

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ

ครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564

"Reshaping Thailand Tourism and Service through New Paradigm"

วันศุกร์ที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2564
นำเสนอในรูปแบบออนไลน์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
บริษัท ไทยไฟลท์เทอร์นิ่ง จำกัด (TFT)

สารบัญ

ลำดับ	ผลงานวิชาการ	หน้า
1	การให้บริการข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อรคนางค์ นวลดเจริญ และ สวิตา อุยสุขชี	1-15
2	การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวของอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท ดาวาระณ จั่วศรี และ มนต์กานติ ชูบูวงค์	6-26
3	โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจบริการจองห้องพักผ่านทางออนไลน์ ปิยะพัชร ทับอินทร์	27-41
4	การพัฒนากรอบแนวคิดในการศึกษาจริยธรรมองค์การที่มีต่อความทุ่มเทเมื่อใจ ของพนักงานโรงแรม โสมนัส สุกัญญา และ โชคชัย สุเวชรัตนกุล	42-52
5	ภาพตัวแทนความเป็นอีสานที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยบ้านเดอะชีรีส์ พิมพกานต์ ศรีสวัสดิ์ และ เวพุรีย์ เมธาวินิจ	53-66
6	การศึกษาแรงจูงใจเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) จังหวัดระยอง ขวัญช้าว พูลเพ็ม ชัยมงคล โภษิตสุริยะพันธุ์ และ พิชญาพร ศรีบุญเรือง	67-78
7	การประเมินคุณค่ามรดกวัฒนธรรมของประเพณีบุญหลวงและการละเล่นฝีดาكون ปิยพร สุทธิวรรษ์ และ รัชนีกร แซ่ช่วง	79-90
8	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนบนเกาะพะงัน บุญยิรร์ เดียววนิช และ มนต์เนินตร วรชนนันท์	91-101
9	Staycation Concept and Community-Based Tourism in Thailand <i>Deng Aimin and Yupin Unkaew</i>	102-112
10	การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจเนอเรชันแซด ลลิตา สุกรี และ ระหวานนท์ ทวีผล	113-126
11	ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์วีรชน ค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี	127-138
12	ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา อำเภอค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี นవพรรษ ลินธุเดช	139-151
13	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรม เทศบาลเมืองอรัญประเทศ จังหวัดสระบุรี สินิทราบ สุขสวัสดิ์	152-162

การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจเนอเรชันแซด Hotel Interior Design to accommodate for Thai Generation Z tourists.

ลลิตา สุกรี^{1*} และ ระหวานนท์ ทวีผล²

¹สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*ผู้นำเสนอบนผลงาน E-mail: Sugree_l@Silpakorn.edu

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ เป็นการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจเนอเรชันแซด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจโรงแรม การออกแบบตกแต่งภายใน นักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซด เพื่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนา การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมอย่างสร้างสรรค์และเกิดความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่จะกลายมา กลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่จะสร้างมูลค่าจำนวนมหาศาลให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมในอนาคต

คำสำคัญ: การออกแบบตกแต่ง ธุรกิจโรงแรม นักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซด

Abstract

The article was studied and analyzed the interior design of hotel for accommodate to Thai Generation Z. This article aimed to present theories and studies on hotel business management, hotel interior design, and Generation Z tourists, with the goal of using the information to develop and review hotel interior design to make it more creative and appropriate for Generation Z travelers, who will become a new target market in the future, providing a high value for hoteliers.

Keywords: Interior Design, Hotel Business, Generation Z Tourists

บทนำ

การสำรวจกลุ่มธุรกิจโรงแรม จำนวน 1,226 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 5 ของทั้งประเทศไทย โดยเฉพาะในเขต กรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องพักมากถึง 99,346 ห้อง หรือคิดเป็นร้อยละ 13.8 ของทั้งประเทศ มีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10.4 ล้านคน และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 23.8 ล้านคน สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของนักลงทุนที่ต้องการ พิจารณาความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญ และการขยายเครือข่ายกิจการโรงแรมไปยังหัว เมืองเศรษฐกิจในต่างภูมิภาคของประเทศไทย คาดว่าจะสร้างผลประกอบการจำนวนมหาศาล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) จนกระทั่งเกิดการอุบัติขึ้นของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 (COVID-19) ตามประกาศขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) ซึ่งมีการระบาดไปทั่วโลกตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา โดยหน่วยงานภาครัฐบาลของ แต่ละประเทศสินใจประกาศปิดกั้นการเดินทางข้ามพรมแดน เพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ตาม ระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในแต่ละรอบ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศไทยและชาติต่างๆ ไม่สามารถเดินทางเข้ามา กลุ่มธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกประเภทต่างได้รับผลกระทบทางด้านรายได้

โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างเริ่มทยอยปิดตัวลง ทำให้แรงงานถูกยกเลิกการจ้างงานเป็นจำนวนมากหลายอัตรา เนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระด้านทุนและรายจ่ายที่เกิดขึ้นได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) จากการวิเคราะห์สถานการณ์ หลังการปิดเมืองของกลุ่มนักวิชาการร่วมกับตัวแทนผู้ประกอบการได้เล็งเห็นว่า กระแสของการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ที่คุ้นเคยของประชาชน จะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกิจกรรมส่งเสริมการขยายของธุรกิจโรงแรมในลักษณะของแพ็คเกจ การทำงานที่โรงแรม (Work from Hotel) เป็นการเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานนอกบ้าน พร้อมกับการจับตลาดคนรุ่นใหม่ชาวไทยเป็นกลุ่มเจเนอเรชันแซด ที่จะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างจุดเชือกอินที่มีการตกแต่งมุ่งถ่ายภาพที่สวยงาม หรือแม้กระทั่ง การออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีความน่าสนใจ ควบคู่กับการส่งเสริมมาตรการรักษาความปลอดภัยและสุขอนามัยในแต่ละพื้นที่ของโรงแรม (วิเลศ ภูริวัชร, 2564)

การประกาศอนุญาตให้ธุรกิจโรงแรมลับมาเปิดให้บริการเป็นปกติในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งจะต้องมีการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration : SHA) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข และสภากองการค้าไทย ซึ่งตราสัญลักษณ์ SHA ที่โรงแรมได้รับจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัยแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งข้อปฏิบัติที่ผู้ประกอบการจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการออกแบบพื้นที่ใช้สอยใหม่เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวอีกรอบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) สำหรับความเป็นไปได้ในการออกแบบโรงแรมหลังยุค COVID-19 จำแนกคิดและข้อเสนอแนะของจักรกุญจน์ เหลืองเจริญรัตน์ (2564) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัวจะกลายเป็นทางเลือก เพื่อตอบโจทย์ยุคโภคติใหม่ (New Normal) รวมถึงการพิจารณาความเป็นไปได้ด้วยการประสานความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องเตรียมตัวให้พร้อม การปรับปรุงอาคารให้ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ ซึ่งทางโรงแรมแต่ละเครือข่ายระดับนานาชาติที่มาเปิดกิจการในประเทศไทย อาจถึงเวลาที่จะเริ่มนบทวนแนวคิดการออกแบบ ที่อาศัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพเข้ามาเชื่อมโยงให้เกิดความโดดเด่น ควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยรอบข้างโรงแรมให้มีความอุดมสมบูรณ์ที่จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรม นอกจากนี้ โรงแรมที่ตัดสินใจจะกลับมาดำเนินกิจการจะต้องคำนึงความต้องการของโครงสร้างทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ที่กำลังจะกลายเป็นนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันใหม่ของโรงแรมในอนาคต

สำหรับกลุ่มเจเนอเรชันแซด (Generation Z) จากการสำรวจของสำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง (2563) มีจำนวนมากถึง 13.56 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 66.18 ล้านคนในประเทศไทย ซึ่งกำลังมีบทบาทสำคัญ หลากหลายในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม รวมไปถึงการออกเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ในลักษณะของการรวมกลุ่มที่มีสมาชิกร่วมเดินทางตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่ตั้งความหวังไว้กับกลุ่มของท่องเที่ยวภายในประเทศก่อนเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ กลุ่มเจเนอเรชันแซด นิยมการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ที่ สามารถศึกษาข้อคิดเห็นหรือข้อมูลอื่น ๆ เพิ่มเติมได้อย่างสะดวกรวดเร็ว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 มีรายการใช้จ่ายในแต่ละเดือนหมัดไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบพักอาศัยค้างคืน อีกทั้งยังมองหาจุดหมายปลายทางของสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่นอกชายฝั่งที่คุณส่วนใหญ่ที่เป็นคนรุ่นเก่าให้ความสนใจ หรืออาจเป็นลักษณะการเดินทางประเภทที่ไปครั้งเดียวแต่จะจำไว้ไปอีกครั้ง รวมทั้งยังมีความต้องการนำตัวเองไปเป็นส่วนหนึ่งกับประสบการณ์จริงในแต่ละสถานที่ เพื่อสัมผัสถึงความเป็นอยู่ของผู้คนที่มีความแตกต่างจากอีกฝั่งของโลก ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซด จะเลือกเข้าพักโรงแรมที่มีรีมเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และมีการออกแบบกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจ การสำรองห้องพักแต่ละครั้งจะถูกพิจารณาจากภาพถ่ายของสถานที่พักโดยรอบ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2562)

หากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในประเทศไทยสามารถควบคุมได้อย่างปลอดภัย ประกอบกับการได้มาซึ่งวัคซีนที่มีประสิทธิภาพที่จะนำมาใช้ในการเยียวยาป้องกันแก่ประชาชนภายในประเทศไทยได้สำเร็จแล้ว จะก่อให้เกิดการเดินทางครั้งยิ่งใหญ่เพื่อชดเชยช่วงเวลาที่สูญเสียไปจากการขอรับนาฬิกาที่ควบคุมการเดินทาง การยกเลิกการจัดกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ และการกักตัวภายใต้ที่พำนักอาศัย ดังนั้นกลุ่มธุรกิจโรงแรมจำเป็นจะต้องวิเคราะห์ทุกยุทธ์

ต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้อย่างรอดคอบ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการกลับมาท่องเที่ยวและการแข่งขันที่สมบูรณ์แบบในแต่ละภูมิภาค จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเนื่องเรียนแซดในฐานะประชาชนคนรุ่นใหม่ที่จะกล้ายเป็นทางเลือกของผู้ประกอบการ โรงแรม ที่จะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบการตกแต่งด้วยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงตามความต้องการและยังเป็นการยกระดับมาตรฐานการบริการของโรงแรมให้มีความทันสมัย ซึ่งการนำเสนอด้วยความแตกต่างด้วยการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโรงแรมที่เกิดจากการตีความแนวคิด ทัศนคติ และตัวตน ตลอดจนเรียนรู้และการสร้างความหมายใหม่ร่วมกันระหว่างธุรกิจโรงแรมกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งการสร้างแรงบันดาลใจในการเข้าพักข้างหน้าท่องเที่ยวผ่านการออกแบบบรรยากาศที่น่าประทับใจ จะช่วยสนับสนุนให้โรงแรมกลายเป็นอีกหนึ่งจุดมุ่งหมายที่สร้างมูลค่าสำหรับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ยังคงต่อไป

เนื้อหา

1. การจัดการธุรกิจโรงแรม

นิยามของคำว่า การจัดการ หรือ Management โดย French & Saward (1975) ได้กล่าวว่า วิวัฒนาการจัดการ หมายถึง การวางแผนที่เป็นขั้นตอนในการควบคุมกิจกรรมการปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละส่วนงานให้เป็นไปตามนโยบายหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริหารได้กำหนดไว้ จากคำนิยามข้างต้นสามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากสาร สุขศรีวงศ์ (2551) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรแบ่งออกเป็นเงื่อนไข 4 ประการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การซึ่งนำ และการควบคุม ที่จะสามารถนำไปใช้ได้ทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สำหรับความหมายของธุรกิจโรงแรม คือ การดำเนินกิจการประเภทสถานที่พักอาศัยค้างคืนเพื่อรับกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ โดยมีการให้บริการหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหาร และเครื่องดื่ม การจัดเลี้ยงจัดปразุ่ม สปา เป็นต้น หากพิจารณาความหมายของธุรกิจโรงแรมและการจัดการตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ได้กำหนดรูปแบบของธุรกิจโรงแรมที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมทั้งประเภท 4 ประเภท ได้แก่ (1) โรงแรมประเภท 1 หมายถึง การบริการเฉพาะห้องพัก (2) โรงแรมประเภท 2 หมายถึง การบริการห้องพัก และห้องอาหาร (3) โรงแรมประเภท 3 หมายถึง การบริการห้องพัก ห้องอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ หรือห้องประชุมสัมมนา (4) โรงแรมประเภท 4 หมายถึง การบริการห้องพัก ห้องอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) ในขณะที่ Riewoldt (2002) อธิบายเพิ่มเติมว่า หลักการออกแบบโรงแรมเป็นการสร้างผลงานสถาปัตยกรรมที่นำเสนอองค์ประกอบศิลปะสมพานกับจินตนาการของผู้ออกแบบที่นักท่องเที่ยวไม่เคยพบเห็นมาก่อน เพื่อการสร้างมูลค่าและประสบการณ์แก่พื้นที่เป้าหมายที่เป็นมากกว่าการพักแรมทั่วไป ผู้ประกอบการโรงแรมเริ่มนำการออกแบบตกแต่งภายในเข้ามาใช้เป็นกลยุทธ์ที่สนับสนุนการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้าของตนเองให้เกิดการจดจำแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดการโรงแรมยังคงมีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบตกแต่งธุรกิจโรงแรม

โดยมุ่งมองของ อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2538) ได้กำหนดเงื่อนไขหลัก 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย (1) การจัดแบ่งตามจำนวนห้องพักของโรงแรม ตั้งแต่ห้องพักต่ำกว่า 150 ห้อง ระหว่าง 150-600 ห้อง และห้องพักมากกว่า 600 ห้องขึ้นไป และ (2) การจัดแบ่งตามกลุ่มเป้าหมายการตลาดที่เป็นระดับมวลชนสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และตลาดเฉพาะกลุ่มที่เป็นไปตามรสนิยมส่วนบุคคลให้ความสำคัญกับการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นรายการโทรทัศน์ สำหรับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงการจัดการโรงแรมที่มีรายละเอียดเชิงลึกโดยอ้างอิงหลักการออกแบบตกแต่งภายในให้เป็นไปตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ธุรกิจโรงแรมย่านพาณิชย์ (Commercial Hotel) อาศัยการออกแบบยึดตามทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า คำนึงถึงกลุ่มผู้เข้าพักที่เดินทางมาติดต่อธุรกิจและการเข้าร่วมประชุมสัมมนา มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแผนกต่าง ๆ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ชักรีด สปา ห้องออกกำลังกาย ห้องประชุมสัมมนา สรรว่าย

น้ำ เป็นต้น (2) ธุรกิจโรงแรมเรซิเดนท์ (Residential Hotel) อาศัยการออกแบบที่พักในลักษณะของห้องชุดตามสัญญาเช่าระยะยาวแบบรายเดือน พร้อมด้วยการจัดสรรรูปแบบการบริการเสริม เช่น ที่จอดรถยนต์ ซึ่งเป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่าการออกแบบตกแต่งภายในยังมีความสัมพันธ์กับการตั้งราคาค่าปานกลางที่มีห้องพักขนาดกลางจนถึงห้องพักแบบหรูหราค่าแพ็คที่มีห้องพักขนาดใหญ่ (3) ธุรกิจโรงแรมใกล้กับท่าอากาศยานสนามบิน (Airport Hotel) อาศัยการออกแบบที่พักที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สนามบิน โดยห้องพักถูกออกแบบมาเพื่อการป้องกันเสียงรบกวนจากการขึ้นลงของเครื่องบินโดยสาร ส่วนใหญ่จะเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้โดยสารที่ต้องรอระยะเวลาใช้บริการเที่ยวบินต่อไปในภูมิภาค นอกจากนี้ ยังหมายความว่าห้องท่องเที่ยวที่ถูกยกเลิกเที่ยวบินจะหันหัน รวมทั้งยังเป็นที่นิยมในกลุ่มนักธุรกิจที่เดินทางจากต่างภูมิภาค เนื่องจากประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างที่พักกับท่าอากาศยาน (4) ธุรกิจโรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) อาศัยการออกแบบที่พักที่มีทั้งอยู่ใกล้กับแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็นจุดขาย เช่น ชายทะเล บนภูเขา ริมทะเลสาบ เป็นต้น ในขณะเดียวกันยังจะต้องคำนึงถึงการออกแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มเติมบริเวณภายนอกโรงแรม เช่น กีฬาทางน้ำ การเดินทางไกด์ การศึกษาเรียนรู้พื้นที่การเกษตร เป็นต้น

นอกจากนี้ การจัดการโรงแรมให้ประสบความสำเร็จยังมีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบตกแต่งภายใน ซึ่งจะเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและความคล่องลื่นของสภาพแวดล้อมที่นำคืนหา อีกทั้งยังมีกลุ่มนักวิชาการที่นำเสนอผลการวิจัยที่อธิบายถึงหลักการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่มีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันออกไปตามรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 หลักการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม

องค์คุนุช ศรีอ่อนนนท์ (2553)	เอกสาร พช. ตรีตรัง (2559)
1. ที่ตั้งของโรงแรม	1. ที่ตั้งของโรงแรม
2. ขนาดโรงแรมของพื้นที่ใช้สอย	2. รูปแบบของโรงแรมพื้นที่โดยรอบ
3. จุดประสงค์การมาพัก	3. รูปแบบของห้องพักที่เชื่อมโยงกับโครงสร้างอาคาร
4. ระดับการบริการ	4. ขนาดพื้นที่ใช้งาน
	5. สัดส่วนทางเข้าออก
	6. การตกแต่งภูมิทัศน์
	7. สิ่งอำนวยความสะดวก
	8. ระบบสาธารณูปโภค

จากตารางที่ 1 อธิบายถึงหลักการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของโรงแรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ ซึ่งเริ่มต้นจากการพิจารณาถึงการทำเลที่ตั้งโรงแรม เช่น ในเมือง ชนบท สถานที่ท่องเที่ยว สถานีขนส่งผู้โดยสารและท่าอากาศยาน ฯลฯ จากนั้นจึงประเมินความเป็นไปได้ในการกำหนดขนาดของโรงแรมที่มีรายละเอียดครอบคลุมพื้นที่ส่วนกลาง จำนวนห้องพัก แผนกบริการสนับสนุน และภูมิทัศน์ภายนอกอาคาร รวมทั้งการประเมินขีดความสามารถในการบรรจุจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดจะต้องสอดคล้องกับจุดประสงค์การมาพักของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของแต่ละแห่ง ได้แก่ เช่น โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ (Business Hotel) โรงแรมสำหรับการประชุม (Convention Hotel) โรงแรมสำหรับการพักผ่อนตากอากาศ (Resort Hotel) โรงแรมสำหรับการเดินทาง (Travel Hotel) และโรงแรมสำหรับการเช่าพักระยะยาว (Residential Hotel)

2. การออกแบบตกแต่งภายใน

อารี สุทธิพันธุ์ (2527) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การออกแบบ” หมายถึง การวางแผนการดำเนินที่ผู้สร้างผลงาน จะเลือกวัสดุที่มีมาตรฐานและเทคนิคการดำเนินงาน ๆ ภายใต้การระดมความคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาผลงานเชิง

โครงการที่มีความเป็นรูปธรรม พร้อมกับการวางแผนการปรับปรุงผลงานที่มีอยู่แล้วให้เกิดสิ่งที่เปลกใหม่เพิ่มขึ้น ในส่วนของความเกี่ยวข้องในการออกแบบกับความเป็นศิลปะจากมุมมองศิริพงษ์ พยอมแย้ม (2537) ได้ให้ความหมายของคำว่า “Design” หมายถึง กระบวนการการถ่ายทอดความคิดให้ปรากฏออกมาในลักษณะผลงานศิลปะที่ผู้พบเห็นสามารถรับรู้ หรือ การสร้างสรรค์ให้ถึงการให้ความหมายของผู้สร้างผลงาน เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในผลงานตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้างได้อย่างครบถ้วน ในขณะที่การออกแบบภายในยังเป็นกระบวนการตัดสินใจทางการสถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอกอาคาร เช่น ทางเดิน สวน จุดทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเป็นส่วนช่วยในการยกระดับทัศนียภาพของสถานที่ให้สวยงามและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (พรพิพัฒน์ เรืองธรรม, 2560) ในขณะที่การออกแบบแต่ละครั้งมักจะถูกนำไปพิจารณาตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยการคำนึงถึงประโยชน์ของกลุ่มผู้ใช้งานให้ได้รับความสะดวกสบายเป็นหลัก รวมทั้งการวิเคราะห์ความคุ้มค่าสำหรับการลงทุนอย่างรอบคอบด้านวัสดุอุปกรณ์ ดังนั้นผู้สร้างสรรค์ผลงานควรประเมินความเป็นไปได้ในการใช้งานควบคู่กับศักยภาพของพื้นที่และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ประกอบการพิจารณาของกลุ่มนักวิชาตามรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การกำหนดประเภทของการออกแบบ

อภารี สุทธิพันธุ์ (2527)	สังฆ์ นาคไฟจิตต์ (2530)
1. การออกแบบผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer Product Design)	1. การออกแบบตกแต่ง (Decorative Design)
2. การออกแบบกราฟิก (Graphic Design)	2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Products Design)
3. การออกแบบบริเวณพื้นที่ว่าง (Spatial Design)	3. การออกแบบพาณิชยศิลป์ (Commercial Design)
	4. การออกแบบสื่อสาร (Massage Design)

จากการที่ 2 สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า นักออกแบบตกแต่งเป็นต้องประเมินความสามารถของพื้นที่ในการรองรับจำนวนกลุ่มผู้ใช้งานที่เหมาะสม เนื่องจากแต่ละพื้นที่อาจถูกแบ่งออกเป็นส่วนย่อยสำหรับการใช้งานที่แตกต่างกันไปตามโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบเพื่อเป็นถิ่นที่อยู่ส่วนบุคคลและครอบครัวแบบอาศัยระยะยาว หรือแม้กระทั่งการออกแบบเพื่อวัตถุประสงค์การนำไปใช้เชิงพาณิชย์ตามลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอความแปลกใหม่ที่อาจไม่เคยพบที่ไหนมาก่อน เพื่อก่อให้เกิดสิ่งน่าดึงดูดใจในด้านสถานที่ของผู้คนต้องการเดินทางมาสัมผัสถักบั้นประสบการณ์เหล่านี้ ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของสถานที่แห่งนั้นให้กลายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการออกแบบตกแต่งเชิงโครงการจะประกอบไปด้วยพื้นที่ภายในอาคารที่แบ่งออกเป็นห้องประเภทต่าง ๆ และภายนอกอาคารที่ถูกแบ่งตามกิจกรรมในพื้นที่ว่างโดยรอบ นักออกแบบตกแต่งควรมีการคิดต่อยอดการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ภายในพื้นที่ให้มีความสอดคล้องกับโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการออกแบบตกแต่งสิ่งสนับสนุนทางด้านการสื่อสารที่ใช้บวกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมาของสถานที่ด้วยการใช้ตัวอักษร สัญลักษณ์ หรือภาพวาด หรือตราองค์กร เพื่อสื่อสารผ่านประสานสัมผัสทางการมองเห็นของกลุ่มผู้ใช้สถานที่ สำหรับนักวิชาการด้านการออกแบบอย่าง Koberg & Bagnall (1972) ได้นำเสนอกระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีทั้งหมด 7 ขั้นตอนดังนี้

2.1 การยอมรับปัญหา (Acceptance) เป็นขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ ร่วมกับการสอบถามความต้องการของผู้ลงทุนในการก่อสร้างสถานที่ และการสำรวจพัฒนาระบบทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้พื้นที่ เพื่อนำข้อมูลมาใช้สำหรับการประเมินความเป็นไปได้ทางการออกแบบตกแต่ง

2.2 การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นขั้นตอนการจำแนกรายละเอียดที่ใช้การวางแผนการดำเนินงานแต่ละส่วน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเข้าในการประชุมหรือการปรึกษาและการพิจารณาถึงปัจจัยสนับสนุนหรือเม็ดเงินที่อุปสรรคที่เกิดขึ้น

2.3 การกำหนดธุรี (Definition) เป็นขั้นตอนการกำหนดแนวคิดพื้นฐานสำคัญสำหรับการออกแบบ ที่เชื่อมโยงกับการกำหนดประเภทของการออกแบบ

2.4 การเสนอแนวคิด (Ideation) เป็นขั้นตอนกำหนดสมมติฐานของผลการออกแบบล่วงหน้า พร้อมคาดคะเนผลกระทบที่อาจจะเกิดกับกระบวนการการออกแบบในระยะยาว

2.5 การเลือกตัดสินใจ (Selection) เป็นขั้นตอนการเข้มโถงจะเกิดโดยประสบการณ์เฉพาะตัว ที่จะคำนึงถึงความมีเหตุและผลสำหรับการนำมาใช้ในการเปรียบเทียบ

2.6 การประมวลผลทางปฏิบัติ (Implementation) เป็นขั้นตอนการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดประโยชน์หลังจากการแบบตอกแต่งเสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นจากนักลงทุนและกลุ่มผู้ใช้พื้นที่เพื่อจะนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการต่อเติมให้เป็นไปตามเงื่อนไขหรือข้อสัญญา

2.6 การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนการประเมินคุณค่าเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงสำหรับโครงงานครั้งต่อไป และการพัฒนาเป็นข้อเสนอสำหรับการออกแบบที่มีประสิทธิภาพแก่นักลงทุนที่มีความสนใจ

ในขณะที่ทิศทางการออกแบบต้องภายใต้ภารกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร รวมถึงการวางแผนการกำหนดวิธีการใช้สอยพื้นที่ให้เป็นไปตามความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยการนำเอาแนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) เข้ามาใช้ในการพัฒนาการออกแบบสภาพแวดล้อมที่ปราศจากการดัดแปลง ซึ่งหลักการดังกล่าวจะต้องtranslate ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความหลากหลาย เช่นเดียวกัน สามารถใช้สอยพื้นที่ได้อย่างเดียวไม่มีข้อจำกัดด้านอายุและสภาพร่างกาย โดยมุ่งมองของไตรัตน์ จาฤหัสญ์ (2558) ได้กล่าวว่า การออกแบบเพื่อมวลชนเพิ่มเติมอาจนำไปสู่ลักษณะสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ (1) ความเสมอภาค (Equitable Use) เป็นการแสดงออกถึงความเสมอภาคในการใช้งานพื้นที่ จะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานที่มีความหลากหลายของช่วงอายุ สามารถใช้งานได้ รวมทั้งยังเป็นการออกแบบที่มุ่งตอบสนองตลาดเป้าหมายในระดับมวลชนที่เป็นตลาดขนาดใหญ่ (2) ความยืดหยุ่น (Flexible in Use) เป็นการปรับเปลี่ยนวิธีการใช้งานให้เป็นไปตามกลุ่มผู้ใช้งานอย่างกว้างขวางภายใต้ขอบเขตพื้นที่ในการรองรับ (3) ความเรียบง่าย (Simple and Intuitive Use) เป็นการกำหนดรูปแบบการสื่อสารที่ผู้รับสารหรือผู้ใช้งาน จะต้องเข้าใจได้ง่าย โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานหรือความคุ้นเคยกับสิ่งเหล่านี้มาก่อน (4) ข้อมูลชัดเจน (Perceptible Information) เป็นการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นข้อมูลสำคัญในปริมาณที่เหมาะสมแก่ผู้ใช้งานให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ (5) การใช้ระบบป้องกันอันตราย (Tolerance for Error) เป็นการtranslate ความต้องการที่จะเกิดขึ้นกับการใช้สอยพื้นที่ร่วมกับการเสริมสร้างความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้งาน (6) การใช้หลักการผ่อนแรง (Low Physical Effort) เป็นเทคนิคการใช้งานที่จะลดความความเหนื่อยล้าจากวัสดุอุปกรณ์และพื้นที่ใช้สอยในแต่ละส่วน (7) ขนาดและพื้นที่ว่าง (Size and Shape for Approach and Use) เป็นการคำนึงถึงวิธีการเข้าถึงสถานที่ด้วยการจัดเตรียมขนาดพื้นที่ที่เหมาะสมกับการหยิบจับของผู้ใช้งานทุกสิ่ง

อย่างไรก็ตามกระแสความนิยมการออกแบบแห่งศตวรรษที่ 20 เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายภายใต้เงื่อนไขความยั่งยืนโดย อรรถน์ เศรษฐบุตร (2551) ได้อธิบายว่า การสร้างความสะดวกสบายเป็นหัวใจสำคัญของการออกแบบอย่างยั่งยืน คำนึงการลดปริมาณของเสียงที่ไม่จำเป็น การควบคุมการใช้พลังงานที่เกิดขึ้นภายในอาคาร และการใช้พลังงานทดแทนในการดำเนินกิจการแต่ละส่วนงาน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะมีความคล้ายคลึงกับหลักการของ Mugerauer (1996) ที่กล่าวถึงการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม เริ่มต้นจากกำหนดโครงสร้างอาคาร หรือรูปทรงอาคาร ที่จะเป็นจุดรวมสายตาในระบบนิเวศของเมืองที่จะเห็นได้ชัดสามารถจดจำได้ง่าย ควบคู่กับการปรับระบบนิเวศภายนอกอาคารให้สอดคล้องซึ่งกันและกัน จากนั้นจะเป็นกระบวนการเลือกวัสดุอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพให้มีประโยชน์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกับทาง Jiang & Wen (2020) ได้กล่าวว่า การออกแบบโรงเรียนยุคใหม่ COVID-19 นอกจากการเอกสารบนบัญญาประดิษฐ์ (AI) มาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริการแล้ว ทางด้านโครงสร้างอาคาร การจัดวางพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องคำนึงถึงความสะอาดและสุขอนามัย คำนึงถึงจุดสัมผัสที่ไม่จำเป็นภายในห้องพักหรือพื้นที่ต่าง ๆ ของโรงเรียน รวมทั้งการสร้างข้อมบังคับหรือมาตรการเพื่อไว้วางคุณผู้ให้บริการที่จะอยู่ดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด ยิ่งไปกว่านั้น การออกแบบต้องแต่งกายในเชิงพาณิชย์โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและการวิจัยที่มีการนำเสนอเกี่ยวนวัตกรรมการพัฒนาองค์ประกอบการออกแบบเพื่อนำไปใช้เป็น

หลักการส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ที่จะควรออกแบบตามพฤติกรรมของมนุษย์กับการใช้สอยพื้นที่ สามารถอธิบายได้จากผลการศึกษาของ บุญประชา (2557) พบว่า การนำศิลปะเข้ามาดึงดูดความสนใจด้วยความงามและประโยชน์จากการใช้สอยพื้นที่ การกำหนดตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องชุด เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบจะมีมิติซึ่งว่างที่เหมาะสมเพิ่มขึ้น อีกทั้งการใช้หลักจิตวิทยาในการออกแบบตกแต่งยังเกี่ยวข้องสภาพแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจโรงแรมไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สังคม เศรษฐกิจ ความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้งาน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่สนับสนุนหลักการออกแบบตกแต่งภายใต้เงื่อนไขขององค์ประกอบอื่น ๆ เพิ่มเติมตามรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 องค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม

องค์ประกอบ และงานวิจัยที่ เกี่ยวกับการ ออกแบบ ตกแต่งภายใน โรงแรม	ด้านที่ 1 ที่ดีด้วย รูปแบบ ของ ห้อง	ด้านที่ 2 ขนาด พื้นที่ใช้ งาน	ด้านที่ 3 การ ตกแต่งภายใน ห้อง เช่น และ สีอ่อนปี๊	ด้านที่ 4 รูปแบบ เฟอร์นิ เจอร์และ การตกแต่ง	ด้านที่ 5 ระบบ สาธารณูปโภค และระบบ วิศวกรรม อาคาร	ด้านที่ 6 ประเมิน ใช้สอย	ด้านที่ 7 จิตวิทยา ในงาน ออกแบบ	ด้านที่ 8 สีเดียว อัตลักษณ์	ด้านที่ 9 จุด ด้วยภาพ และสี เสริมการ ตกแต่ง	ด้านที่ 10 ความ อนุรักษ์ เดิม	ด้านที่ 11 ความ สะอาดและ สุขอนามัย
บุญประชา (2557)			✓	✓		✓	✓				
เอกพงษ์ ตรี ตรง (2559)	✓	✓	✓	✓	✓						
พิพิธสุคนธ์ อิทธิบารีป (2560)							✓	✓			
พีรัส เจน ตระกูลโรจน์, อนุชา แพ่ง เกรสรและ อัญชลี บุญพาลิต (2560)								✓	✓		
กรรร กรรม งานวาระรวม และ ลูกค้า นุ่ม ไทย (2563)						✓		✓			
พรสวรรค์ บุญ สกิด, อรจิรา สันติวาราค และสุทธิชัย ทองเข้าอ่อน (2563)										✓	
Forster (1993)		✓				✓					
Cary & Jang (2006)			✓	✓			✓				
Achala & Shantha (2019)			✓	✓			✓				
Utari & Utami (2020)			✓					✓		✓	
Hanjayani & Siahaan (2020)					✓						
Pane&					✓			✓		✓	

วรรณกรรม และงานวิจัยที่ เกี่ยวกับการ ออกแบบ ตกแต่งภายใน โรงแรม	ด้านที่ 1 ที่ตั้งและ รูปแบบ ของ โรงแรม	ด้านที่ 2 ขนาด พื้นที่ใช้ งาน	ด้านที่ 3 การ ตกแต่งภายนอก ทัศน์ ทางเข้า และ สีองค์ประกอบ	ด้านที่ 4 รูปแบบ เฟอร์นิช เรื่องเล่า และการแต่ง อากาศ	ด้านที่ 5 ระบบ สาธารณูปโภค และระบบ วิศวกรรม	ด้านที่ 6 ประยุกต์ ใช้สอย	ด้านที่ 7 จิตวิทยา ในงาน ออกแบบ	ด้านที่ 8 สื่อสัง อัตลักษณ์	ด้านที่ 9 จุด ถ่ายภาพ และสิ่ง บริการ ตลาด	ด้านที่ 10 คงความ อนุรักษ์ เดิม	ด้านที่ 11 ความ สะอาดและ สุขอนามัย
Nasution (2020)											
Adem (2020)							✓		✓		
Yashwant, Sanjeeb, Purnendu & Rakesh (2020)											✓
Jiang & Wen (2020)											✓
Primadewi, Sueca, Dwijendra & Siwalatri (2021)	✓					✓					
Odilovich & Baxromovna (2021)										✓	

จากตารางที่ 3 อธิบายว่า องค์ประกอบของการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่จะใช้ในการแก้ไขสถานการณ์ที่อาจจะกระทบต่อการดำเนินกิจการ พร้อมกับการคาดคะเนถึงกระแสการรักษาความยั่งยืนที่จะสนับสนุนหลักการควบคุมการใช้ทรัพยากรและการเสริมสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีทั้งหมด 11 ด้าน ได้แก่ (1) ที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (2) ขนาดพื้นที่ใช้งาน (3) การตกแต่งภายนอกทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (4) รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (5) ระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (6) ประยุกต์ใช้สอย (7) จิตวิทยาในงานออกแบบ (8) สื่อสังอัตลักษณ์ (9) จุดถ่ายภาพและสิ่งบริการตลาด (10) คงความอนุรักษ์เดิม และ (11) ความสะอาดและสุขอนามัย

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจเนอเรชันแซด

คำว่า “Generation” หรือ “เจเนอเรชัน” หมายถึง การจำแนกคุณลักษณะของประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยภายใต้เกณฑ์การพิจารณาจากปี ค.ศ. เกิด รวมทั้งยังเป็นการอาศัยหลักการเทียบเคียงเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในช่วงชีวิต โดยส่วนใหญ่ประชากรที่มีช่วงอายุใกล้เคียงกันจะจัดกลุ่มอยู่ในเจเนอเรชันเดียวกัน จะมีลักษณะเฉพาะที่คล้ายคลึงกัน เช่น รสนิยม ความเชื่อ พฤติกรรมการบริโภค ทัศนคติ เป็นต้น (Mannheim, 1952) ในขณะที่ความสับสนของจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามโครงสร้างของครอบครัวในแต่ละภูมิภาค อาจนำไปสู่การเชิญหน้าระหว่างกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลายของอายุ มีสาเหตุมาจากการความต้องการพื้นที่ฐานของมนุษย์ที่มีความจำเป็นแตกต่างกันไปตามช่วงวัย ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับเจเนอเรชันใหม่ของช่วงอายุต้องมีความลึกซึ้งผ่านเกณฑ์ประชากรศาสตร์แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ เบบีบูมเมอร์ (Baby Boomer) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เจเนอเรชันวาย (Generation Y) และ เจเนอเรชันแซด (Generation Z) จะถูกจัดเป็นนิยามใหม่ที่ใช้ทดแทนการแบ่งกลุ่มช่วงอายุ 5-10 ปีแบบดั้งเดิม (กรมสุขภาพจิต, 2564) แต่สำหรับข้อมูลของผลการศึกษาของ Glass (2007) อธิบายได้ว่า เจเนอเรชัน คือ การจำแนกช่วงอายุด้วยสิ่งที่ระบุได้ถึงเอกลักษณ์เฉพาะและประสบการณ์ของประชากรตามกลุ่มชาติพันธุ์ อีกทั้งยังเป็นการอธิบายได้ถึงความคล้ายคลึงกันของ

จำนวนสมาชิกในแต่ละช่วงอายุที่มีระดับໄลเลี่ยกัน จะมีการรวมกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัดเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติซึ่งกันและกัน หรือเรียกว่าเป็นพฤติกรรมกลุ่มภายนอกสังคมระบบปิดไม่รับบุ珉ของจากประชากรช่วงอายุที่ห่างกัน โดยจะพูดในกลุ่มของผู้สูงอายุที่คิดว่าตนเองเกิดมาก่อนจะเป็นต้นแบบความคิดที่ถูกต้องเสมอ

สำหรับความหมายเฉพาะของคำว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซด หมายถึง กลุ่มประชากรที่เติบโตขึ้นมาในช่วงที่เวลาหลายประเทศก้าวเข้าสู่ยุคสมัยแห่งการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลาย เพื่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางธุรกิจ ควบคู่กับการนำความสะดวกในชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มเจเนอเรชันนี้จะยังคงให้ความสำคัญกับความคิดแบบปัจจุบัน บุคคลที่ชื่นชอบความอิสระ สามารถทำกิจกรรมหลากหลายอย่างในเวลาเดียวกัน และยังมีความอดทนต่อสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว (นัชพล ไยไฟโรจน์ และอรารดา ประทินอักษร, 2563) ถึงแม้ว่าความน่าสนใจของกลุ่มเจเนอเรชันแซดยังเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของคนรุ่นก่อนที่ร่วมกันถ่ายทอดความเป็นตัวตนผ่านระบบสมาชิกในครอบครัว โดยมุ่งมองของ วิทยา ชีวรุโณทัย (2555) ได้กล่าวถึง เจเนอเรชันแซดในราชอาณาจักรไทยเป็นประชากรที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยที่สุดตามอัตราการเกิดใหม่ของประชากรที่ลดลงน้อยลงตามวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันกลุ่มเจเนอเรชันแซดยังเป็นกลุ่มเยาวชนที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่จะชื่นชอบการติดต่อสื่อสารกับผู้คนในโลกเสมือนจริงที่มีความเป็นเสรีภาพทางความคิดไม่จำเป็นต้องระบุตัวตน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มประชากรที่ก้าวเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ของความเท่าเทียมกันในสังคมของชายและหญิง

ในขณะที่ผลการศึกษาของ คณสิทธิ์ เกียนวัฒนา และคณะ (2562) ได้นำเสนอเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจเนอเรชันแซด มีความวิตกกังวลกับสถานการณ์รอบด้าน จนนิยมใช้สมาร์ทโฟนสำหรับการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม การท่องเที่ยวและสำรวจห้องพักในโรงแรม ทางผู้ประกอบการโรงแรมจะต้องมีการจัดทำเว็บไซต์ที่มีความปลอดภัยในการชำระเงินค่าห้องพัก รวมทั้งยังพบว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซดยังคงตระหนักรถึงความเสี่ยงด้านอื่น ๆ เช่น ตนเอง ผู้ให้บริการ สินค้าและบริการ เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซดกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรและสังคมที่เกิดจากการเพิ่มจำนวนของชนชั้นกลางที่จะกลายมาเป็นตลาดใหม่หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 เป็นการเปลี่ยนแปลงกลุ่มตลาดแบบมวลชนไปสู่กลุ่มตลาดเฉพาะ ซึ่งสามารถพยากรณ์พฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชันแซดได้ว่า แม้จะมีความหวาดกลัวของการแพร่ระบาดดังกล่าวแต่ก็ยังแสดงออกถึงความพร้อมต่อการเดินทางไปพักผ่อนตามกลุ่มน้ำใจเด็ก หรืออาจเป็นคู่ และแบบรายบุคคลตามวาระโอกาสที่จะต้องเดินไปด้วยเงื่อนไขการทำงาน ผลการศึกษาของ Sriprom, et al. (2019) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของเจเนอเรชันแซดด้วยการพิจารณาเงื่อนไขของการสื่อสารทั้งหมดอีก 8 ประการหลักดังนี้

3.1 ความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม (Entrepreneurship and Innovation) เป็นกลุ่มที่ตระหนักรถึงความจำเป็นในการใช้จ่ายอย่างรอบคอบเมื่อเทียบกับช่วงกลุ่มประชากรอย่างกลุ่ม Millennial ที่เติบโตมากกว่า ในบางรายจะเริ่มต้นที่จะหารายได้จากการมีอาชีพเสริมด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่สามารถใช้งานได้ผ่านมือถือ

3.2 ความเป็นนักวิจารณ์ (Criticizer) เป็นกลุ่มที่มีวิธีการตั้งคำถามในประเด็นที่สงสัย หรือมีความก้าวที่จะวิจารณ์สิ่งที่ไม่เห็นด้วยอย่างตรงไปตรงมา สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมที่ใช้อารมณ์ตัดสินใจต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น และอาจเป็นกลุ่มที่มีความยากต่อการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่แสดงถึงการกดทับทางด้านความคิด

3.3 ความสนใจระยะสั้น (Short Attention Span) เป็นกลุ่มที่เติบโตขึ้นจากการค้นหาข้อมูลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านการใช้เทคโนโลยีและเว็บไซต์ เพื่อนำไปใช้ในการขยายการรับรู้ด้วยข้อมูลที่หลากหลายทั้งภาพ เสียง หรือข้อความสั้น กระชับเข้าใจง่าย

3.4 ความต้องการความพึงพอใจทันที (Instant Gratification) เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมควบคู่กับการใช้อุปกรณ์สื่อสารตลอดเวลา มีคาดหวังความพึงพอใจต่อการตอบสนองแบบรวดเร็ว ในขณะเดียวกันกลุ่มเจเนอเรชัน

แซดมักจะนิยมแยกตัวเองออกจากสังคมที่มีช่วงอายุที่แตกต่าง มีความอ่อนไหวต่อข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไปได้ง่ายกว่ากลุ่มเจเนอเรชันอื่น

3.5 ความสามารถในการทำงานได้หลายอย่างพร้อมกัน (Multitasking) เป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตที่ฝังตัวอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กับการทำกิจกรรมหลายอย่างในเวลาเดียวกัน โดยจะมีความคุ้นชินในแต่ละวันจนเกิดเป็นลักษณะนิสัยของประชาชนรุ่นใหม่

3.6 ความสามารถในการแสดงออกถึงความภักดีและความใจกว้าง (Loyalty & Open mindedness) เป็นกลุ่มที่มีการแสดงออกถึงความจริงใจและเอื้อเพื่อต่อผู้อื่น รวมทั้งยังเป็นกลุ่มที่ความสนใจต่อประเด็นทางสังคมที่ร่วมสมัย และการแสดงให้ประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางไปในพื้นที่ที่ไม่คุ้นเคยมาก่อนในชีวิต

3.7 การขาดทักษะการสื่อสาร (Lack of Communication Skills) เป็นกลุ่มที่ผูกพันกับเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล หากจะมีการแข่งขันระหว่างบุคคลในช่วงอายุอื่นที่ไม่คุ้นเคยอาจทำให้การสื่อสารด้วยประสิทธิภาพ

3.8 การขาดการทำงานร่วมกัน (Lack of Collaboration) เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบลักษณะการทำงานแบบตัวคนเดียว เนื่องจากเป็นการแสดงออกถึงการมีอิสระทางด้านความคิดมากกว่าการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีอิทธิพลกว่าที่อาจนำเอาประสบการณ์การเข้ามาควบคุมการทำงาน

บทสรุป

การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญในการวางแผนเชิงโครงสร้างด้วยความสร้างสรรค์นักออกแบบต้องประเมินความเหมาะสมของขนาดหรือสัดส่วนทั้งภายในตัวอาคารชุดที่จะกลายเป็นจุดหมายตาของเมืองควบคู่กับบริเวณพื้นที่ใช้สอยภายนอกอาคารให้เป็นไปตามลักษณะของโรงแรมแต่ละประเภท รวมทั้งการพิจารณาวิธีการคัดเลือกวัสดุการก่อสร้างแต่ละรายการที่มีคุณภาพคงทนแข็งแรงต่อทุกกิจกรรมการบริการ การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมยังเป็นแนวทางการพัฒนาความร่วมสมัยของโรงแรมด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ตลอดระยะเวลาการเข้าพักอาศัย ผู้ประกอบการโรงแรมที่สามารถคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมจำเป็นต้องทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงลึกและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละยุคสมัย โดยเฉพาะกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่กำลังจะกลายมาเป็นประชากรรุ่นใหม่จำนวนมาก ที่มีความพร้อมต่อการเดินทางท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย นอกจากนี้ การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมหรือสถานการณ์ปัจจุบัน จากการทบทวนวรรณกรรมยังพบงานวิจัยที่จะนำมาใช้ในการยืนยันองค์ประกอบการออกแบบตกแต่งภายในประกอบด้วย (1) ที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม (2) ขนาดพื้นที่ใช้งาน (3) การตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้ (4) รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง (5) ระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร (6) ประโยชน์ใช้สอย (7) จิตวิทยาในงานออกแบบ (8) สื่อถึงอัตลักษณ์ (9) จุดถ่ายภาพและสิ่งเสริมการตลาด (10) คงความอนุรักษ์เดิม และ (11) ความสะอาดและสุขอนามัย โดยแต่ละองค์ประกอบยังสามารถอธิบายคุณลักษณะที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยกลุ่มเจเนอเรชันแซดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 องค์ประกอบและคุณลักษณะของการตกแต่งโรงแรมของนักท่องเที่ยกลุ่มเจเนอเรชันแซด

องค์ประกอบการตกแต่งภายในโรงแรม	คุณลักษณะ
1. ที่ตั้งและรูปแบบของโรงแรม	การเดินทางสะดวกสบายใกล้กับสถานีขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญของเมืองโดยทำเลที่ตั้งของโรงแรมต้องคำนึงถึงทัศนียภาพโดยรอบ
2. ขนาดพื้นที่ใช้งาน	การกำหนดพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมแต่ละสัดส่วน ได้แก่ ห้องพักอาศัย กิจกรรม และบริการสนับสนุนต่าง ๆ เช่น ระยะว่ายน้ำ ลานจอดรถยนต์ ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องสปา เป็นต้น
3. การตกแต่งภูมิทัศน์ทางเข้าและล็อบบี้	การดำเนินถึงความสวยงามทั้งภายนอกอาคาร รวมทั้งการดูแลรักษาให้มีความเป็น

องค์ประกอบการตอกแต่งภายในโรงแรม	คุณลักษณะ
	ระเบียบของพื้นที่
4. รูปแบบเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่ง	การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีขนาดเหมาะสมกับพื้นที่ใช้สอย ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความใช้งานที่ยาวนานและมีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
5. ระบบสาธารณูปโภคและระบบวิศวกรรมอาคาร	การวางแผนระบบปรับอากาศ ไฟฟ้า และน้ำประปา ที่จะต้องพึงพากรลักษณะที่มีความทันสมัย รวมถึงการทำหมัดเครื่องมืออุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยและการเลือกใช้ระบบสำรองไฟที่มีประสิทธิภาพ
6. ประโยชน์ใช้สอย	การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและพื้นที่ต่าง ๆ ของโรงแรม ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่รุ่นใหม่และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การท่องเที่ยวหลังมหานครโควิด-19 สิ้นสุดลง
7. จิตวิทยาในงานออกแบบ	การคาดคะเนถึงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหลังการเข้ารับบริการภายในโรงแรม เช่น ความปลอดภัย ความนียนดัน ความปลดปล่อย เป็นต้น
8. สื่อถึงอัตลักษณ์	การนำความร่วมสมัยเข้ามาผสมผสานความเป็นตัวตนของโรงแรมที่ชัดเจนและการสร้างความสุนทรีย์แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ควบคู่กับการเชื่อมโยงความสอดคล้องกับตราสินค้าของโรงแรมให้เป็นที่น่าจดจำยิ่งขึ้นไป
9. จุดถ่ายภาพและส่วนเสริมการตลาด	การสร้างจุดถ่ายภาพภายในโรงแรมเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการนำเสนอความเป็นตัวตนผ่านสื่อสังคมออนไลน์
10. คงความอนุรักษ์เดิม	การเชื่อมโยงทรัพยากรทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น เข้าร่วมกับการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม
11. ความสะอาดและสุขอนามัย	การประเมินความปลอดภัยและสุขอนามัยแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการดูแลตัวเอง มีอุปกรณ์ในการดูแลรักษา การทำความสะอาดตามกำหนดเวลา

จากตารางที่ 4 อย่างไรคุณลักษณะขององค์ประกอบการตอกแต่งภายในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซด ทั้งหมด 11 ด้าน ผู้วิจัยที่สนใจสามารถนำบทสรุปของบทความนี้ กลับไปพัฒนาเป็นข้อคำแนะนำโดยยิ่งขึ้น ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยองค์ประกอบการตอกแต่งภายในโรงแรม จะทำหน้าที่เป็นตัวแปรอิสระเพื่อทำนายผลที่จะเกิดขึ้นซึ่งความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น การคาดหวัง ความต้องการ การตัดสินใจ ความพึงพอใจ การยอมรับ การกลับมาใช้ซ้ำ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการนำไปประยุกต์ใช้เป็นข้อคำแนะนำโดยยิ่งขึ้น ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและกลุ่มสถาปนิกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบ เพื่อเป็นการยืนยันผลการศึกษาและการขยายผลการศึกษาให้มีความชัดเจนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรารณ จามารชรณและคลิตา นุ่มไทย. (2563). ผลการหางานศิลป์ของศิลปินไทยเพื่อสร้างสรรค์สภาพแวดล้อม ภายในโรงแรมบุตติค. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการวิจัยและงานสร้างสรรค์, 7(1), 149-170.

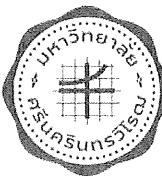
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). COVID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1(4), 4-53.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). แผนการดำเนินโครงการแนวทางความปลอดภัยด้านสุขอนามัย. กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

คุณลักษณะ เกี่ยวกับ ความ อยู่นั่นๆ ผาสุข ศรัณญา ศรีทอง ภณิตา สายณะรัตต์ชัย และชุมพูนท ภานุภาส. (2562). การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันแซดต่อการจองโรงแรมที่พัก ทางอินเทอร์เน็ต. วารสารธุรกิจบริษัทคุณ, 11(2), 25-36.

- เอกพงษ์ ตรีตรง. (2557). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์: การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมขนาดเล็กในต่างจังหวัดเพื่อส่งเสริมคุณภาพการท่องเที่ยวไทย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอกพงษ์ ตรีตรง. (2559) การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมขนาดเล็กในต่างจังหวัดเพื่อส่งเสริมคุณภาพการท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Achala, W. & Shantha, A. (2019). The Impact of Interior and Exterior Designs on Demand for Hotels. A Paradigm Shift of Thoughts and Policies: *The Need of the Hour for Developing Economies*, 244-247.
- Adem, S. (2020). A Systematic Literature Review on Hotel Design. *Tourism Academic Journal*, 20(2), 297-310.
- Cary C. & Jang, S. (2006). The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7), 534-545.
- French, D. & Saward, H. (1975). *Dictionary of Management*. New York: International Publications Service.
- Forster K.,P. (1993). Spatial planning for hotel design. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(2), 10-12.
- Glass, A. (2007). Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), 98-103.
- Hanjayani, M., & Siahaan, M., N. (2020). Hatinggian Eco-Park Hotel Resort (Ecological Architecture). *International Journal of Architecture and Urbanism*, 4(3), 291-299.
- Pane F., I. & Nasution F., M. (2020). The Design of The Tuk-Tuk Lakeside Resort Lake Toba (Green Architecture). *International Journal of Architecture and Urbanism*, 4(1), 62-74.
- Primadewi Natha, P. S., Sueca, P. N., Dwijendra Acwin, K.N., & Siwalatri Ayu, K. N. (2021). Emerging Architect's Design Method in Designing Tourist Accommodation Case Study: Tourist Accommodation in Ubud, Bali. *Civil Engineering and Architecture*, 9(2), 271-280.
- Jiang, Y., & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: A perspective article. *International Journal of Contemporary of Hospitality Management*, 32(8), 2563-2573.
- Koberg, D., & Bagnall, J. (1991). *Universal Traveler*. (2nd Edition). California: CRISP LEARNING.
- Mannheim, K. (1952). *The problem of generation*. London : Routledge and Kegan Paul.
- Mugerauer, R. (1996). *Interpreting Environments: Tradition, Deconstruction, Hermeneutics*. English: University of Texas Press.
- Riewoldt, O. (2002). *New Hotel Design*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Straub, J.T. & Attner, R.F. (1985). *Introduction to Business*. (2nd edition). Boston: Kent.
- Sriprom, C., Rungswang, A., Sukwitthayakul, C., & Chansri, N. (2019). Personality Traits of Thai Gen Z Undergraduates: Challenges in the EFL Classroom?. PASAA: *Journal of Language Teaching and Learning in Thailand*, 57, 165-190.
- Utari U. & Utami W. (2020). Hotel Resort Paropo With Neo Vernacular Approach. International *Journal of Architecture and Urbanism*, 4(1), 23-29.

Yashwant, S.R., Sanjeeb P., Purnendu B. & Rakesh D. (2020). Hygiene and Safety: A Review of the Hotel Industry in the Era of COVID-19 Pandemic. *Bioscience Biotechnology Research Communications*, 13(10), 79-83.



การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564

ที่ ปชก 001/2564

เรื่อง รายชื่อผู้จัดงานทางวิชาการ และรายชื่อผู้จัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ
ครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564

หัวข้อ "Reshaping Thailand Tourism and Service through New Paradigm"

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และบริษัท ไทยไฟลท์เทรนนิ่ง จำกัด (TFT) ร่วมกันจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564 หัวข้อ "Reshaping Thailand Tourism and Service through New Paradigm" ในวันศุกร์ที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2564 ในรูปแบบออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ เพื่อสร้างองค์ความรู้ ด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยและบุคคลทั่วไป ตลอดจนเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ คณะกรรมการฝ่ายจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกสาขา วิทยากร ผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่าน ตลอดจนคณะกรรมการ คณะกรรมการจัดประชุมวิชาการทุกฝ่ายที่ให้ ความร่วมมืออย่างดีเยี่ยม

เพื่อให้การจัดงานงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564 ในหัวข้อ "Reshaping Thailand Tourism and Service through New Paradigm" เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ จึงประกาศรายชื่อผู้จัดงานประชุมวิชาการ กองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิ ตามมติที่ประชุมผู้จัดงานฯ ครั้งที่ 1/2564 เมื่อวันจันทร์ที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 ดังนี้

กองบรรณาธิการจัดทำรายงานสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564

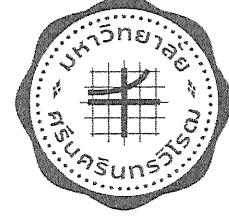
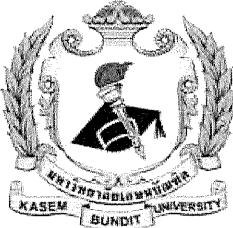
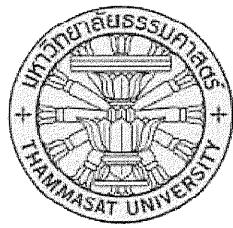
ผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร. วรลักษณ์ บุณยสุรัตน์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภัสสันท์ วินิจารกิจกุล | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุดสันต์ สุทธิพิศาล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุเทพ เดชะชีพ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนามัย ดำเนตร | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกฉัตร ตันศิริ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เนติมพงษ์ เสนารักษ์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตศรีราชา |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ถิรตัณ พิมพาภรณ์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตศรีราชา |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ราชานนท์ ทวีผล | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชนีกร แซ่wang | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภักดีพินิจ | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุเมษย์ หนองหลัง | มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปวีณา สปีลเลอร์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 15. ดร. ดนัย ลิสวัสดิรัตนากุล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ
การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ |
| 16. ดร. เนติมเกียรติ เพื่องแก้ว | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 17. ดร. สุกฤตา สุวรรณกฤต | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 18. ดร. สุวรรณा เอี่ยวงศ์ภักดี | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 19. ดร. อธิป จันทร์สุริย์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 20. ดร. จันทร์เมธा ศรีรักษษา | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน |
| 21. ดร. ชนัญญา ตินตะบูรณะ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน |

22. ดร.นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
23. ดร.อิสรพงษ์ พลธานี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
24. ดร.นีลนา拉 วงศ์เกิด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
25. ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
26. ดร.ทิพชญา พึงชาญชัยกุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
27. ดร.ดารณี พโลยจัน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
28. ดร.ชิษณุพงศ์ ศิริโขตินิศากร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
29. ดร.บุษริน วงศ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
30. ดร.ปริชัย ดาวอุดม	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
31. ดร.พีระเดช ประคองพันธ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
32. ดร.สมยศ โอลเคนลือบ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
33. ดร.วารช์ต์ มัชัยมนตรุษ	มหาวิทยาลัยพะเยา
34. ดร.พรพรหม สุราทร	วิทยาลัยดุสิตธานี

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิมีหน้าที่

- พิจารณาคัดเลือกและประเมินผลงานวิชาการ เพื่อตอบรับให้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิชาการ
- พิจารณาตรวจสอบผลงานวิชาการฉบับสมบูรณ์ เพื่อจัดทำรูปเล่ม
- นำผลงานวิชาการมาจัดหมวดหมู่ และพิมพ์ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน กลั่นกรอง วางแผน จัดทำ เป็น รายงานสืบเนื่อง (Proceedings)
- เป็นผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องเพื่อตัดสินการนำเสนอผลงานวิชาการแบบวิชา



เกียรติบัตรฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ลักษณ์ สุครี และ ธนาวนิท ทวีผล

ผู้นำเสนองานวิชาการผ่านระบบออนไลน์

เรื่อง “การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจเนอเรชันแซด”

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2564

“Reshaping Thailand Tourism and Service through New Paradigm”

จัดโดย เครือข่ายสถาบันการศึกษา

ให้ไว้ ณ วันศุกร์ที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2564

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนนารมย์ ดำเนนtrad
คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

รองศาสตราจารย์สุวรรณ เดชวรชัย
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง