการที่
พัก-กย-64-โดย-ธปท](http://www.thaihotels.org/17315177/สรุปผลสำรวจ-ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการที่พัก-กย-64-โดย-ธปท)
- สิริทิพย์ ฉลอง. (2562). ธุรกิจโรงแรม 2562. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2564, จาก
[https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2020/01/IN_hotel_12_6
2_detail-1.pdf](https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2020/01/IN_hotel_12_62_detail-1.pdf)

- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำตัวชี้วัด
ภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2561 สืบค้นจาก
<https://minister.mots.go.th/download/pdf/1InnerFinalReportAttitude2561.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการค่าใช้จ่าย
สำหรับสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทาง
ท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้นจาก [secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/
download/final%20report_63.pdf](https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/final%20report_63.pdf)
- Marketeer. (2560). *European Travelers : Gen ไหน ? เที่ยวแบบไหน ?*. สืบค้นจาก
<https://marketeeronline.co/archives/4340>
- Peter Greenberg. (1991). *Frequent Renovations Essential to Hotel Success :
Business: A number of recent refurbishments support the tourism that
guests may not return if they think an establishment has seen better days.*
Retrieved October 30 2021, from [https://www.latimes.com/archives/la-xpm-
1991-01-06-tr-10505-story.html](https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1991-01-06-tr-10505-story.html)
- Sam Cicero. (2019). *How to Manage the Hotel Renovation Cycle*. Retrieved October
16 2021, from [https://hotelbusinss.com/how-to-manage-the-hotel-
renovation-cycle/](https://hotelbusinss.com/how-to-manage-the-hotel-renovation-cycle/)

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเกี่ยวกับการปรับปรุงโรงแรม สำหรับผู้ประกอบการ

เป็นการสอบถามจากมุมมองของผู้ประกอบการถึงความเป็นไปได้ในแนวทางการปรับปรุงโรงแรมตามที่คุณวิจัยได้เสนอไว้ข้างต้น โดยมีรายละเอียดคำถามดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ประกอบการเห็นด้วยหรือไม่อย่างไร กับการเสนอการปรับปรุงโรงแรมตามลักษณะพื้นที่คงเดิม และพื้นที่ปรับปรุงเพิ่มเติม (การแบ่งลักษณะนี้ จะช่วยให้ช่วยลดภาระการปรับปรุงในส่วนที่จำไม่เป็นออก และมองเห็นสิ่งที่ควรทำก่อนได้ชัดเจนมากขึ้น)

☐ เห็นด้วย เพราะ

☐ ไม่เห็นด้วย เพราะ

2.2 ผู้ประกอบการเห็นด้วยหรือไม่อย่างไร กับแนวคิดในการปรับปรุงโรงแรม ซึ่งได้แก่ Character Adaptable

(Space & service) Variety และ More green

☐ เห็นด้วย เพราะ

- ☐ ไม่เห็นด้วย เพราะ

2.3 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรกับรายละเอียดแนวทางการปรับปรุงโรงแรมในส่วนพื้นที่ห้องพัก

- ☐ สามารถทำได้ เพราะ

- ☐ ไม่สามารถทำได้ เพราะ

2.4 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรกับรายละเอียดแนวทางการปรับปรุงโรงแรมในส่วนพื้นที่ส่วนกลาง

- ☐ สามารถทำได้ เพราะ

- ☐ ไม่สามารถทำได้ เพราะ

2.5 ผู้ประกอบการเห็นด้วยหรือไม่อย่างไร กับแนวทางการปรับปรุงโรงแรมตามการแบ่งช่วงระยะเวลา

- ☐ เห็นด้วย เพราะ

- ☐ ไม่เห็นด้วย เพราะ

2.6 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรกับแนวทางการปรับปรุงโรงแรมในช่วงระยะสั้น (Short term)

- ☐ สามารถทำได้ เพราะ

- ☐ ไม่สามารถทำได้ เพราะ

2.7 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรกับแนวทางการปรับปรุงโรงแรมในช่วงระยะกลาง (Mid term)

- ☐ สามารถทำได้ เพราะ

- ☐ ไม่สามารถทำได้ เพราะ

2.8 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรกับแนวทางการปรับปรุงโรงแรมในช่วงระยะยาว (Long term)

☐ สามารถทำได้ เพราะ

☐ ไม่สามารถทำได้ เพราะ

2.9 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงโรงแรม (สามารถให้ความเห็นได้ทั้งในเชิงกายภาพและเชิงธุรกิจ)

ขอขอบพระคุณที่ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ภาคผนวก ข**การสำรวจลักษณะทางกายภาพของโรงแรมกรณีศึกษาทั้งหมด 5 โรงแรม**

จากการคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษา เพื่อทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลลักษณะทางกายภาพและประเมินความเหมาะสมในการใช้งานพื้นที่ทั้งหมด 5 โรงแรม สามารถแบ่งกลุ่มได้ ดังนี้

1. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 6-20 ปี (มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี) จำนวน 3 โรงแรม ได้แก่

- 1.1 Gord ChiangMai Hotel
- 1.2 Goldenbell Hotel Chiangmai
- 1.3 3 Laan House

2. กลุ่มโรงแรมช่วงอายุ 5 ปี จำนวน 2 โรงแรม ได้แก่

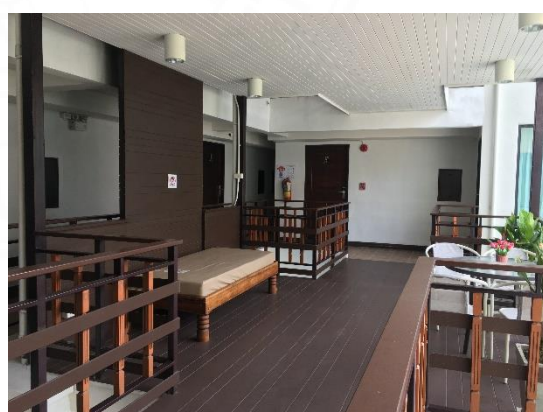
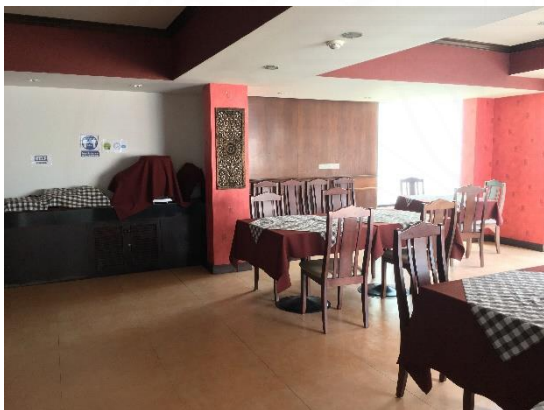
- 2.1 C HOTEL boutique and comfort
- 2.2 MohnSa Hotel

1.1 Gord ChiangMai Hotel



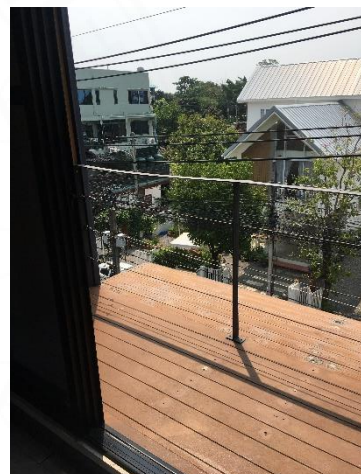
ภาพที่ ค.1 ภาพถ่ายแสดงบรรยากาศภายในโรงแรม Gord ChiangMai Hotel, ผู้วิจัย, 2565

1.2 Goldenbell Hotel Chiangmai



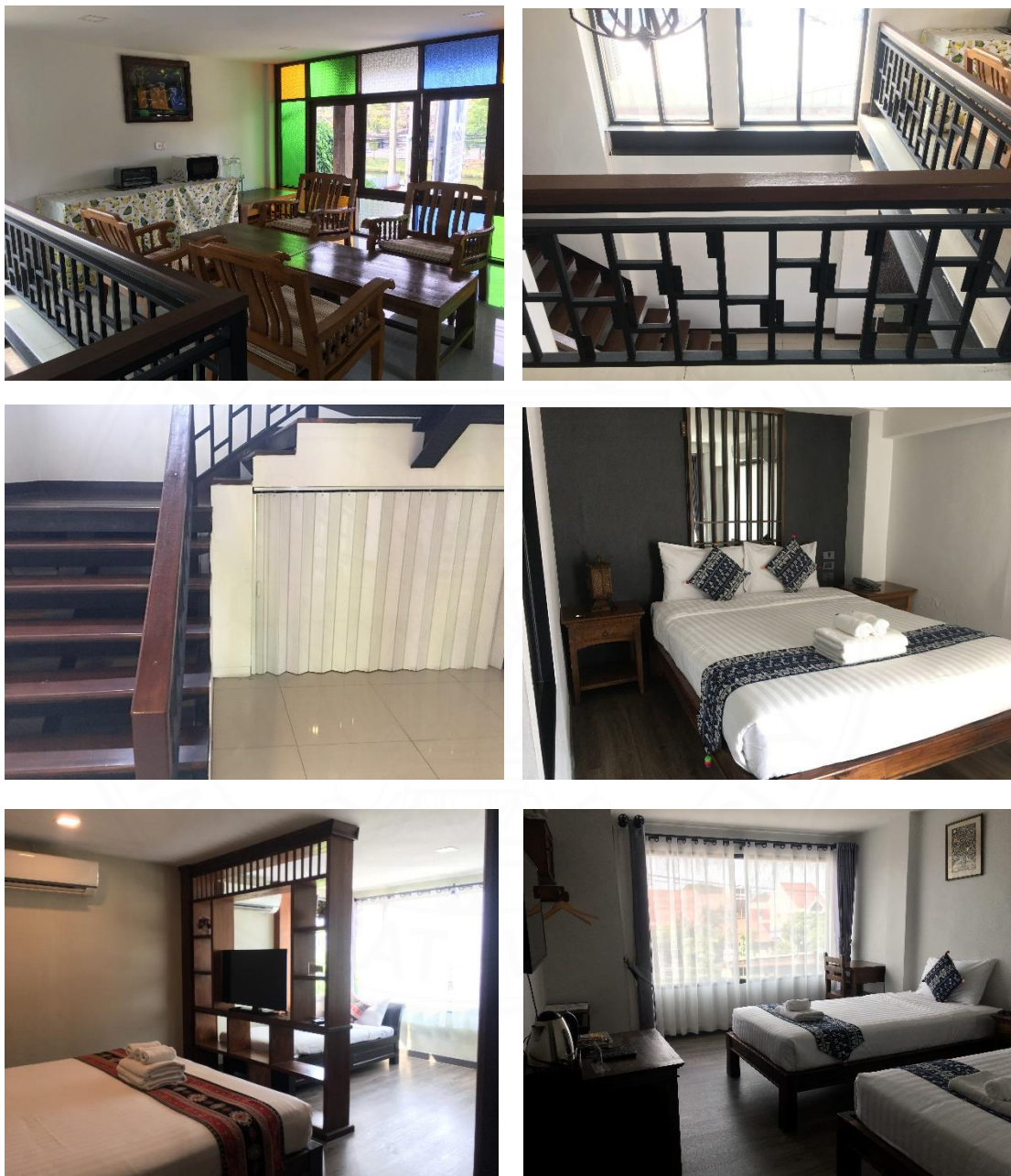
ภาพที่ ค.2 ภาพถ่ายแสดงบรรยากาศภายในโรงแรม Goldenbell Hotel Chiangmai, ผู้วิจัย, 2565

1.3 3 Laan House



ภาพที่ ค.3 ภาพถ่ายแสดงบรรยากาศภายในโรงแรม 3 Laan House, ผู้วิจัย, 2565

2.1 C HOTEL boutique and comfort



ภาพที่ ค.4 ภาพถ่ายแสดงบรรยากาศภายในโรงแรม C HOTEL boutique and comfort, ผู้วิจัย,
2565

2.2 MohnSa Hotel



ภาพที่ ค.5 ภาพถ่ายแสดงบรรยากาศภายในโรงแรม MohnSa Hotel, ผู้วิจัย, 2565