

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

INTERIOR DESIGN FOR IMPRESSION OF A SMALL
CONTEMPORARY HOTEL



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสถาปัตยกรรมภายใน

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

KMITL-2008-AR-M-008-850

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

INTERIOR DESIGN FOR IMPRESSION OF A SMALL
CONTEMPORARY HOTEL



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน **82715**
วัน,เดือน,ปี **22 ก.ค. 2551**

b.....
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่บัณฑิตวิทยาลัย ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภายหลังจากที่มีการนำไปใช้

พ.ศ.2551

KMITL-2008-AR-M-003-350

**INTERIOR DESIGN FOR IMPRESSION OF A SMALL
CONTEMPORARY HOTEL**



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF

MASTER OF ARCHITECTURE IN INTERIOR ARCHITECTURE

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2008

KMITL-2008-AR-M-003-350



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2008

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ
Interior Design for Impression of a Small Contemporary Hotel
ชื่อนักศึกษา นายรณพีร์ ศุภวรรณนะ
รหัสประจำตัว 46062107
ปริญญา สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา สถาปัตยกรรมภายใน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.นิจสีรี แวชาญ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
รศ.เอกพล	สิระชัยนันท์	
ดร.นิจสีรี	แสวชาญ	
อาจารย์วีรัตน์	รัตตากร	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 20 พฤษภาคม 2551 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป
สถานที่สอบ ณ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.รวีวรรณ ชินะตระกูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๒๐ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ
นักศึกษา	นายรณพีร์ คุลวรรณนะ
รหัสประจำตัว	46062107
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2551
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.นิจสิรี แวหาญ

บทคัดย่อ

การวิจัยโครงการนี้มุ่งหวังเพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบภายในห้องพักของโรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัย โดยมุ่งเน้นการออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานและค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ และข้อเสนอแนะในการออกแบบเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าพักสำหรับโรงแรมขนาดเล็กที่มีขนาดห้องพักไม่เกิน 50 ห้องในเขตเมือง คำถามในการทำการวิจัยคือ ขนาดของห้อง โครงสี และแสงสว่าง อย่างไร ที่ให้เกิดความประทับใจแก่ผู้เข้าพัก การเก็บข้อมูลมุ่งไปที่ประเด็นตัวแปรหลัก 3 ตัวแปร โดยเก็บข้อมูลจากกรณีศึกษา 3 กรณีศึกษา จากการสำรวจ การสัมภาษณ์ และสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าพัก รวมทั้ง ในลักษณะการประเมินผลหลังการครอบครอง (Post Occupation Evaluation: POE) และเปรียบเทียบผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม สำรวจ และสังเกตการณ์จากผู้เข้าพัก ร่วมกับข้อมูลพื้นฐานจากการวิเคราะห์วรรณกรรมนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการออกแบบห้องพักโรงแรมตัวอย่างตามผลที่ได้จากการศึกษา พบว่าผู้ที่เข้าพักโรงแรมจะมีความประทับใจกับห้องพักที่มีแสงสว่างมากกว่า 300 Lux. มีโครงสีน้อยกว่า 3 สี และมีขนาดห้องมากกว่า 30 ตารางเมตร และมีโอกาสจะเป็นลูกค้าที่ภักดีและเข้าสู่วงจรการซื้อซ้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Interior Design for Impression of a Small Contemporary Hotel
Student	Mr.Ronnapee Tulavardhana
Student ID.	46062107
Degree	Master of Architecture
Program	Interior Architecture
Year	2008
Thesis Advisor	Dr. Nijisire e Weocharn

ABSTRACT

This research investigates interior design factors related to customer satisfaction, especially focusing on the interior design of guest rooms. The objective of the research is to find recommendations for interior design that would create “Impression” to hotel guests. The research aims on examining the atmospheric elements of color, lighting, and room size that forms the physical environment of hotel guest rooms. Then, research findings were applied into the process of design. The data for this research collected from 3 case studies used Post Occupancy Evaluation, questionnaires to explore customer satisfaction and observation of customers’ behavior. Then compare the research results with the data from the existing condition and the prior literature review. After evaluation and interpretation of the data, the results will be used as recommendations for interior design an of a hotel guest room. The results of this study can be summarized that: the size of the room should not be less than 30 square meter (including bathroom), the lighting design of the overall ambiance should be over 300 Lux., the color scheme of less than 3 colors in monotone schematic. These recommendations will be in the favor to create an impression for the guest who would visit a small and contemporary hotel in Bangkok with tendency to be a loyal customer and fall into repurchase cycle.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษา คร.นิจสิรี แวชาญ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำชี้แนะช่วยแก้ปัญหาตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณ รศ.เอกพล สิริชัยนันท์ และ อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร กรรมการสอบหัวข้อและโครงร่างวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ จนในที่สุดทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบคุณ คณาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน ที่ให้ความรู้ ที่คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะและประสิทธิ์ประสาทวิชาการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท

ขอขอบคุณ ดร.มัทนา สานติวัต อธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อาจารย์สรเสริญ มลิณฑสฤต คณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร ผู้ช่วยคณบดี รวมถึงเพื่อนๆ คณาจารย์และบุคลากร คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ

ขอขอบคุณ คุณกฤษฎาและคุณจงรัก พิทักษ์คุ้ม แห่งโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel คุณศรัณพชญ์และ Mr. Zaki แห่งโรงแรม Imm Fushion Sukhumvit Hotel คุณถวัลย์ลลิต นवलสุวรรณ คุณสุกัญญา คติยเจริญสุข และคุณสรันต์ ลิมสวัสดิ์ แห่งโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel ที่ให้ความกรุณาข้อมูลและอนุญาตให้ดำเนินการวิจัย

ขอบคุณน้องๆที่ให้ความช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ โดยเฉพาะน้องโศ้ยและน้องเนม เพื่อนๆ ร่วมรุ่นสถาปัตยกรรมศาสตร์ และหลักสูตรปริญญาโททั้งหลาย รวมทั้งเพื่อนๆ และญาติพี่น้องที่ช่วยเหลือทั้งร่างกายและแรงใจ

สุดท้ายต้องขอขอบคุณ มยุเรศ ตุลวรรณะ และ พีรณัฐ ตุลวรรณะ ที่เป็นเสมือนคู่มือและเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา

สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้กับบิดามารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง ตลอดจนครูอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า

รณพีร์ ตุลวรรณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญรูป.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 คำถามของการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตการวิจัยทฤษฎีหรือแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6
1.5 ข้อตกลงเบื้องต้นในการวิจัย.....	6
1.6 คำนิยาม.....	7
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.8 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	8
1.9 ขั้นตอนการศึกษา.....	9
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	11
2.1 ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการออกแบบโรงแรม.....	11
2.1.1 ขนาดของห้องพัก.....	11
2.1.2 การแบ่งประเภทของโรงแรม.....	14
2.1.3 โรงแรมแบบ บูติคโฮเต็ล.....	16
2.2 แสงสว่าง.....	17
2.3 สีในการออกแบบห้องพัก.....	20
2.3.1 ความประสานสัมพันธ์ของสี.....	20
2.3.2 ความเปรียบต่างสีจัดแบบ.....	24
2.4 ความประทับใจ.....	25
2.4.1 ความหมายของความประทับใจ.....	25
2.4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความประทับใจ.....	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ.....	27
2.5.1 ลูกค้ำ.....	27
2.5.2 ความพึงพอใจของลูกค้ำ.....	28
2.5.3 ความภักดีของลูกค้ำ.....	28
2.5.4 พฤติกรรมการซื้อซ้ำ.....	29
2.5.5 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของลูกค้ำและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ.....	29
2.6 วงจรพฤติกรรมการซื้อซ้ำ.....	30
บทที่ 3 วิธีการวิจัย.....	35
3.1 แนวทางในการวิจัย.....	36
3.2 เครื่องมือการวิจัย.....	36
3.3 ตัวแปรและหน่วยวัดตัวแปร.....	41
3.4 ระยะเวลาในการทำวิจัย.....	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	44
4.1 แนวทางในการเลือกกรณีศึกษา.....	44
4.2 ลักษณะโครงการกรณีศึกษา.....	44
4.3 สรุปผลจากแบบสอบถาม.....	45
4.3.1 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของ โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel.....	45
4.3.2 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของ โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel.....	53
4.3.3 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของ โรงแรม ImmFusion Sukhumvit Hotel.....	63
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัย.....	76
5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัย.....	76
5.2 การเปรียบเทียบโอกาสเกิดการซื้อซ้ำ.....	78
5.3 การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ.....	79
5.4 การเปรียบเทียบข้อมูลทางกายภาพของกรณีศึกษา.....	80

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4.1 ขนาดของห้อง	80
5.4.2 ความเข้มของแสงสว่าง	83
5.4.3 โครงสี.....	85
5.5 การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เป็นตัวแปรทั้งสามกับความประทับใจ.....	87
5.6 การสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการออกแบบเพื่อความประทับใจ	88
5.7 ข้อตกลงในการออกแบบโครงการตัวอย่าง.....	89
5.8 ขอบเขตของการออกแบบ.....	90
5.9 การเลือกโครงการในการทำการออกแบบ.....	90
5.10 สรุปผลการออกแบบ.....	91
5.10.1 การวางผัง.....	91
5.10.2 ขนาดของห้อง.....	91
5.10.3 การออกแบบแสงสว่าง.....	92
5.10.4 โครงสี.....	93
5.10.5 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์.....	94
5.11 อุปสรรคและข้อจำกัดในการวิจัย.....	96
5.12 การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการวิจัย.....	97
บรรณานุกรม.....	98
ภาคผนวก.....	99
ภาคผนวก ก. หนังสือขออนุญาตดำเนินการวิจัย.....	100
ภาคผนวก ข. การนำเสนอผลการวิจัย.....	103
ประวัติผู้เขียน.....	168

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ขนาดของห้องพัก.....	11
2.2 ขนาดของห้องพักแบบต่างๆ.....	14
2.3 อัตราส่วนขนาดห้องชุด.....	15
2.4 แสดงความเข้มของแสงสว่างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร.....	17
2.5 ค่าความสว่างของสถานที่.....	18
2.6 แสดงระดับความเข้มแสงของห้องและการใช้งานแบบต่าง.....	19
3.1 ข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ เพื่อประกอบการสำรวจห้องพัก.....	42
4.1 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของ โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel.....	73
4.2 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของ โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel.....	74
4.3 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของ โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel.....	75
5.1 ความประทับใจใน โรงแรมS15 Sukhumvit Hotel.....	76
5.2 ความประทับใจใน โรงแรม The Bedroom Boutique Sukhumvit Hotel.....	77
5.3 ความประทับใจใน โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel.....	77
5.4 การซื้อซ้ำโรงแรมS15 Sukhumvit Hotel.....	78
5.5 การซื้อซ้ำโรงแรม The Bedroom Boutique Sukhumvit Hotel.....	78
5.6 การซื้อซ้ำโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel.....	79
5.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจกับความตั้งใจจะซื้อซ้ำ.....	80
5.8 การเปรียบเทียบขนาดห้องกับข้อมูลแบบสามเสา.....	82
5.9 การเปรียบเทียบอุปกรณ์แสงสว่าง.....	84
5.10 การเปรียบเทียบความสว่างกับข้อมูลแบบสามเสา.....	84
5.11 การเปรียบเทียบโครงสีกับข้อมูลแบบสามเสา.....	87
5.12 การเปรียบเทียบค่านัยสำคัญ.....	87
5.13 สรุปข้อเสนอแนะเพื่อการออกแบบ.....	89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 พระบรมมหาราชวัง.....	2
1.2 ขั้นตอนการทำวิจัย.....	9
2.1 โรงแรม เมดิสัน Madison Hotel ขนาด110 ห้อง ในเมือง เมมฟิส รัฐเทนเนสซี.....	16
2.2 วงจรสี่ตามทฤษฎีสี่ของ โยฮาน อิตเดน.....	21
2.3 การสร้างชุดสี 3 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันขึ้นจากวงจรสี.....	22
2.4 การสร้างชุดสี 4 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันขึ้นจากวงจรสี.....	23
2.5 รูปแปลค่านที่มีด้านประกอบเป็นรูปสามเหลี่ยมหน้าจั่วที่เท่ากันซึ่งใช้ในการสร้างชุดสี 6 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันขึ้นจากรูปทรงกลมสี.....	23
2.6 สีโทนเย็นและโทนร้อน.....	24
2.7 สีโทนสว่างและโทนมืด.....	25
2.8 สิ่งที่ได้รับจากการบริการ.....	28
2.9 ความพึงพอใจของลูกค้า.....	28
2.10 วงจรพฤติกรรมกรซื้อซ้ำ.....	30
3.1 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.2 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.3 ของที่ระลึกที่แจกให้ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
4.1 ทางเข้าด้านหน้า.....	46
4.2 โถงต้อนรับ.....	47
4.3 ห้องอาหาร.....	47
4.4 ศูนย์ธุรกิจ.....	47
4.5 ผังห้องแบบมาตรฐาน.....	48
4.6 ผังห้องแบบ Junior Suite.....	49
4.7 ผังห้องชุดแบบ Deluxe Suite.....	49
4.8 ภายในห้องแบบมาตรฐาน.....	50
4.9 ภายในห้องแบบมาตรฐาน.....	50
4.10 ความกว้างของห้องพักแบบมาตรฐาน.....	51
4.11 การจัดแสงสว่างในห้องพัก.....	51
4.12 ระดับความเข้มของแสงสว่างในห้องพักแบบมาตรฐาน.....	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.13 โครงสีในห้องพักแบบมาตรฐาน.....	53
4.14 โถงต้อนรับ.....	54
4.15 โถงต้อนรับ.....	55
4.16 ภายในห้องแบบมาตรฐาน.....	56
4.17 ภายในห้องแบบมาตรฐาน.....	57
4.18 ผังห้องแบบมาตรฐาน Superior	57
4.19 ผังห้องแบบ Deluxe Suite.....	58
4.20 ผังห้องแบบ Corner Suite.....	59
4.21 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักมาตรฐาน.....	60
4.22 การจัดแสงสว่างภายในห้องพักแบบมาตรฐาน.....	60
4.23 การจัดแสงสว่างภายในห้องน้ำของห้องพักแบบมาตรฐาน.....	61
4.24 ความเข้มของแสงสว่างภายในห้องพักแบบมาตรฐาน.....	61
4.25 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน.....	62
4.26 ตัวอย่างสีที่ปรากฏในห้องพักแบบมาตรฐาน.....	62
4.27 โถงต้อนรับ.....	64
4.28 โถงทางเข้า.....	64
4.29 สระว่ายน้ำภายในอาคาร.....	65
4.30 โถงพักผ่อนภายในอาคาร.....	65
4.31 ห้องพักแบบมาตรฐาน.....	66
4.32 ห้องพักแบบมาตรฐาน.....	66
4.33 ผังของห้องพักมาตรฐาน.....	67
4.34 ผังของห้องแบบ Deluxe Suite.....	68
4.35 ผังของห้องแบบ Connecting Room.....	69
4.36 ผังของห้องแบบ Twin Bed Room.....	69
4.37 ขนาดของห้องพักมาตรฐาน.....	70
4.38 ความเข้มของแสงในห้องแบบมาตรฐาน.....	71
4.39 ความสว่างในห้องน้ำในห้องแบบมาตรฐาน.....	71
4.40 โครงสีในห้องแบบมาตรฐาน.....	72

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครู ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.41 จำนวนสีในห้องแบบมาตรฐาน.....	72
5.1 กราฟรูปพายเปรียบเทียบความประทับใจใน โรงแรมทั้งสาม.....	77
5.2 กราฟรูปพายเปรียบเทียบลูกค้าที่มีโอกาสซื้อซ้ำ.....	79
5.3 ขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel.....	81
5.4 ขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel.....	81
5.5 ขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel.....	82
5.6 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel.....	83
5.7 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel	83
5.8 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel.....	84
5.9 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel.....	85
5.10 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel.....	86
5.11 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel.....	86
5.12 กรอบทางสถาปัตยกรรมของห้องพักแบบมาตรฐาน.....	90
5.13 แนวทางการวางผังของห้องพักแบบมาตรฐาน.....	91
5.14 ผังห้องพักที่ทำการออกแบบเสร็จแล้ว.....	92
5.15 การเปรียบเทียบแสงสว่างจากอุปกรณ์ ทั้งสองระบบ.....	93
5.16 สีของวัสดุปูพื้นและเฟอร์นิเจอร์.....	93
5.17 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ.....	94
5.18 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ เวลากลางวัน.....	95
5.19 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ เวลากลางคืน.....	95
5.20 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ เวลากลางคืน.....	96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศในแต่ละปีมีจำนวนมากจนทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับต้น ๆ มาแล้วหลายปีติดต่อกันในแผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจแห่งชาติ 2546 การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในห้าอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่ถูกกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ จากปัจจัยหลายประการที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ อาทิเช่น สภาพภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้ง ป่าและภูเขาในภาคเหนือ ที่ราบลุ่มภาคกลาง และท้องทะเลและหมู่เกาะ ทางภาคตะวันออกและภาคใต้ ประกอบกับสภาพภูมิอากาศในเขตร้อนที่อุณหภูมิพอเหมาะ ทำให้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายกระจายอยู่ในทุกภาคทั้งประเทศ นอกจากนี้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และความศรัทธาทางศาสนาของคนในประเทศ หล่อหลอมรวมกันทำให้เกิด โบราณสถานและมรดกโลกอีกหลายแห่ง มากไปกว่านั้น อุปนิสัยใจคอของคนไทยโดยทั่วไปที่มีความ โอบอ้อมอารีเป็นกันเอง และมีจิตใจในการบริการและความสามารถทางหัตถศิลป์และศิลปะต่าง ๆ สูง จึงเอื้ออำนวยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพัฒนาและเติบโต จนเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักให้แก่ประเทศ

กรุงเทพมหานครฯ เป็นเมืองหลวงของประเทศที่มีความสำคัญทั้งทางเศรษฐกิจ ทางสังคม และวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ความเป็นเมืองหลวงอันยาวนานกว่า 250 ปี ทำให้กรุงเทพฯ มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมชั้นสูงของประเทศที่เป็นความภาคภูมิใจของคนไทยทั้งประเทศคืออาคารพระที่นั่งต่าง ๆ ในพระบรมมหาราชวัง และพระอารามหลวงหลาย ๆ แห่ง นอกจากนั้นวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ และอุปนิสัยใจคออันเป็นธรรมชาติของคนไทยนั้นผู้คนทั่วโลกได้รับรู้ถึงความมีน้ำใจ โอบอ้อมอารี และต้อนรับขับสู้ แยกบ้านแขกเมืองมายาวนาน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้เมืองไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครฯ เป็นมหานคร ที่สำคัญแห่งหนึ่งในแผนที่การท่องเที่ยวของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.1 พระบรมมหาราชวัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมบริการนั้นมีธุรกิจการโรงแรมเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ นอกจากแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจประกอบอื่นๆแล้ว ธุรกิจการโรงแรมเป็นส่วนที่สร้างรายได้หลักในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้โรงแรมยังเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนส่วนธุรกิจอื่นๆ เช่น สนามบิน แหล่งท่องเที่ยว ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม การจัดนิทรรศการต่างๆ ตลอดจนเทศกาล การเฉลิมฉลองประเพณีต่างๆ ด้วย ในแง่ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ โรงแรมเป็นปัจจัยหนึ่งในสี่ความต้องการพื้นฐาน เป็นที่พักอาศัย ที่ไม่ได้ให้บริการเพียงที่คุ้มหัว ที่พักผ่อน ที่นอน กันหนาว กันฝน แต่โรงแรมยังเป็นเสมือนประตูดหรือเป็นหน้าต่างของประเทศ สะท้อนวัฒนธรรมความคิดและความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมนั้น แสดงถึงความเจริญและอารยธรรมของชุมชน ผ่านทั้งทางผู้คนที่อยู่ในสังคมนั้น และทางสถาปัตยกรรมของตัวอาคาร และการตกแต่งภายใน

ในสังคมที่มีการแข่งขันทางธุรกิจ องค์ประกอบสำคัญต่างๆของการทำธุรกิจล้วนมีจุดประสงค์เพื่อความสำเร็จทางธุรกิจทั้งสิ้น ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีความหลากหลายและมีขนาดของธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็กมากจนถึงขนาดใหญ่มหาศาล และมีความเชื่อมโยงตั้งแต่ระดับท้องถิ่น (Local) จนถึงระดับโลก (Global) จนกล่าวได้ว่าโรงแรมเป็นประตูเชื่อมทั้งสองส่วนนี้เข้าด้วยกัน ในธุรกิจการโรงแรมมีส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจสามส่วนคือ ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ พนักงานต่างๆ ที่เรียกรวมว่า ผู้ให้บริการ ตัวอาคารสถานที่ที่ให้บริการ และลูกค้า แยกผู้เข้าพัก รวมไปถึงผู้ที่มาใช้บริการอื่นๆของโรงแรมเช่นภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือ สปา ที่เรียกรวมได้ว่าผู้รับบริการ ทั้งสามส่วนนี้มีความสำคัญเท่าเทียมกัน ส่วนสำคัญให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้แล้วพัฒนาก้าวหน้าคือการมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยตลอด

ในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า โดย เริง และ เจา แห่งมหาวิทยาลัย เชียง ไซ้ เจีย ดง ได้กล่าวไว้ว่า

“ในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจการโรงแรม, ความพึงพอใจของลูกค้าและความเชื่อถือของลูกค้าคือความสำเร็จของธุรกิจนั้น” (Shen and Zhao, Shanghai Jiao Tong University, 2004 : 3)

ลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมอาจจะมีสาเหตุจากหลายๆประการ เช่น การเดินเข้ามาหาที่พัก (Walk-in) เห็นจากโฆษณา (Advertising) อินเทอร์เน็ต (Internet) หรือด้วยวิธีการอื่นๆ ทั้งนี้เมื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการครั้งหนึ่งแล้ว มีความพอใจ ประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก (Repurchase Customer) ถือได้ว่าเป็นลูกค้าชั้นดี หรือลูกค้าที่เชื่อถือหรือลูกค้าที่ซื่อสัตย์ (Loyal Customer) ซึ่งธุรกิจใดๆ ก็ตามพึงจะรักษาไว้

ในการวิจัยเรื่องบทบาทของความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ที่สร้างความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรม โดย กานแคมพุลลี และซูฮาทานโต แห่งมหาวิทยาลัย โอไฮโอ สเตท ยูนิเวอร์ซิตี ได้กล่าวไว้ว่า

“เป้าหมายหลักของทุกๆธุรกิจคือการรักษาลูกค้าที่ซื่อสัตย์เอาไว้ เพราะว่าการรักษาลูกค้านั้นมีค่าใช้จ่ายที่น้อยมาก กว่า การหาลูกค้าใหม่ นอกจากนั้นลูกค้าที่ซื่อสัตย์ก็มักจะช่วยสร้างลูกค้าใหม่ โดยการบอกต่อ” (Kandampully and Suhartanto , 2003 : 24)

ดังนั้นเมื่อรวบรวมความหมายและการพิจารณาข้อมูลต่างๆของความพึงพอใจของลูกค้าแล้วพอจะสรุปเป็นข้อดีของการรักษาลูกค้าที่ซื่อสัตย์

1. มีค่าใช้จ่ายในการรักษาลูกค้าเก่า เมื่อเทียบกับการหาลูกค้าใหม่ ต่ำมาก เช่นค่าโฆษณา ค่าทำการตลาดต่างๆ
2. ลูกค้าเก่ามักจะกลับมาซื้อสินค้า/บริการนั้นด้วยความมั่นใจ โดยให้ความสำคัญกับราคาในอันดับที่รองลงไป
3. ลูกค้าที่ซื่อสัตย์มักจะมีแนวโน้มว่าจะซื้อเพิ่มขึ้นในกรณีสินค้า และในกรณีของการบริการ มีแนวโน้มว่าจะซื้อหรือทดลองบริการอื่นๆ หรือซื้อการบริการในระดับที่สูงขึ้นด้วย
4. ลูกค้าที่ซื่อสัตย์ หรือประทับใจในการบริการ (แม้จะยังไม่ได้มาใช้บริการอีก) ก็มักจะมีแนวโน้มว่าจะบอกต่อหรือแนะนำให้เกิดลูกค้าใหม่ มาใช้บริการ ทั้งนี้คำพูดจากลูกค้าเก่ามักจะมีน้ำหนัก (ในการตัดสินใจ) มากกว่าถ้อยคำในโฆษณา ในขณะที่เดียวกันลูกค้าใหม่ที่เกิดขึ้นก็มักจะมีคามคาดหวังที่เกิดจากคำพูดของลูกค้าเก่าอีกด้วย

ในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าในธุรกิจการโรงแรมมีการแข่งขันกันสูงมากทั้งนี้จากแนวคิดดังกล่าวในการสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทั้งความประทับใจครั้งแรก (First Impression) และความประทับใจระหว่างที่พอกอยู่ในโรงแรม ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก (Repurchase Customer) และเป็นลูกค้าที่ซื่อสัตย์ (Loyal Customer) ต่อไป ทั้งนี้ความประทับใจจะเกิดขึ้นได้จากสองส่วนคือจากการบริการและคุณภาพการบริการ (Service หรืออีกนัยหนึ่งคือ Software)

และสถานที่หรือสถาปัตยกรรม (Architectural Setting หรืออีกนัยหนึ่งคือ Hardware) รวมถึงการตกแต่งภายในและสิ่งประกอบอื่นๆ อีกด้วย

1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยโครงการนี้มุ่งหวังเพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็ก โดยมุ่งประเด็นหลักเฉพาะการออกแบบห้องพักของโรงแรม เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบ (Design Recommendation) ที่เข้ากับยุคสมัย (Contemporary) ซึ่งคำถามในการทำการวิจัยนี้คือ การออกแบบโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กที่ร่วมสมัยหรือมีความเหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน ที่มีขนาดห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง อย่างไรก็ตามทำให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ใช้ โดยพิจารณาจากปัจจัยอันเป็นตัวแปร (Variable) ทางด้านวิชาการออกแบบภายในที่เป็นกายภาพ 3 ประการ คือ ขนาดของห้องพัก(Room Size) โครงสี (Color Scheme) และความเข้มของแสงสว่าง (Lighting) และใช้ข้อค้นพบดังกล่าวในการสรุปเป็นข้อเสนอแนะในการออกแบบโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กที่มีห้องพักไม่เกิน 50 ห้องในอาคารกำหนดขึ้นเพื่อเป็นโครงการตัวอย่าง กล่าวโดยสรุป วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานของโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กที่ทำให้เกิดความประทับใจ

1.2.2 เพื่อนำเสนอแนวทางในการออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานของโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

1.3 คำถามของการวิจัย

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการโรงแรมมีอยู่สองประเภทใหญ่ ๆ คือ การบริหารธุรกิจโรงแรมแบบเครือข่าย (Chain Hotel) และแบบธุรกิจโรงแรมท้องถิ่น (Local Brand Hotel) ซึ่งความแตกต่างระหว่างโรงแรมสองแบบนี้คือในแบบ Chain Hotel การบริหารโรงแรมจะการทำโดยระบบเครือข่ายที่ได้รับการวางรูปแบบมาจากการบริหารส่วนกลาง ซึ่งมักจะเป็นในรูปแบบธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ มีเงินลงทุนสูง ในขณะที่โรงแรมแบบ Local Brand Hotel มักจะเป็นธุรกิจขนาดกลางที่บริหารงานในรูปแบบบริษัท จนถึงขนาดเล็กที่อาจจะเป็นรูปแบบการบริหารภายในครอบครัว ทั้งนี้แม้ว่าโรงแรมทั้งสองประเภทนี้จะตั้งอยู่ใกล้กัน และทำการแข่งขันในส่วนของตลาด (Market Sector) เดียวกันก็ตามปัจจัยของความสำเร็งมีได้อยู่ที่ขนาดของโรงแรมหากแต่อยู่ที่การให้บริการของโรงแรมนั้นเป็นหลัก (อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช 2544 : 87)

ในมุมมองของการออกแบบตกแต่งภายใน รูปแบบในการออกแบบโรงแรมรวมไปถึงแนวคิดพื้นฐานต่างๆ ในการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ทั้งส่วนกลางและห้องพัก ไม่เคยหยุดนิ่ง ดังจะเห็นได้จากโรงแรมใหม่ที่เปิดให้บริการมีจำนวนไม่น้อยที่ใช้การโฆษณาถึงลักษณะเด่นของตนในด้าน

การออกแบบเป็นกลยุทธ์หลักในการตลาด แม้ว่าปรัชญาในการออกแบบ โรงแรมจะเปลี่ยนไปเท่าใด แต่สิ่งหนึ่งที่นักออกแบบมักจะมองข้ามนั้นคือความต้องการอย่างแท้จริงของผู้เข้าพัก

การออกแบบเพื่อการสนองตอบความต้องการในการเข้าพักในโรงแรมไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ประเภทใด มักจะมีอยู่สองส่วน คือ ประการแรก ผู้ออกแบบจะต้องตอบโจทย์ด้านความต้องการ ในประโยชน์ใช้สอยพื้นฐาน เช่น ต้องมีที่นอน ส่วนเก็บเสื้อผ้าและของมีค่า และส่วนบริการด้าน สุขอนามัยในกิจวัตรประจำวัน เช่น การขับถ่ายและการชำระล้างร่างกาย ในขณะที่การสร้างความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลินในการใช้งานและสุนทรียภาพในการพักอาศัยเป็นประการที่สอง ในกรณีนี้ ความสวยงามและการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ในด้านการออกแบบ มักจะเป็นประเด็นหลัก ซึ่งจุดมุ่งหมาย คือการสร้างความสะดวกสบาย หรือความทรงจำที่ดีให้แก่แขกผู้เข้าพัก ทั้งนี้ความสะดวกสบายหมายถึง การกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตซึ่งเป็นจุดสำคัญในการสร้างรายได้ของโรงแรม นอกจากนั้น ความประทับใจของลูกค้าคนหนึ่งเมื่อมีการการแนะนำต่อ ก็จะเกิดลูกค้าคนอื่น ๆ ตามมา ซึ่งก็คือ การขยายกลุ่มลูกค้าโดยไม่ต้องลงทุนการโฆษณา

ดังนั้นคำถามในการทำการวิจัยนี้คือ การออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานของโรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัยในสังคมปัจจุบัน ที่มีขนาดห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง อย่างไรให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ใช้

สรุป คำถามของการวิจัยนี้คือ

การออกแบบภายในห้องพักแบบมาตรฐานใน โรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กด้วยตัวแปรหลัก 3 ตัวแปรคือ ขนาดของห้อง แสงสว่าง และ โครงสี โดยมุ่งตอบคำถาม 3 ข้อนี้คือ

1. ห้องพักแบบมาตรฐานของ โรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัยขนาดเท่าใดจึงทำให้เกิดความประทับใจ
2. ใช้ปริมาณแสงสว่างเท่าใดในการออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานของ โรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัยให้เกิดความประทับใจ
3. กำหนดโครงสี ในการออกแบบอย่างไรในการออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานของ โรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัยให้เกิดความประทับใจ

ในการดำเนินการวิจัยได้กำหนดวิธีการวัดและ หน่วยวัดตัวแปรต่างๆไว้ดังนี้
ตัวแปร และหน่วยวัดตัวแปร

- | | |
|--------------|--------------------------|
| 3.1 แสงสว่าง | มีหน่วยวัดเป็น Lux |
| 3.2 โครงสี | มีหน่วยวัดเป็น จำนวนสี |
| 3.3 ขนาดห้อง | มีหน่วยวัดเป็น ตารางเมตร |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ในการทำวิจัยนี้มีขอบเขตและกรอบของการดำเนินการดังนี้

1.4.1 มุ่งศึกษาการออกแบบภายในโรงแรมแบบธุรกิจโรงแรมท้องถิ่นในขนาดไม่เกิน 50 ห้องพัก โดยที่อยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายการโรงแรม

1.4.2 ขอบเขตของงานตกแต่งภายใน เน้นประเด็นหลักที่ห้องพักแบบมาตรฐานของโรงแรมเท่านั้น ส่วนพื้นที่ใช้สอยอื่น ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนกลางเช่น โถงต้อนรับ ส่วนรับประทานอาหาร และส่วนสันทนาการอื่น ๆ จะไม่ใช่เป็นประเด็นที่นำมาพิจารณา

1.4.3 ขอบเขตของกลุ่มผู้เข้าพักโรงแรมกำหนดให้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.4.4 ในการวิจัยนี้จะสนใจเฉพาะปัจจัยในการตกแต่งภายใน เท่านั้น ปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านการตลาด ราคา และการบริการจะไม่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการทำการศึกษาเพื่อสร้างต้นแบบการออกแบบห้องพักแบบมาตรฐานของโรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัยนี้ จำเป็นต้องมีกรอบข้อตกลงเพื่อการทำวิจัยดังนี้

1.5.1 ขอบเขตของการวิจัยได้กำหนดไว้เฉพาะในห้องพักแบบมาตรฐานเท่านั้น แม้ว่าในการดำเนินการวิจัยจะได้เก็บข้อมูลในส่วนต่างๆ ของโรงแรมเช่น โถงต้อนรับ ห้องอาหาร ทางเดิน การจัดตำแหน่งห้องพัก และส่วนบริการอื่นๆ เช่น สปา หรือศูนย์สุขภาพ ของโรงแรมกรณีศึกษาที่ตามในการออกแบบจะมุ่งประเด็นเฉพาะห้องพักแบบมาตรฐาน (Standard Type Guestroom) เท่านั้น

1.5.2 ในโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษา แต่ละโรงแรมได้จัดให้มีห้องพักหลากหลายแบบตามเหตุผลทางการตลาด เช่นห้องพักแบบมาตรฐาน ห้องชุดแบบต่างๆ แต่ในการศึกษานี้มุ่งประเด็น เพื่อหาข้อเสนอแนะในการออกแบบห้องพักให้เกิดความประทับใจ ดังนั้นในขั้นตอนการศึกษา เพื่อให้สามารถควบคุมตัวแปรอื่นๆ ได้ จึงกำหนดขอบเขตไว้เฉพาะห้องพักแบบมาตรฐานเท่านั้น

1.5.3 ในขั้นตอนการออกแบบ เนื่องจากได้กำหนดตัวแปรและขอบเขตการวิจัยไว้เฉพาะการออกแบบภายในห้องพักเท่านั้น ดังนั้นองค์ประกอบอื่นๆ ในการออกแบบภายในเช่นงานระบบต่างๆ เช่นระบบปรับอากาศ ระบบสุขาภิบาล และอื่นๆ จึงไม่นำมาพิจารณาในขั้นตอนการออกแบบนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 คำนิยาม

เพื่อการอ้างอิงให้ตรงกันและการใช้นิยามของคำศัพท์เหล่านี้ ในการวิจัยนี้จึงได้กำหนดการ และนิยามของคำศัพท์ต่างๆ ในการปฏิบัติการวิจัยไว้ดังนี้

“โรงแรม”

จาก “พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547” มาตรา (4) หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดย มีค่าตอบแทน

“ผู้พัก”

จาก “พระราชบัญญัติ โรงแรม พ.ศ. 2547” มาตรา (4) หมายความว่า คนเดินทางหรือบุคคล อื่นใดที่ใช้บริการที่พักชั่วคราวของโรงแรม

“ห้องพักแบบมาตรฐาน”

หมายถึงห้องที่จัดไว้บริการแก่ผู้เข้าพักที่ประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกพอเพียง แก่การพักค้างคืน ห้องแบบมาตรฐานเป็นห้องพักที่มีอัตราส่วนจำนวนห้องพักที่เป็นหลักของการ บริการนั้น

“ความประทับใจ”

หมายถึง การพบเห็นสิ่งใดๆ ที่กระตุ้นความสนใจและก่อให้เกิดการจดจำและติดตรึงอยู่ใน ความทรงจำในทางจิตใจและอารมณ์

โรงแรมร่วมสมัย

ในการวิจัยนี้ได้ยกเอาโรงแรมร่วมสมัยมาเป็นประเด็นในการหาแนวทางในการออกแบบ เนื่องจากข้อเขียนของลูเซียน แอนฮาร์ Lucienne Anhar ที่กล่าวถึงแนวโน้มในการออกแบบโรงแรม ในปัจจุบันและในอนาคตว่า จากนิยามของโรงแรมที่หมายถึงที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทาง ได้เปลี่ยนไปอย่างมากเนื่องจากกลไกการตลาดที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการสร้างฐานของลูกค้าที่ขยาย ขึ้นเรื่อยๆ ปรารถนาในการออกแบบโรงแรมเพื่อเป็นที่พำนักยามเดินทางจึงล้ำสมัยไป การทำให้ลูกค้า จดจำได้และเลือกใช้บริการ ต้องเกิดจากการสร้างความแตกต่าง (Differentiate) หรือการสร้างความ แปลกใจ(Surprise) ให้แก่ลูกค้ายามที่เข้าพัก นอกจากนั้นกลุ่มลูกค้าที่ถูกจำแนกด้วยระบบทางการ ท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะ เกิดขึ้นอย่างเด่นชัด โดยที่ลูกค้ากลุ่มที่มีต้องการ เฉพาะนี้ได้กำหนดให้เกิดแนวความคิดในการออกแบบที่แตกต่างขึ้น และสร้างแนวความคิดใหม่ใน การประกอบธุรกิจการโรงแรม โรงแรมร่วมสมัยหรือ โรงแรมแนว บูติก โฮเต็ล แห่งแรกที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะ เป็น เดอะ โฮเต็ล ในเซาท์เคนซิงตัน (The Blakes Hotel in South Kensington) ในปี 1981 ใน ประเทศอังกฤษ หรือ โรงแรมเบดฟอร์ด ในยูเนียนสแควร์ (Bedford in Union Square) ในประเทศ สหรัฐอเมริกา จนถึงโรงแรมมอร์แกน (The Morgans Hotel) ในเครือ ที่นิวยอร์กในประเทศ สหรัฐอเมริกาในปี 1984 โดยมีนักออกแบบชื่อดังชาวฝรั่งเศส อองเดร์ พุดแมน (Andrée Putnam)

ที่ล้วนสร้างแนวความคิดใหม่ของการดำเนินธุรกิจการโรงแรม(Silvio san Pietro, Paola Gallo, 2004 : 124)

โรงแรมขนาดเล็ก

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในหัวข้อโรงแรมร่วมสมัยจากงานวิจัยของ Lucienne Anhar ได้ยกข้อคิดเรื่องขนาดของโรงแรม “Does size matter?” ขนาดมีความหมายหรือไม่ ในความหมายของโรงแรมร่วมสมัยหรือ โรงแรมแนว บูติก โฮเต็ล โดยยก Ian Schrager ประธานบริหารของกลุ่มโรงแรมในเครือเอียน ชเรเกอร์ โฮเต็ล Ian Schrager Hotels ที่มีห้องพักของโรงแรมในเครือกว่า 3000 ห้อง ได้สนับสนุนแนวความคิดของโรงแรมร่วมสมัยหรือ โรงแรมแนว บูติก โฮเต็ล ว่ามีความโดดเด่น และมีความแตกต่าง แต่มีระดับการให้บริการที่ไม่แตกต่าง จากโรงแรมมาตรฐาน ดังนั้นจำนวนห้องพักจึงไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการ ตามที่ระบบการให้ดาวที่สมาคมโรงแรมในกลุ่มประเทศต่างๆเคยได้กำหนดไว้ และปัจจัยด้านที่ตั้ง ซึ่งโรงแรมแบบ โรงแรมร่วมสมัยหรือ โรงแรมแนว บูติก โฮเต็ล ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้จำนวนห้องพักไม่ใช่ประเด็นสำคัญ โรงแรมขนาดเล็กที่เป็นโรงแรมร่วมสมัยหรือโรงแรมแนว บูติก โฮเต็ลจึงสามารถมีจำนวนห้องตั้งแต่หลักสิบจนถึงหลักร้อยได้ หากว่าจำนวนห้องพักนั้นสามารถตอบปัญหาด้านการตลาดและการบริหารได้ ในการวิจัยนี้ ได้กำหนดให้โรงแรมขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักที่ประมาณ 50 ถึง 70 ห้องเท่านั้น (Silvio san Pietro, Paola Gallo, 2004:84)

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

1.7.1 แนวทางหรือข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบหรือปรับปรุงโรงแรมต่างๆ ให้เป็นโรงแรมที่ร่วมสมัยที่สามารถแข่งขันได้ธุรกิจ

1.7.2 แนวความคิดใหม่ในการออกแบบภายในห้องพัก หรือออกแบบ โรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็ก ที่สร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้ได้

1.8 ระเบียบวิธีการวิจัย

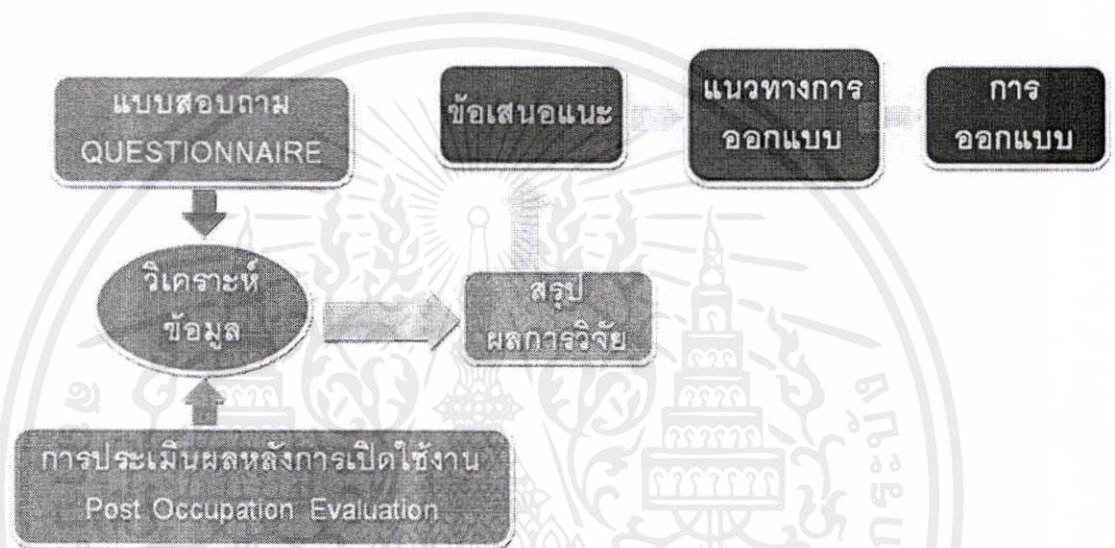
ในการวิจัยนี้จะใช้วิธีการวิจัยใน 3 ลักษณะดังนี้

1.8.1 การศึกษาจากเอกสาร เช่น ทฤษฎีต่าง ๆ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการดำเนินการตลาดของการประกอบธุรกิจการโรงแรม ข้อมูลเบื้องต้น กฎและข้อแนะนำในการออกแบบภายใน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.2 การศึกษาจากกรณีศึกษา ในที่นี้คือการศึกษาจากรูปแบบของกิจการโรงแรมที่เป็นอยู่ที่มีในปัจจุบัน หรือที่มีลักษณะใกล้เคียง โดยคัดเลือกเอาโรงแรมขนาดเล็กในเขตเมือง ที่มีรูปแบบการตกแต่งแบบร่วมสมัย

1.8.3 การวิจัยเพื่อการออกแบบ เริ่มจาก การกำหนดคำถามการวิจัย การกำหนดตัวแปร การสำรวจภาคสนาม

1.8.4 จากข้อมูลในข้อที่กล่าวมาแล้วนำมาวิเคราะห์และสรุปเพื่อเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบ



ภาพที่ 1.2 ขั้นตอนการทำวิจัย

1.9 ขั้นตอนของการศึกษา

ในการทำการวิจัยจะแบ่งออกเป็นขั้นตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

1.9.1 สำรวจประเด็นปัญหา เพื่อความเข้าใจในการสร้างความประทับใจ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม และการนำไปสู่การเป็นลูกค้าที่ซื่อสัตย์ (Loyal Customer) เพื่อหาประเด็นด้านการตกแต่งภายใน โดยการสำรวจและการค้นคว้าเอกสาร

1.9.2 หาข้อมูลของโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียงและกำหนดเป็นกรณีศึกษา

1.9.3 สำรวจกรณีศึกษาทั้งด้านสถาปัตยกรรมภายในและความสัมพันธ์กับจิตวิทยาสังแวดล้อม

1.9.4 ออกแบบเครื่องมือที่จะใช้สำรวจ และเก็บข้อมูลภาคสนาม

1.9.5 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

1.9.6 ทำการออกแบบโดยใช้ข้อมูลที่ได้มา เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้กรอบทาง

สถาปัตยกรรมจากอาคารที่อยู่ในขอบเขตพื้นที่ที่ทำการวิจัย

1.9.7 นำเสนอการออกแบบ โดยชี้ประเด็นที่การแก้ไขปัญหา จากเกณฑ์ของการออกแบบที่ได้รับจากการวิจัย

1.9.8 สรุปลผลการวิจัย รวบรวมและเรียบเรียงเป็นภาคนิพนธ์

ในภาคนิพนธ์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บทด้วยกันคือ

บทที่ 1 กล่าวถึงความเป็นมาของงานวิจัย ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์สมมติฐาน ทฤษฎีที่ใช้ ขอบเขตของการวิจัย และขั้นตอนการศึกษา

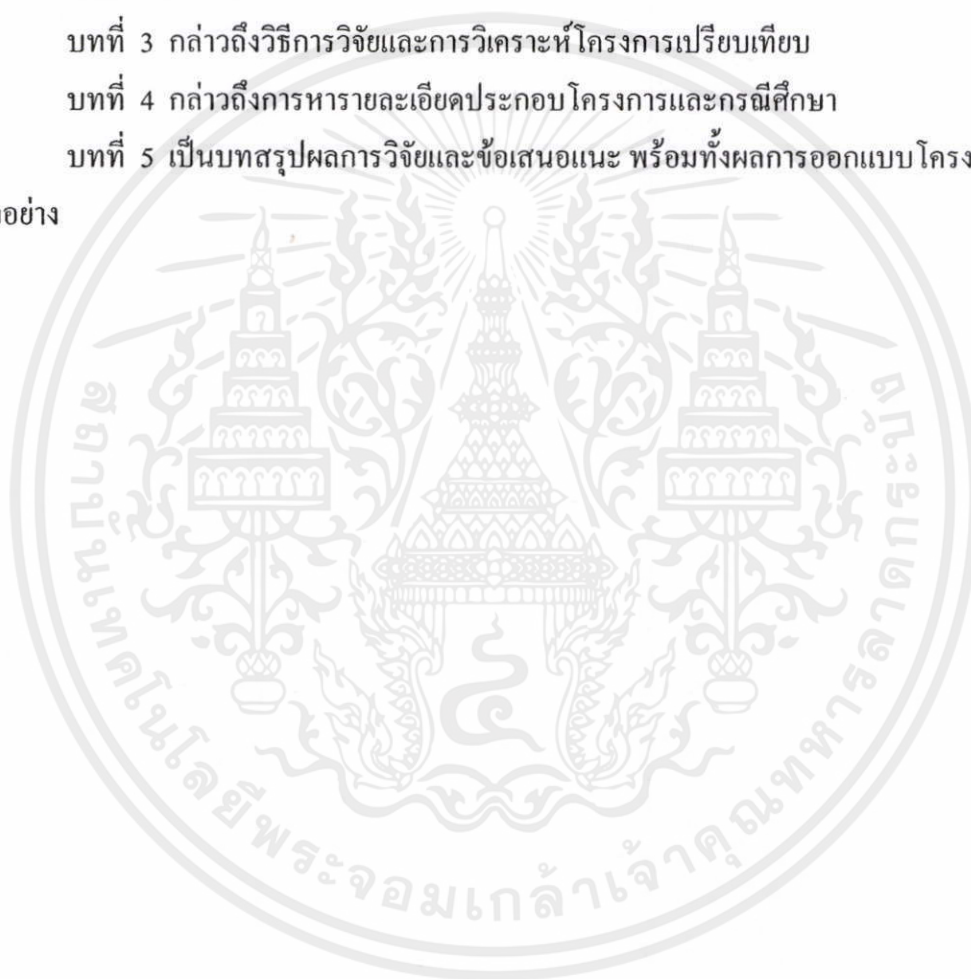
บทที่ 2 กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย และพื้นฐานของระบบโรงแรมมาตรฐานในการออกแบบห้องพัก

บทที่ 3 กล่าวถึงวิธีการวิจัยและการวิเคราะห์โครงการเปรียบเทียบ

บทที่ 4 กล่าวถึงการหารายละเอียดประกอบโครงการและกรณีศึกษา

บทที่ 5 เป็นบทสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ พร้อมทั้งผลการออกแบบโครงการ

ตัวอย่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในบทนี้เป็นการศึกษาค้นคว้า และรวบรวม ข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบห้องพักโรงแรม และ ปัจจัยที่เป็นตัวแปรในการวิจัยนี้ คือ สีและทฤษฎีสี ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความประทับใจ เพื่อนำไปประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆที่ได้จากขั้นตอนการวิจัย และสรุปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบห้องพักโรงแรม

2.1.1 ขนาดของห้องพัก

ดร.ชำนาญ บุญญาพุทธิพงศ์,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้เขียนถึง การออกแบบโรงแรม โดยเฉพาะการกำหนดขนาดของส่วนต่างๆของโรงแรมไว้ตามตารางนี้

ตารางที่ 2.1 ขนาดของห้องพัก

ประเภท	พื้นที่รวม (ตร.ม. ต่อห้อง)
โรงแรมสำหรับการประชุม (Convention Hotel) ซึ่งประกอบด้วยห้องประชุมขนาดใหญ่ ในที่คลับ	55-65
โรงแรมกลางเมือง	45-55
โรงแรมริมทาง	35-45
รีสอร์ท	40-55
โรงแรมขนาดเล็กถึงขนาดกลาง	20-30
โรงแรมราคาถูก Hostel	18-20

2.1.1.1 การออกแบบ

ส่วนห้องพัก (Guestroom space) แบ่งการออกแบบดังนี้

การวางผังส่วนชั้นห้องพัก

การวางผังส่วนห้องพักของโรงแรมเป็นส่วนที่สำคัญในการออกแบบโรงแรม

เนื่องจากพื้นที่ของโรงแรม 65-85% จะเป็นพื้นที่ส่วนห้องพัก การออกแบบที่จะให้ผลตอบแทน
สูงสุดจึงต้องจัดพื้นที่ส่วนนี้ให้ ได้มากที่สุด โดยให้พื้นที่ในส่วนเสริมและส่วนบริการอื่นๆ เท่าที่จำเป็น

นอกจากนี้ การวางอาคารนอกจากจะให้วิวที่ดีแล้วควรให้ประหยัดพลังงานด้วย การจัดผังห้องพักในแต่ละชั้นควรให้ระยะทางจากส่วนแกนบริการชั้นที่สุดสำหรับแขกและพนักงาน การจัดผังสำหรับส่วนห้องพักนี้ทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะที่ตั้งสภาพแวดล้อม พื้นที่ๆ ต้องการงบประมาณ ประเภทของโรงแรม ซึ่งการออกแบบที่ประหยัดที่สุดอาจจะไม่ใช่การออกแบบที่ดีที่สุด

การออกแบบเพื่อให้ได้พื้นที่ส่วนห้องพักมากที่สุด ต้องพิจารณาถึง

1. ชนิดของทางเดินสู่ห้องพัก single-loaded corridor, double-loaded corridor ฯลฯ
2. รูปร่างจะเป็นเส้นตรง รูปตัว L เป็นคอร์ต ฯลฯ
3. ตำแหน่งของ Core ส่วน Core บริการและส่วน Core ของแขก ควรวรรวมหรือแยก และจะตั้งอยู่ส่วนใดของอาคาร
4. การจัดผังของ Core เพื่อให้บริการในเรื่องลิฟต์บริการและผู้พักที่เหมาะสม ส่วนเก็บ Linen ท่อทิ้งขยะ เครื่องบริการเครื่องดื่ม
5. ตำแหน่งของบันได การกำหนดจุดของบันไดหนีไฟ การใช้ single-loaded corridor จะเปลืองเนื้อที่ประมาณ 4-6% มากกว่า double-loaded corridor

การออกแบบส่วน Core เพื่อให้ลิฟต์ของแขกไปสู่ส่วน Lobby และลิฟต์บริการไปสู่ส่วนแม่บ้านหรือส่วนบริการอื่นๆ เป็นสิ่งที่ค่อนข้างยุ่งยากบางครั้งอาจจำเป็นต้องให้ Core ทั้ง 2 ส่วนอยู่ห่างกัน แต่โดยทั่วไปจะจัดให้อยู่ใกล้กันเพื่อประหยัดในเรื่องโครงสร้าง ส่วนใหญ่แล้วส่วนของ Core จะไม่อยู่ร่วมกับส่วนของห้องพัก จะแยกมาอยู่ในส่วนกลางหรือส่วนด้านนอก การจัดส่วน Core จะใช้พื้นที่ประมาณ 2-4 ช่วงเสาของห้องพัก Core ของส่วนบริการส่วนใหญ่จะอยู่หลัง Core ของแขก การจัดกลุ่มของ Core ที่ประสบความสำเร็จที่สุด คือ การรวมส่วนของลิฟต์ของแขก ลิฟต์บริการ ส่วนเก็บผ้า Linen ท่อทิ้งขยะ และป่าเป็น ตู้เครื่องดื่มนมอัตโนมัติในบริเวณเดียวกัน ซึ่งจะเป็นการประหยัดพื้นที่ และประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดี โดยเป็นลักษณะของ Core ที่เหมือนกันในทุกชั้น

การจัดตำแหน่งบันไดหนีไฟส่วนใหญ่จะจัดให้อยู่ปลาย Corridor ทั้ง 2 ด้าน หรือในส่วนของโถงลิฟต์ หรือในส่วนของด้านที่ติดกับส่วนห้องน้ำของห้องพักแขก ซึ่งจะทำให้การจัดผังห้องพักนั้นแตกต่างกัน โดยอาจรวมกับห้องอื่นจัดเป็นชุด

สิ่งที่จำเป็นการกำหนดจำนวนห้องในแต่ละชั้นคือข้อกำหนดตามกฎหมายที่ระยะห่างระหว่างบันไดหนีไฟต้องไม่เกิน 60 เมตร ซึ่งในการออกแบบ ไม่ควรให้มีบันไดหนีไฟ 3 ที่ ในชั้นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.2 TOWER PLANS

การจัดพื้นที่สำหรับ Tower Plans จะต้องพิจารณาเรื่อง

1. จำนวนห้องพัก จะกำหนดจำนวนที่เหมาะสมเท่าไรจึงจะจัดให้ประหยัดได้มากที่สุดสำหรับผังแต่ละแบบ
2. รูปร่าง รูปร่างชนิดใดจึงจะมีประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดห้องพักในลักษณะที่ผสมกันได้
3. ทางเดิน การจัดทางเดินเพื่อให้เข้าสู่ห้องน้ำในส่วนมุมของชั้น
4. การวางผังส่วน Core จะจัดกลุ่มลิฟต์ ห้อง Linen และบันไดอย่างไร

การเลือกรูปร่างของ Tower จะเป็นตัวกำหนดจำนวนห้องพักต่อชั้น โดยทั่วไปในแต่ละชั้นจะประกอบด้วยห้องพัก 16-24 ห้อง ขึ้นอยู่กับขนาดของห้องพัก จำนวนชั้นและขนาดใหญ่สุดของ Core ถ้าจำนวน 16 ห้อง ขนาดของ Core จะมีลิฟต์ได้เพียง 2-3 ตัว บันไดหนีไฟและห้องเก็บของขนาดเล็กหรือถ้าจำนวนห้องมากกว่า 24 ห้อง พื้นที่รอบอาคารจะมาก ทำให้เหลือพื้นที่ภายในส่วน Core มากเกินความจำเป็น

2.1.1.3 Atrium Plans

การจัดผังลักษณะนี้จะจัดห้องพักโดยใช้ Single-Loaded Corridor โดยมีส่วนเปิดโล่งตรงกลางมองไปเห็นพื้นที่ส่วน Lobby ชั้นล่าง การจัดผังลักษณะนี้ต้องพิจารณาเรื่อง:-

1. รูปร่างชนิดใดที่จะใช้สำหรับเป็น โครงสร้างของส่วนห้องพัก
2. ลิฟต์ของแขกผู้มาพัก จะจัดในลักษณะใดเห็นวิวหรือเป็นลิฟต์แบบมาตรฐาน
3. แกนบริการและบันได จะจัดส่วนนี้ไว้ตำแหน่งใด

โดยทั่วไปแล้วการจัดผังของ Atrium นี้ จะเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส โดยมีลิฟต์แก้วให้แขกมองลงมายังส่วน Lobby แต่ในปัจจุบันรูปร่างจะเปลี่ยนไปตามลักษณะของที่ตั้ง

ลิฟต์บริการและส่วนประกอบอื่นๆ จะอยู่ปลายของส่วนพื้นที่ห้องพัก 2 ด้าน การกำหนดประเภทของห้องพักและการออกแบบ

2.1.1.4 ในส่วนของห้องพักนั้นการกำหนดประเภทของห้องพักในโรงแรมจะต้องพิจารณาถึง

1. รูปร่างทางสถาปัตยกรรม
2. ชนิดของเตียงในห้องนอน
3. การติดต่อรหว่างห้อง
4. ตำแหน่งของห้องชุด
5. จำนวนห้องพัก
6. การกำหนดช่วงเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีข้อตกลงเบื้องต้น และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.5 การกำหนดจำนวนประเภทของห้องพักที่เหมาะสมจะสามารถให้ผู้มาเช่าๆ ได้มากที่สุด การออกแบบส่วนห้องพักจะกำหนดจากการจัดช่วงเสาและการกำหนดประเภทของห้องพัก โดยพิจารณาถึง

1. ชนิดของแขกผู้มาพัก
2. ประเภทของเตียงในห้องพัก
3. ระยะกว้างยาวของห้องพัก
4. จำนวนและประเภทของห้องชุด
5. งบประมาณสำหรับการตกแต่งภายใน

2.1.2 ประเภทของห้องพักแบ่งเป็น

Twin	เตียงเดี่ยว 2 เตียง (1 x 2 ม.)
Double-Double	เตียงคู่ 2 เตียง (1.35 x 2 ม.)
Queen	เตียงใหญ่ 1 เตียง (1.5 x 2 ม.)
King	เตียงใหญ่ 1 เตียง (2 x 2 ม.)
Queen-Queen	เตียงใหญ่ 2 เตียง
Double-Studio	เตียงคู่ 1เตียง และ โซฟาที่ปรับเป็นเตียง
King-Studio	เตียงใหญ่ 1เตียง และ โซฟาที่ปรับเป็นเตียง
Parlor	โซฟาที่ปรับเป็นเตียง
Wall Bed	เตียงที่เก็บไว้ในผนัง

การกำหนดความกว้างและยาวของส่วนห้องพักที่เป็นส่วนสำคัญในการจัดผังอาคารทั้งหมด ทั้งยังเป็นตัวกำหนดพิคัดของโครงสร้างอาคารทั้งหมด ขนาดของห้องพักโดยทั่วไปแล้วจะมีขนาด 3.7 x 5.5 ม. ไปจนถึง 4.3 x 5.5 ม.

ตารางที่ 2.2 ขนาดของห้องพักแบบต่างๆ

ขนาดของห้องพัก

มาตรฐานโรงแรม	ส่วนนั่งเล่น / ม.	ส่วนห้องน้ำ / ม.	ขนาดห้องพัก / ม.	ขนาดห้องพัก / ตร. ม.
ราคาถูก	3.5 x 4.5	1.5 x 1.5	3.5 x 6.2	21.7
ราคาปานกลาง	3.6 x 5.5	1.5 x 2.3	3.6 x 6.6	23.76
ชั้นหนึ่ง	4.1 x 6.1	1.7 x 2.6	4.1 x 8.6	35.26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกครั้งขอสงวนลิขสิทธิ์และขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องชุดจะประกอบด้วยห้องนั่งเล่นที่เชื่อมต่อกับห้องนอนได้ อาจเป็นห้องนอนเดียว หรือหลายห้องก็ได้ ในโรงแรมขนาดใหญ่อาจมีห้องชุดหลายแบบ ตั้งแต่ห้องนั่งเล่นที่มีส่วนร่วมเป็น

Alcove ไปจนถึงห้องนั่งเล่นที่มีขนาดใหญ่หลายช่วงเสาและเชื่อมต่อกับห้องได้อีกหลายห้อง ซึ่งจะรวมทั้งห้องอาหาร ห้องประชุม และห้องนอนหลายห้อง

ห้องชุดในโรงแรม ซึ่งมีจำนวนประมาณ 10% ของห้องพักทั้งหมด ส่วนใหญ่แล้วจะจัดไว้ในชั้นบนของ Tower หรืออาจจัดไว้ในตำแหน่งที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ในส่วนที่ช่วงเสากว้างสุดของชั้นห้องพักรรรมดา สำหรับห้องชุดขนาดเล็ก อาจจัดให้อยู่หลังส่วนบันไดหรือลิฟต์ บางครั้งอาจจัดห้องชุดให้อยู่ในตำแหน่งปลายสุดของชั้นหรือบริเวณพื้นที่ๆ มีรูปร่างที่ไม่เหมือนส่วนห้องพักอื่นๆ

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ได้มีการเพิ่มการให้บริการสำหรับผู้มาพักห้องชุด เช่น การให้บริการด้านการลงทะเบียนพักโดยตรง ให้มียามในชั้นห้องชุดประจำ 24 ชั่วโมง โรงแรมบางแห่งจะจัดส่วนให้บริการเฉพาะสำหรับชั้นห้องชุด โดยจัดส่วนนั่งพักผ่อน พร้อมทั้งทีวี ส่วนลงทะเบียนส่วนห้องทานอาหารเช้า ฯลฯ ให้ในชั้นบนแยกส่วนจากการบริการห้องพักทั่วไป

ตารางที่ 2.3 อัตราส่วนขนาดห้องชุด

ประเภทของห้องชุด	ห้องนั่งเล่น	ห้องนอน	ช่วงเสา	เปอร์เซ็นต์
ห้องชุดขนาดเล็ก	ช่วงเสาเดียว	ALCOVE	1.5	2
ห้องชุดสำหรับประชุม	ช่วงเสาเดียว	1	2	3
ห้องชุดเนียร์	ช่วงเสาเดียว	2	3	4
ห้องชุดสำหรับผู้บริหาร	สองช่วงเสา	3	4	1
ห้องชุดเคอูลูซ์	สามช่วงเสา	4	5	0.5

2.1.2.2 ระดับมาตรฐานของโรงแรมและการให้ดาว

ในประเทศสหรัฐอเมริกาหลายองค์กรที่จัดการประเมินและให้คะแนนบริการของโรงแรมและกิจการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับผู้เดินทาง เช่น สมาคมยานยนต์สหรัฐฯ (The American Automobile Association หรือ AAA) และคู่มือการเดินทาง (The Mobile Travel Guide) ที่ให้ดาวหรือเพชร สูงสุดที่ระดับ 5

ส่วนในประเทศอังกฤษ กำหนดเป็น "ดาว" โดยสมาคมยานยนต์ Automobile Association หรือ AA และราชยานยนต์สมาคม Royal Automobile Club หรือ RCA เป็นการรับรองคุณภาพของโรงแรม โดยมีจำนวนดาวสูงสุดคือ 5 ดาว โดยที่โรงแรมระดับ 5 ดาวเป็นโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานสากลสูงสุดในทุกด้าน มีความหรูหราสะดวกสบาย ทั้งห้องพัก อาหาร และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช, 2544 : 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 โรงแรม แบบ บูติกโฮเทล Boutique Hotel

ตามความหมายที่Wikipedia, the free encyclopedia กล่าวถึงโรงแรมแบบบูติกโฮเทลไว้ว่าเป็นโรงแรมขนาดเล็กไม่เกิน 100 ห้องที่มีลักษณะเป็นกันเองและแปลกกว่าโรงแรมแบบทั่วไปหรือโรงแรมแบบChain หรือ Brand Hotel ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง บางครั้งอาจจะถูกเรียกว่า Design Hotel หรือ Lifestyle Hotel โรงแรมแบบบูติกโฮเทลเริ่มมีปรากฏครั้งแรกในช่วงปี 1980 โรงแรมMorgans Hotel ใน Murray Hill ที่ New York ออกแบบโดย Andrée Putman ได้รับการยอมรับว่าเป็นโรงแรมแบบบูติกโฮเทลแห่งแรก ที่เป็นในปี 1984 ในขณะที่บางแห่งยอมรับว่าโรงแรม Kimpton Hotel ที่Kimpton Hotels & Restaurant Group, ที่ Bill Kimpton เป็นผู้ก่อตั้งในปี 1983 ใน San Francisco เป็นโรงแรมแห่งแรกที่สร้างกระแสหรือแนวความคิดแบบบูติกโฮเทล และแพร่ไปในเมืองสำคัญต่างๆ โรงแรมแบบบูติกโฮเทลมักจะเป็นโรงแรมที่มีความจำเพาะ และเป็นเอกลักษณ์มาก มักจะไม่ใช่โรงแรมที่บริหารในระบบChain Hotel และในขณะเดียวกันก็ไม่สามารถจะจำแนกได้อย่างชัดเจนอาจจะเป็นโรงแรมในประเภทใดก็ได้ เช่น อาจจะเป็นโรงแรมแบบรีสอร์ทที่กิ่งธุรกิจ ในขณะที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง หรืออาจจะเป็นเป็นโรงแรมธุรกิจที่มีสปาด้วยก็เป็นไปได้ ทั้งนี้กล่าวได้ว่าโรงแรมแบบบูติกโฮเทลเป็นโรงแรมที่มีจุดขายคือความแตกต่าง หรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูงมาก (Boutique hotel - Wikipedia [Online].Available : http://en.wikipedia.org/wiki/Boutique_hotel)



เอกสารนี้เป็นภาพที่ 2.1 คือโรงแรม เมดิสัน Madison Hotel ขนาด110 ห้อง ในเมือง แมนฮัตตัน รัฐเท็นเนสซี ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

2.2 แสงสว่าง

จากการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบแสงสว่างเพื่อการออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมรวมถึงห้องพัก เพื่อนำมาเป็นข้อเปรียบเทียบกับลักษณะการตกแต่งของห้องพักในโรงแรมกลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษา และจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบในการออกแบบห้องพักโรงแรมต่อไป

ตารางที่ 2.4 แสดงความเข้มของแสงสว่างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

ลำดับ	สถานที่ (ประเภทการใช้)	หน่วยความเข้มของแสงสว่าง ลักซ์ (LUX)
1	ที่จอดรถ	50
2	ช่องทางเดินภายในอาคารอยู่อาศัยรวม	100
3	ห้องพักในโรงแรมหรืออาคารอยู่อาศัยรวม	100
4	ห้องน้ำ ห้องส้วมของโรงงาน โรงเรียน โรงแรม สำนักงาน หรืออาคารอยู่อาศัยรวม	100
5	โรงมหรสพ (บริเวณที่นั่งสำหรับคนดูขณะที่ไม่มี การแสดง)	100
6	ช่องทางเดินภายในโรงงาน โรงเรียน โรงแรม สำนักงาน หรือสถานพยาบาล	200
7	สถานีขนส่งมวลชน(บริเวณที่พักผู้โดยสาร)	200
8	โรงงาน	200
9	ห้างสรรพสินค้า	200
10	ตลาด	200
11	ห้องน้ำ ห้องส้วมของโรงมหรสพ สถานพยาบาล สถานีขนส่งมวลชน ห้างสรรพสินค้า หรือตลาด	200
12	ห้องสมุด ห้องเรียน	300
13	ห้องประชุม	300
14	บริเวณที่ทำงานในสำนักงาน	300

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาค้นคว้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย
 (กฎกระทรวงมหาดไทย ฉบับที่ ๓๘ (พ.ศ. ๒๕๓๗) ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.
 ๒๕๓๕ มาตรา ๕ (๓) และมาตรา ๘ (๕) (๕) และ (๖) หมวด ๓ ระบบการจัดแสงสว่างและการระบายอากาศ ตารางที่ 3 หน้า 220
 (พิมพ์ : พฤษภาคม 2542)

ตารางที่ 2.5 ค่าความสว่างของสถานที่

สถานที่	ฟุตแรงเทียน
โรงแรม	
สำนักงานส่วนหน้า	50
แคตเชียร์	50
ห้องแต่งตัว	30
ห้องอาหาร	30
ทางเข้าโรงแรม	30
ห้องนอน	20
ทางเดิน / บันได	20
โถงรับแขก	10
ห้องน้ำทั่วไป	10

(คู่มือรวมข้อมูลก่อสร้าง (Practical Tables & Data for Building Construction) รวบรวมโดย นายรมิตร ถิ่นธนมงคล พิมพ์ครั้งที่ 5 พ.ศ. 2538 หน้า 256-257)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 แสดงระดับความเข้มแสงของห้องและการใช้งานแบบต่างๆ

ลักษณะงาน	ความเข้มของแสง (LUX)
อาคารที่พักและโรงแรม	
อาคารที่พักอาศัย	
ห้องนอนทั่วไป	50
บริเวณหัวเตียง	200
ห้องน้ำ	100
ห้องพักผ่อนอ่านหนังสือ	500
ห้องครัว	300
ห้องทำงาน	300
ห้องเลี้ยงเด็ก	150
โรงแรม	
ห้องโถงทางเข้า	300
ห้องอาหาร	200
ห้องครัว	500
ห้องนอน ห้องน้ำ	
ทั่วไป	100
เฉพาะตำแหน่ง	300

(วิศวกรรมการส่องสว่าง (Illumination Engineering) โดย ศุภี บรรจงจิตร ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง บทที่ 6 ข้อบังคับแสงสว่าง หน้าที่ 109-110)

ตารางแสงสว่างที่ 1 เป็นการกำหนดความเข้มของแสงสว่างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.๒๕๒๒ ที่กำหนดค่าความสว่างต่ำสุดในการออกแบบภายในของอาคารต่างๆ จากตารางกำหนดว่า ห้องพักของโรงแรมต้องมีความเข้มของแสงสว่างไม่ต่ำกว่า 100 Lux..ในขณะที่ตารางที่ 2 กล่าวถึงความเข้มของแสงสว่างที่มีหน่วยเป็นฟุตต่อแรงเทียน ที่แนะนำว่าความสว่างของบริเวณห้องพักโรงแรม ควรจะมีความสว่างที่ประมาณ 20 ฟุตต่อแรงเทียน หรือประมาณ 215.27 Lux. ใช้หน่วยแปลงจาก 10.76ฟุตต่อแรงเทียน เป็น 1 Lux. [Online].Available : [http:// www.unitconversion.org / illumination/ Lux..-to-foot-candles-conversion .html](http://www.unitconversion.org/illumination/Lux..-to-foot-candles-conversion.html) ซึ่งตรงกับตารางที่ 3 ที่แนะนำว่าการให้แสงสว่างในห้องพักโรงแรม ในห้องน้ำหรือห้องนอน ที่บริเวณต่างๆ ไป ควรมีความสว่างที่ประมาณ 100 Lux. หรือเฉพาะบริเวณ เช่นที่หัวนอน ควรมีความสว่างที่ ประมาณ 300 Lux.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น จากตารางทั้งสามมีข้อสรุปว่า ในการออกแบบห้องพักโรงแรม ความเข้มของแสงสว่างใน บริเวณต่างๆ ไปต้องไม่ต่ำกว่า 100 Lux. และ ส่วนที่ต้องการความสว่างเช่นส่วนบริเวณหัวเตียงหรือ

ส่วนแต่งตัว ควรมีความเข้มของแสงสว่างไม่ต่ำกว่า 200 Lux. หรือ ที่เหมาะสมควรจะประมาณ 300 Lux.

2.3 สีในการออกแบบห้องพัก

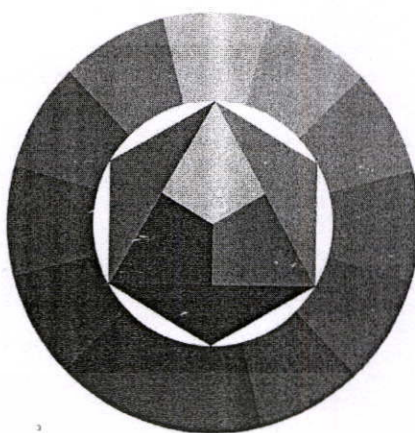
การใช้สีของไทยเราในยุคนี้ กำลังอยู่ในสภาพที่เรียกได้ว่าปั่นป่วนหรือใช้จนขาดสติ สีนั้น เป็นสิ่งที่จะทำลายความสงบของเสนาสนะได้ไม่แพ้ Form หรือบางครั้งอาจทำลาย Form ได้ด้วยซ้ำ การใช้สีเสนาสนะแบ่งออกได้เป็นสองประเภทด้วยกันคือ สีที่ทาทับไปบนเนื้อของวัสดุ และสีที่ ประจําไปกับเนื้อวัสดุก่อสร้าง หรือจะเรียกว่าสีธรรมชาติก็ได้ สีประเภทมาทับ (Applied colour) นั้น เมื่อถูกการชะล้างของกาลเวลาก็หลุดร่วงหรือเสื่อมคุณภาพ เป็นวิธีที่เปลืองกว่าการใช้สีที่เกิดขึ้นตาม ธรรมชาติของวัสดุ แต่ที่เรานิยมใช้สีทาทับก็อาจเป็นเพราะเราชอบและเลือกการโฆษณาขายสีของ บริษัทต่างๆ มากเกินไป ก็เป็นได้ (การทำสีหลายๆสีในอาคารหลังเดียวกันทำให้สีนั้นเปลี่ยนสีและ ค่าแรงงานมากขึ้น) ธรรมชาติของสีเป็นที่ทราบกันแล้วว่าแบ่งออกเป็นสองค่าย สีประเภทเย็น และสี ประเภทร้อน สีพวกร้อนจะก้าวเข้ามาหาเรา (Advance) ส่วนสีเย็นจะถอยออกไปจากเรา (Recede) ฉะนั้นการใช้สีเราควรคำนึงถึงข้อนี้ไว้ให้มากและควรใช้ให้ถูกต้องกับสภาพของอาคาร ของห้องและ ของอุณหภูมิ เช่นเดียวกับเรื่องของ Solid และ Void ในเนื้อที่ๆ แคบเราไม่ควรใช้สีหลายสี ผลที่ได้ จะเสียมากกว่าดี ลองนึกดูว่าในที่แคบๆแล้วเราใช้ลูกกรงแดง ผนังชมพู ประดูเขียว เช่นนี้ก็พอจะเกิด การปวดประสาทได้พอใช้ และความสงบของเสนาสนะจะปรากฏอยู่มิได้ (แสงอรุณ รัตติกกร, 2542 : 94-97)

2.3.1 ความประสานสัมพันธ์ของสี (Color Harmony)

จากทฤษฎีสี ของโยฮาน อิตเตน ซึ่งแปลโดยอาจารย์ธเนศ อ่าวสินธุ์ศิริ และคณะ กล่าวถึง ความประสานสัมพันธ์ของสี ไว้ดังนี้

โดยคำว่าความประสานสัมพันธ์ของสีข้าพเจ้าหมายความว่าถึงศิลปะในการพัฒนาความสัมพันธ์ ของกลุ่มสีที่เป็นระบบซึ่งสามารถใช้เป็นพื้นฐานของการออกแบบภาพตามหัวเรื่อง (theme) ต่างๆ แต่เนื่องจากเราไม่สามารถนำชุดสีทั้งหมดมาแจกแจงไว้ ณ ที่นี้ได้จึงขอกำหนดขอบเขตไว้แก่การ พัฒนาความสัมพันธ์ของสีที่มีความประสานสัมพันธ์กันบางรูปแบบเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 วงจรสีตามทฤษฎีสีของ โยฮาน อิตเตน

กลุ่มสีชุดต่างๆ อาจเกิดขึ้นจากการใช้สีแค่ 2 สี 3 สี 4 สีหรือมากกว่านั้นซึ่งเราจะกล่าวถึงมันในฐานะของชุดสี 2 สี ชุดสี 3 สี และชุดสี 4 สี

2.3.1.1 ชุดสี 2 สี (Dyads)

ในวงจรสี 12 สี คู่สีที่อยู่ตรงข้ามกันคือสีคู่ประกอบ มันก่อให้เกิดเป็นชุดสี 2 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กัน สีแดง/สีเขียว สีน้ำเงิน/สีส้ม สีเหลือง/สีม่วง ทั้งหมดล้วนเป็นคู่สีที่ประสานสัมพันธ์กัน ถ้าข้าพเจ้าเลือกคู่สีด้วยวิธีนี้จากรูปทรงกลมสีก็จะได้คู่สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันจำนวนนับไม่ถ้วน มีเงื่อนไขอยู่ว่าสีคู่ต่างๆ เหล่านี้จะต้องมีความสมมาตรกัน โดยมีจุดศูนย์กลางของรูปทรงกลมเป็นจุดแบ่งเท่านั้น ถ้าข้าพเจ้าเลือกสีแดงผสมขาวคู่สีที่ประสานสัมพันธ์กับมันต้องเป็นสีเขียวผสมดำที่มีระดับความเข้มในการผสมสีค่าเท่ากับระดับความสว่างของสีขาวที่ผสมสีแดง

2.3.1.2 ชุดสี 3 สี (Triads)

ถ้าเลือกสี 3 สีจากวงจรสีโดยให้สีทั้งสามอยู่ในตำแหน่งของสามเหลี่ยมด้านเท่าในวงจรสี สีทั้งสามจะเป็นชุดสี 3 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กัน

สีเหลือง/สีแดง/สีน้ำเงินเป็นชุดสีที่ชัดเจนและมีพลังมากที่สุดในชุดสีลักษณะนี้ทั้งหมด ซึ่งข้าพเจ้าขอเรียกชุดสี 3 สีชุดนี้ว่าชุดสี 3 สีพื้นฐาน สีขั้นที่สองอีกสามสีคือสีส้ม/สีม่วง/สีเขียวเป็นชุดสี 3 สีอีกชุดหนึ่งที่มีความโดดเด่นเช่นกัน

สีเหลืองส้ม/สีแดงม่วง/สีน้ำเงินเขียว หรือ สีแดงส้ม/สีน้ำเงินม่วง/สีเหลืองเขียวเป็นชุดสี 3 สีอีกสองชุดที่มีความสัมพันธ์กันแบบสามเหลี่ยมด้านเท่า

ถ้าสีหนึ่งในชุดสีสองสีที่เป็นสีคู่ประกอบ สีเหลือง/สีม่วง ถูกแทนที่โดยสีข้างเคียง 2 สีของมันในวงจรสีจะได้เป็นชุดสีดังนี้ สีเหลือง/สีน้ำเงินม่วง/สีแดงม่วง หรือ สีม่วง/สีเหลืองเขียว/สีเหลืองส้ม ซึ่งจะเป็นชุดสี 3 สีประสานสัมพันธ์กันที่มีบุคลิกลักษณะคล้ายคลึงกับชุดคู่สี 2 สี เหลือง/ม่วง รูปร่างของมันในวงจรสีจะเป็นรูปสามเหลี่ยมหน้าจั่วดังเช่นที่เห็นใน ภาพที่ 2.3 รูปสามเหลี่ยมด้านเท่าและสามเหลี่ยมหน้าจั่วนี้ถ้าอยู่ในรูปทรงกลมสีเราอาจจะหมุนมันในลักษณะต่างๆ ได้ตามต้องการ โดยกำหนดการตัดผ่ารูปทรงกลมในทิศทางต่างๆ ทั้งหมดให้ผ่านจุดศูนย์กลางของรูปทรงกลม สี 3 สี

ชุดใดๆ ก็ตามที่มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของรูปสามเหลี่ยมดังกล่าวจะทำให้เกิดเป็นชุดสี 3 สีที่ประสานสัมพันธ์กัน มีข้อจำกัดอยู่สองกรณีคือเมื่อชุดสี 3 สีรูปสามเหลี่ยมมีมุมยอดคกที่สีขาวหรือสีดำ ถ้าเราใช้ชุดสี 3 สีรูปสามเหลี่ยมด้านเท่าที่จุดยอดของมุมสามเหลี่ยมคกที่สีขาวมุมอีกสองมุมที่ฐานของสามเหลี่ยมจะเป็นสีผสมค่า(shade)ในลำดับแรกของสีคู่ประกอบคู่หนึ่งๆซึ่งจะได้เป็นชุดสี 3 สีดังเช่น สีขาว/สีน้ำเงินเขียวมืด/สีส้มมืด ในทำนองเดียวกันจะได้ชุดสี 3 สีของสีค่าดังนี้ สีดำ/สีฟ้า/สีส้มสว่าง

ชุดสีในข้อจำกัดสองแบบขาวหรือดำนี้จะได้ผลที่มีอิทธิพลของความเปรียบต่างความสว่าง-มืดของสีเป็นลักษณะที่โดดเด่น



ภาพที่ 2.3 การสร้างชุดสี 3 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันขึ้นจากวงจรัสสี

2.3.1.3 ชุดสี 4 สี (Tetrads)

ถ้าเราเลือกสีคู่ประกอบ 2 คู่จากวงจรัสสีโดยให้เส้นแกนของคู่สีประกอบทั้งสองทำมุมฉากกันและกันจะได้รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสคกใน ภาพที่ 2.4 ชุดสี 4 สีสามชุดที่เราได้จากวิธีการนี้ ได้แก่

- สีเหลือง/สีม่วง/สีแดงส้ม/สีน้ำเงินเขียว
- สีเหลืองส้ม/สีน้ำเงินม่วง/สีแดง/สีเขียว
- สีส้ม/สีน้ำเงิน/สีแดงม่วง/สีเหลืองเขียว

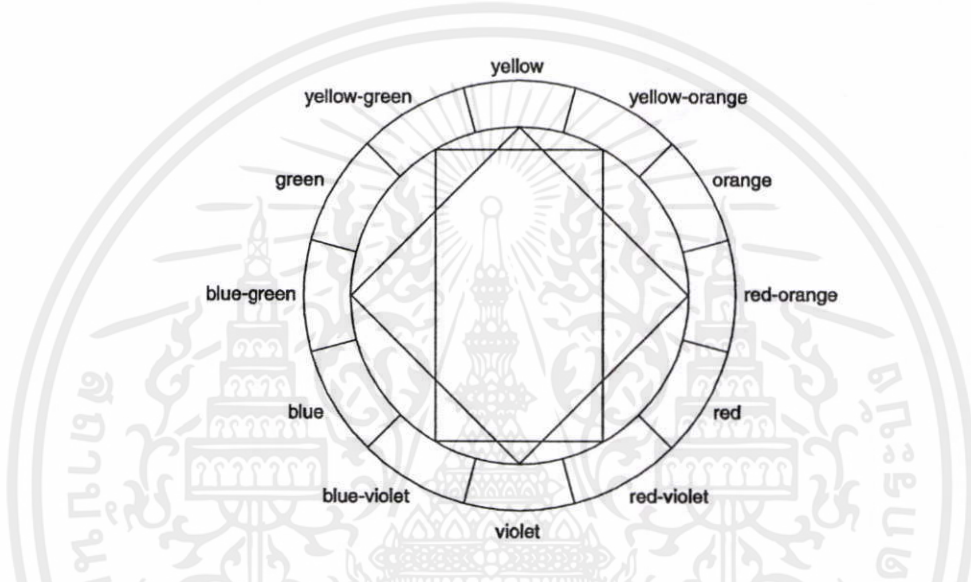
เราอาจสร้างชุดสี 4 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันเพิ่มได้อีกโดยสร้างรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ที่ประกอบขึ้นจากสีคู่ประกอบสองคู่ซึ่งจะได้ชุดสีคกนี้

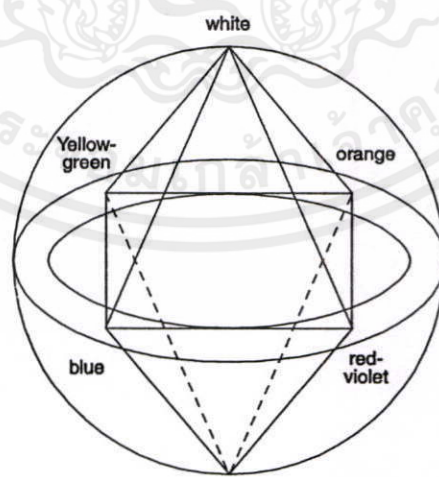
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีลิขสิทธิ์สงวนไว้และของลิขสิทธิ์ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
สีเหลือง/สีม่วง/สีแดงส้ม/สีน้ำเงินม่วง
สีเหลือง/สีม่วง/สีส้ม/สีน้ำเงิน

ภาพเรขาคณิตแบบที่สามที่สามารถใช้สร้างชุดสี 4 สีนี้คือรูปสี่เหลี่ยมคางหมู โดยอาจมีสีแท้ 2 สีที่อยู่ชิดติดกันและมีสีที่อยู่ด้านตรงข้ามของสีทั้งสองนั้นอยู่เคียงออกมทางซ้ายและขวาของสีคู่ ประกอบของสีทั้งสอง ผลของชุดสีที่ได้จากรูปสี่เหลี่ยมคางหมูนี้แม้มีแนวโน้มที่จะให้ผลแบบความเปรียบต่างที่เกิดจากอิทธิพลของสีคู่ประกอบที่เกิดขึ้นทันที แต่มันก็ยังคงมีความประสานสัมพันธ์กัน เนื่องด้วยเหตุที่ว่าคู่สีทั้งสองคู่นี้ถึงแม้จะมีใช้สีคู่ประกอบแท้แต่มันก็ยังให้ผลเป็นสีเทาากลางเมื่อนำมาผสมกัน

เมื่อเราเชื่อมต่อรูปเรขาคณิตใน ภาพที่ 2.4 ให้กลายเป็นรูปหลายเหลี่ยม (polygon) และบรรจุมัน ในรูปทรงกลมสีแล้วหุมนมันจะได้ผลลัพธ์เป็นชุดสีอีกจำนวนมากายที่มีความประสานสัมพันธ์กัน



ภาพที่ 2.4 การสร้างชุดสี 4 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันขึ้นจากวงจรัสสี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.5 รูปแปลด้านที่มีด้านประกอบเป็นรูปสามเหลี่ยมหน้าจั่วที่เท่ากันซึ่งใช้ในการสร้างชุดสี 6 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กันขึ้นจากรูปทรงกลมสี

2.3.1.4 ชุดสี 6 สี (Hexads)

ชุดสี 6 สีอาจได้มาด้วยวิธีการ 2 วิธีการที่ต่างกัน

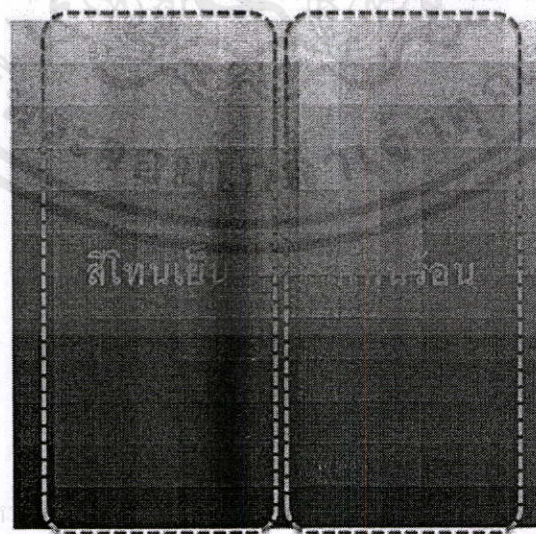
รูปหกเหลี่ยมอาจถูกเขียนลงในวงจรัสโดยใช้สีคู่ประกอบ 3 คู่จะได้เป็นชุดสี 6 สีที่มีความประสานสัมพันธ์กัน

2.3.2 ความเปรียบต่างสีเจ็ดแบบ (The Seven Color Contrasts)

เมื่อเราสำรวจคุณลักษณะต่างๆอันเกิดจากการทำงานของสีเราจะพบได้ว่ามีรูปแบบของความเปรียบต่างสีที่แตกต่างกันถึง 7 แบบ คุณสมบัติที่มีลักษณะแตกต่างกันของความเปรียบต่างสีทั้งหมดนี้มีความแตกต่างกันอย่างมากจนต้องศึกษาแยกจากกันที่ละรูปแบบ แต่ละความเปรียบต่างของสีมีความพิเศษเฉพาะในบุคลิก ลักษณะและคุณค่าทางศิลปะ ทั้งในแง่แบบที่ตาเห็น (visual effect) แบบการแสดงออกทางอารมณ์ (expressive effect) และแบบสัญลักษณ์ (symbolic effect) และเมื่อนำทั้งหมดมารวมกันจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการออกแบบสี

ความเปรียบต่างของสีทั้งเจ็ดแบบมีดังต่อไปนี้

1. ความเปรียบต่างของสีแท้ (Contrast of Hue)
2. ความเปรียบต่างของความสว่าง-มืดของสี (Light-Dark Contrast)
3. ความเปรียบต่างของสีเย็น-สีร้อน (Cold-Warm Contrast)
4. ความเปรียบต่างของสีคู่ประกอบ (Complementary Contrast)
5. ความเปรียบต่างที่เกิดจากอิทธิพลของสีคู่ประกอบที่เกิดขึ้นทันที (Simultaneous Contrast)
6. ความเปรียบต่างของความอิ่มตัวของสี (Contrast of Saturation)
7. ความเปรียบต่างของการแผ่ขยายตัวของสี (Contrast of Extension)

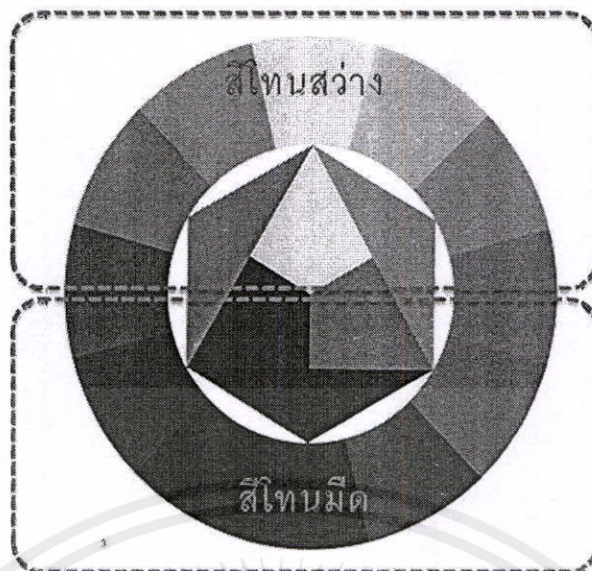


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ

นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.6 สีโทนเย็นและโทนร้อน



ภาพที่ 2.7 สีโทนสว่างและโทนมืด

จากทฤษฎีสีที่ได้ยกมานี้จะเห็นได้ว่าการใช้สีในการออกแบบมีความสำคัญ และการเลือกใช้สีต้องทำด้วยความประณีต สามารถกระทำได้หลายวิธีแต่ การตั้ง โครงสีนอกจากจะมีความสัมพันธ์กับอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้ ผู้ออกแบบยังต้องคำนึงถึงแนวความคิดหรือ การสร้างความประทับใจ

2.4 ความหมายของความประทับใจ

2.4.1 “ความประทับใจ” จากศัพท์ภาษาอังกฤษ “Impress”

จากการศึกษาหาความหมายของความคำว่าความประทับใจจากคำในภาษาอังกฤษคือคำว่า Impress โดยการค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ ได้ความหมายดังนี้

2.4.1.1 การมีผลกระทบที่เป็นร่องรอยในจิตใจหรืออารมณ์ (to have a marked effect on the mind or emotion of)

2.4.1.2 การกระตุ้นความสนใจ หรือการยอมรับ (to arouse the interest or approval of)

2.4.1.3 การฝังลึกในจิตใจหรือติดแน่นในความทรงจำ (to implant firmly in the mind or fix in memory)

[Online].Available : www.Yourdictionary.com /impress

2.4.1.4 การมีผลกระทบทางจิตใจหรือความทรงจำต่อ (have an emotional or cognitive impact upon)

2.4.1.5 ติดลึกในจิตใจ (to fix deeply in the mind)

[Online].Available : www.Onlinedictionary.datasegment.com /word/impress

2.4.1.6 การมีผลกระทบอย่างแรง มักจะเป็นในทางที่ดี (to affect strongly, often favorably)

2.4.1.7 การมีผลกระทบทางจิตใจหรือความทรงจำต่อ (have an emotional or cognitive impact upon)

[Online].Available : www.thefreedictionary.com/impress

2.4.1.8 การมีผลกระทบอย่างแรง มักจะเป็นในทางที่ดี (to affect strongly, often favorably)

2.4.1.9 ทำให้เกิดหรือพยายามสร้างความทรงจำหรือภาพประทับใจที่ชัดเจน (to produce or attempt to produce a vivid impression or image of)

2.4.1.10 ก่อให้เกิดผลการตอบรับทางจิตใจหรืออารมณ์ (to evoke a usually strong mental or emotional response from)

2.4.1.11 การทำให้ติดตรึงอยู่ในใจใครบางคน โดยการเน้นและการย้ำ (to fix (an idea, for example) in someone's mind by reemphasis and repetition)

[Online].Available : www.answers.com/topic/impress

2.4.1.12 ทิมพ์, ประทับ, ตรา : ผัง(อยู่ในความทรงจำ) ทำให้รู้สึก : ติดดา, จับใจ, ประทับใจ, สง่า, ทำให้เลื่อมใส, ทำให้ทิ้ง (so sethputra, 2545 : 384)

จากความหมายที่ค้นคว้าได้จากแหล่งต่างที่ให้ ความหมายที่แตกต่างกันนี้ เมื่อพิจารณา จากความหมายที่พบตรงกันตามหลักการหาความจริงแบบสามเส้า (Triangle) แล้วสามารถสรุปได้ว่า “ความประทับใจหมายถึง การพบเห็นสิ่งใดๆที่กระตุ้นความสนใจและก่อให้เกิดการจดจำและติด ตรึงอยู่ในความทรงจำในทางจิตใจและอารมณ์”

2.4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความประทับใจ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้กับการออกแบบ

“ได้กล่าวมาแล้วว่า บุคคลเลือกรับรู้ข่าวสารเพียงบางส่วนเท่านั้นจากข่าวสารทั้งหมดที่กระทบ ต่ออวัยวะสัมผัส...สิ่งที่มีความเด่นชัดย่อมมีโอกาสดำเนินเลือกในการรับรู้มากกว่าสิ่งที่มีลักษณะธรรมดา ทั่วไป”(วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร, 2537 : 93)

เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีนี้เกี่ยวกับความหมายในการทบทวนวรรณกรรมแล้วตรงกับ ความหมาย

ที่ได้นิยามไว้เพื่อการปฏิบัติการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในบทนี้ นอกจากความประทับใจที่เกิดขึ้นตามทฤษฎีจิตวิทยาสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมของมนุษย์ที่กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความประทับใจแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความรู้ด้านการตลาดและการโรงแรมด้วย

2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

2.5.1 ลูกค้า Customer

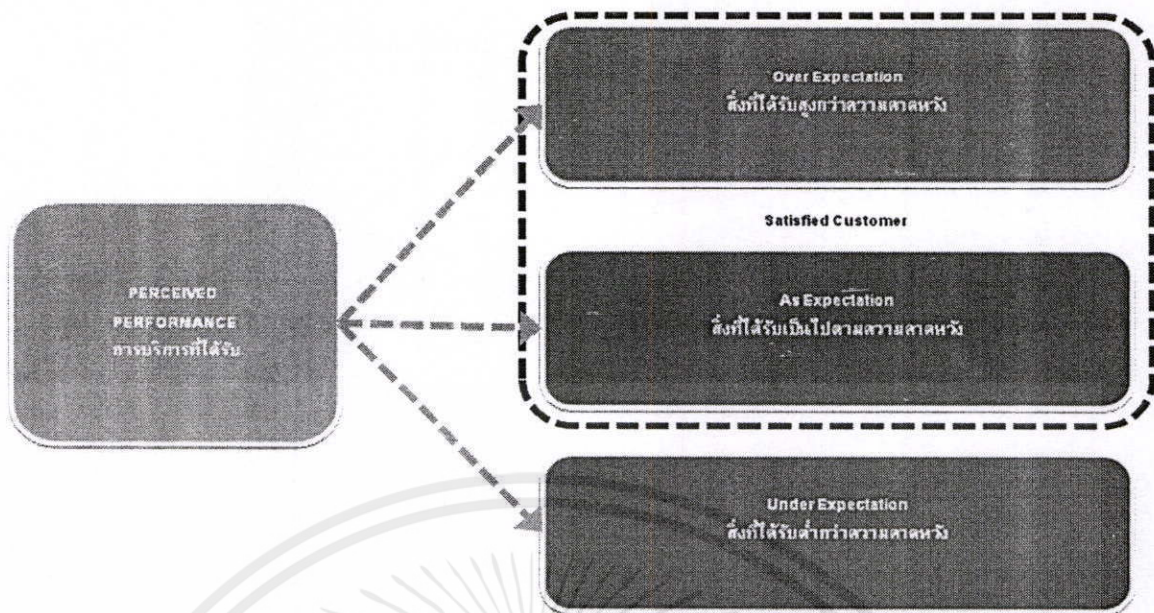
“ลูกค้า คือ แยกคนสำคัญที่สุดที่ได้มาเยือนเรา ณ สถานที่แห่งนี้ เขามีได้มาเพื่อฟังฟังเรา แต่เราต่างหากที่ต้องฟังฟังอาศัยเขา”

(มหาตมะ คานธี)

โดยทั่วไปหมายถึงบุคคลที่มีความต้องการในการใช้สินค้า หรือบริการตามหลักวิชาการตลาดของอุปสงค์และอุปทาน (Demand & Supply) และเมื่อตกลงใจซื้อแล้วลูกค้าและผู้ขายจะมีสัญญาผูกพันต่อกันในภาวะในการส่งมอบสินค้า หรือบริการนั้นและภาวะในการชำระเงินหรือค่าตอบแทนมูลค่าสินค้าหรือบริการนั้นตามที่ตกลงกัน ในการวิจัยนี้ลูกค้าคือผู้ที่ซื้อบริการการเข้าพักจากโรงแรม โดยมีค่าบริการคืออัตราค่าห้องพักคืน (Room Night Rate) ในภาษาของนักการโรงแรมมักจะเรียกลูกค้าว่าแขก ซึ่งในทางภาษาศาสตร์คำนี้จะเหมาะสมและมีความหมายเนื่องจากแขกในที่นี้มีได้หมายความเพียงผู้ซื้อสินค้า แต่เป็นผู้มาเยือนที่พนักงานทุกคนในโรงแรมจะถือเป็นหน้าที่ในการให้การต้อนรับเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับที่แพทย์จะเรียกลูกค้าของตนว่าคนไข้

สินค้าซึ่งในกรณีนี้คือการพักค้างคืน ในธุรกิจการโรงแรม การขายสินค้านี้ได้เป็นเพียงการส่งมอบการเข้าพักค้างคืน หรือการส่งกุญแจห้องให้เพียงเท่านั้น กิจการการโรงแรมนั้นไม่ได้ขายสินค้าที่จับต้องได้ (Tangible Products) แต่อันที่จริงสิ่งที่แขกจะจดจำกลับเป็นการบริการซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)... ความยุ่งยากอยู่ที่ว่าเมื่อให้บริการไปแล้ว แขกหรือลูกค้าไม่มีอะไรที่จะนำไปแสดงให้ผู้อื่นดูได้ เพราะบริการต่าง ๆ นั้นไม่ใช่วัตถุจึงแตะต้องไม่ได้... และเป็นสินค้าที่” คินไม่ได้”อีกต่างหาก ส่วนใหญ่เมื่อแขกออกจากโรงแรมแล้วก็จะเก็บไว้แต่ความทรงจำ (อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช, 2544 : 19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 สิ่งที่ได้รับจากการบริการ

(ณัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์. 2549 : 25)

2.5.2 ความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction

กล่าวโดยสรุปคือ ความรู้สึกของลูกค้า ทั้งที่เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจอันเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ(Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expectation) ตามสมการ

$$\text{Customer Satisfaction} = \text{Perceived Performance} - \text{Expectation}$$



ภาพที่ 2.9 ความพึงพอใจของลูกค้า

(ณัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์. 2549 : 25)

2.5.3 ความภักดีของลูกค้า Customer Loyalty

คือทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว เป็นการเหนี่ยวรั้งลูกค้าไว้กับองค์กร ความภักดีของลูกค้ามิใช่เพียงพฤติกรรมการซื้อขายเท่านั้น หากแต่ครอบคลุมความหมายไปถึงความรู้สึกนึกคิด และความสัมพันธ์ในระยะยาวด้วย การที่ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการซ้ำๆ อาจจะมีได้หมายความว่าลูกค้ามีความภักดีเสมอไป (ณัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์. 2549 :

2.5.4 พฤติกรรมการซื้อซ้ำ Repurchase Behavior

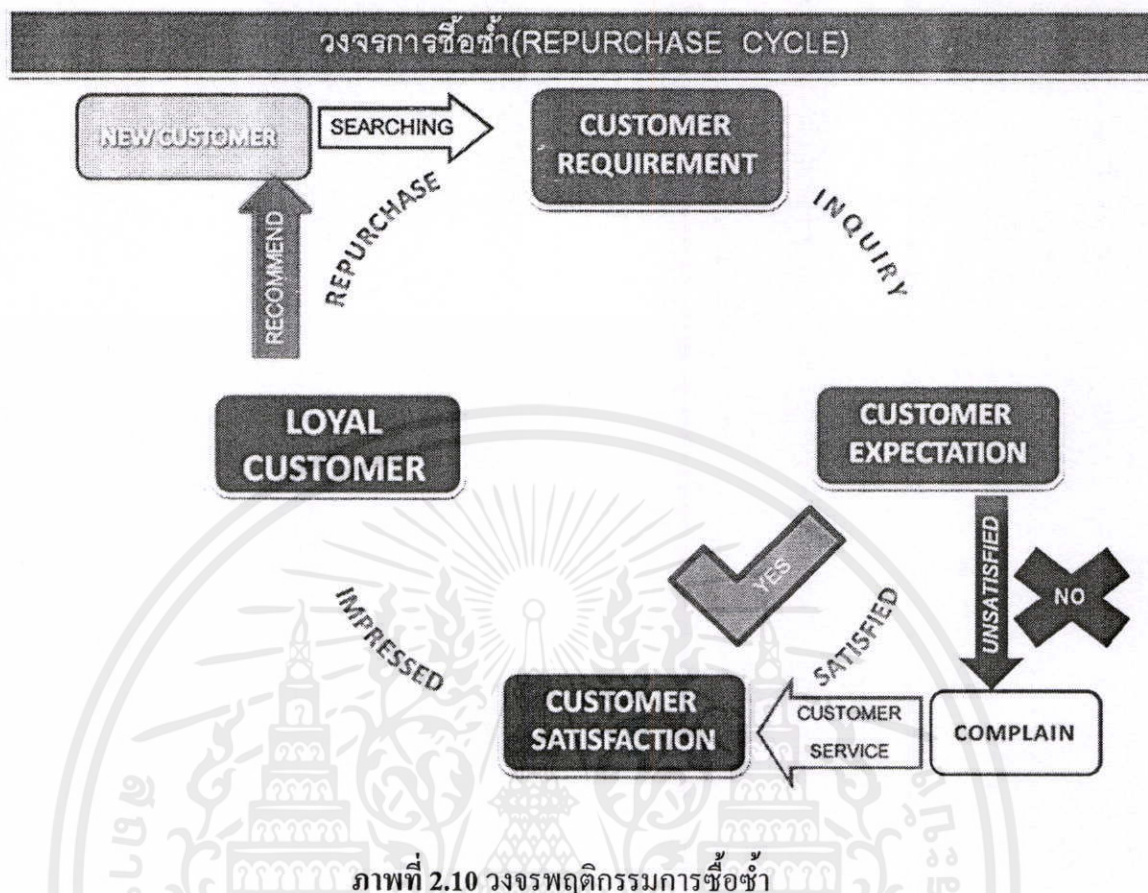
มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) พฤติกรรมการซื้อซ้ำเป็นผลมาจากความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) จากประสบการณ์ที่ผ่านมา (ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. 2549 : 28)

2.5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจกับความภักดีของลูกค้า

จากการศึกษาวรรณกรรมในบทความของณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์กล่าวว่าพฤติกรรมการซื้อซ้ำของลูกค้ามีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความภักดีของลูกค้า พฤติกรรมการซื้อซ้ำเป็นผลมาจากความพึงพอใจของลูกค้า จากประสบการณ์ที่ผ่านมาก็เป็นอีกปัจจัยที่ช่วยผลักดันให้เกิดการซื้อซ้ำ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสองส่วนคือ มิติด้านจิตใจ หรือความพอใจ และ มิติด้านการรับรู้จดจำได้ของลูกค้า ซึ่งเมื่อเทียบกับสิ่งที่วิมลสิทธิ์ หรยางกูร กล่าวไว้ว่าบุคคลเลือกรับรู้ข่าวสารเพียงบางส่วนเท่านั้นสิ่งที่มีความเด่นชัดย่อมมีโอกาสได้รับเลือกในการรับรู้มากกว่า อันเป็นที่มาของการจดจำและเก็บรวบรวมเป็นความประทับใจ

จากการศึกษาของ Countryman, Cary C. and Jang, SooCheong 2006: 534-545 (12) ในการพิจารณาตัวแปรอันเป็นองค์ประกอบทางบรรยากาศจำนวน 5 ตัว คือ สี การจัดแสง การวางผังรูปแบบ(Style) และ สิ่งประดับตกแต่ง พบว่าสามในห้าองค์ประกอบทางบรรยากาศ คือ สี การจัดแสง และรูปแบบ (Style) มีความสัมพันธ์อันมีนัยยะสำคัญต่อความความประทับใจต่อห้องต้อนรับของโรงแรม และสี เป็นองค์ประกอบทางบรรยากาศที่ความสัมพันธ์อันมีนัยยะสำคัญสูงสุด ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการตกแต่งภายในมีผลต่อการก่อเกิดความประทับใจของลูกค้า และพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งพ้องกับผลวิจัยเรื่องบทบาทของความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ในการก่อความภักดีของลูกค้า The Role of Customer Satisfaction and Image in Gaining Customer Loyalty in the Hotel Industry โดย Jay Kandumpully และ Dwi Suhartanto เมื่อปีค.ศ. 2003 ที่ทำการศึกษาคความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีของลูกค้าโรงแรม (ความประสงค์จะซื้อซ้ำ และการแนะนำต่อ) กับ ปัจจัยสองประการคือ ด้านบริการ และด้านความสวยงาม ที่ก่อให้เกิด ความภักดี ความพึงพอใจของลูกค้าและ ภาพลักษณ์ของโรงแรม

ในขณะที่การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าระหว่างกระบวนการบริการ (Customer Satisfaction during the Service Delivery Process) ที่ทำโดยปีเตอร์ ดานาฮอร์ Peter J. Danaher และเจน แมทสัน Jan Mattson เมื่อปี ค.ศ.1994 ที่ทำการศึกษาคความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าโรงแรมต่อพื้นที่ให้บริการ 5 ส่วน คือ เคาท์เตอร์ เช็คอิน ห้องพัก ห้องอาหาร ส่วนบริการอาหารเช้า และ ส่วนเช็คเอาท์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า เริ่มต้นที่เคาน์เตอร์ เช็คอิน จะมีสูงหากว่าการเข้าพักมีข้อมูลถูกต้องสัมพันธ์กับการจองห้องพัก และจะมีความพึงพอใจที่สะสมเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะหลังเวลาอาหารเช้า และจะมีมากหากว่าในการเช็คเอาท์ มีใบเสร็จที่ถูกต้องตรงกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น



2.6 วงจรพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมในปริมนทลความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องผนวกกับทฤษฎีทางด้านความประทับใจตามที่ได้ยกมาแล้วในบทก่อนหน้านี้ สามารถสรุปเป็นแผนผัง “วงจรพฤติกรรมการซื้อซ้ำ” (Repurchasing Circle Model) ได้ดังนี้

2.6.1 ในธุรกิจการโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจการบริการ ซึ่งมีสินค้าที่มองได้เป็นสองส่วนที่ประสานกัน ส่วนที่หนึ่งคือสิ่งปลูกสร้างและตัวอาคาร(Architectural setting) อีกส่วนหนึ่งคือการให้บริการ (Service) ทั้งนี้ในกรณีนี้ไม่นับรวมสิ่งอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยประกอบเช่นสถานที่ตั้ง สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงและทัศนียภาพ มุมมองหรือวิวทิวทัศน์ ซึ่งมีส่วนในการตัดสินใจในการซื้อบริการ ซึ่งส่วนที่เป็นส่วนประกอบสำคัญทั้งสองประการนี้ ผู้ประกอบการหรือผู้ขายไม่สามารถจะนำไปเสนอขายโดยตรงแก่ผู้ซื้อได้ ต้องอาศัยวิธีการหรือสื่อต่างๆเป็นตัวกลางในการนำเสนอ สำหรับโรงแรมที่ไม่ใช่โรงแรมขนาดใหญ่หรือบริหารโดยระบบเครือข่าย (Chain Operating Hotel) การสร้างลูกค้าใหม่เป็นเรื่องที่สำคัญ และการรักษาลูกค้าเอาไว้ก็เป็นส่วนที่สำคัญเช่นกัน ทั้งนี้ในการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ (New Customer) อาจเกิดขึ้นได้จากหลายประการ เช่นการขายโดยตรงสู่ลูกค้าโดยฝ่ายขายของโรงแรม ลูกค้าที่เดินเข้ามาเอง(Walk-in) การจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ(Promotion) การออก

ร้านในนิทรรศการ (Exhibition Booth) การขายร่วมรายการ หรือการขายแบบชุด (Package) การเปิดเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต (Internet Website) และลักษณะการก่อเกิดลูกค้าใหม่อีกหลายๆ ประการ

2.6.2 สำหรับลูกค้าใหม่ที่จะตัดสินใจในการซื้อสินค้าซึ่งคือการเข้าพักในโรงแรม (Room Night Purchase) มีปัจจัยหลายประการที่เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ ซึ่งสิ่งที่สำคัญประการหนึ่งคือสื่อ หรือการนำส่งข้อมูลของสินค้ามาสู่ผู้ซื้อเพื่อใช้ในการตัดสินใจ หรือในทางกลับกันคือเริ่มต้นจากความต้องการของลูกค้าเป็นปฐมเหตุ (Customer Requirement) ซึ่งในกรณีทั่วๆ ไปหมายถึง การเริ่มต้นด้วยความต้องการพื้นฐาน หรือปัจจัยสี่ คือ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค กล่าวคือ การกิน อยู่ หลับ นอน ที่ไม่ใช่ลักษณะที่ใช้ชีวิตประจำวัน เนื่องจากการที่ต้องค้างแรมจากการเดินทางไม่ว่าด้วยสาเหตุใดๆ ก็ตาม ทั้งนี้ยังมีประเด็นอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอีก เช่น สถานที่ตั้ง (Location) ห้องว่าง (Available room) ลักษณะห้องพัก การให้บริการอื่นๆ จนถึงความต้องการพิเศษอื่นๆ ที่ลูกค้าบางประเภทต้องการ เช่นห้องสำหรับคนพิการ ห้องพิเศษสำหรับความเชื่อทางศาสนา หรือบริการพิเศษอื่นๆ ซึ่งสิ่งต่างเหล่านี้ลูกค้าที่มีความต้องการจะซื้อสินค้าอยู่แล้วมักจะมีการตั้งขอบเขตอยู่ในใจบ้างแล้ว และโดยทั่วไปลูกค้ามักจะเป็นผู้สอบถามหรือแสวงหาข้อมูลนั้นด้วยตนเอง ในขั้นตอนนี้คือการสอบถาม (Inquiry) หรือการแสวงหา (Searching) ที่อาจจะกระทำโดยตรงต่อฝ่ายขายของโรงแรมเลย หรือการติดต่อโดยตรงถึงโรงแรมเช่น โดยติดต่อทางโทรศัพท์ หรือการเดินทางเข้าไปสอบถามยังโรงแรมโดยตรง (Walk-in Inquiry) ทั้งนี้ยกเว้นบางกรณีที่ลูกค้าไม่ได้ติดต่อไปยังโรงแรม เช่น การขายที่ฝ่ายขายโรงแรมดำเนินกลยุทธ์การขายเชิงรุก การออกร้านในนิทรรศการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีการติดต่อหรือการสืบหาทางอ้อม ที่ลูกค้าสามารถกระทำได้เองเช่นการค้นหาในอินเทอร์เน็ต ซึ่งกลยุทธ์ต่างๆ ที่ฝ่ายขายของโรงแรมจำเป็นต้องทำและต้องมีการประสานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหารของโรงแรมนั้น คือการจัดการข้อมูลถึงลูกค้า ที่ควรเป็นข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้

2.6.3 เมื่อตัดสินใจซื้อแล้วลูกค้าของโรงแรม ในจิตใจของลูกค้าจะสร้างความคาดหวังในสินค้าและบริการนั้น (Customer Expectation) ทั้งนี้จะมากหรือน้อยหรือมีความคาดหวังในสิ่งใดบ้าง ขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่ลูกค้าผู้นั้นได้รับมาก่อนการตัดสินใจซื้อ (Pre-purchase Information) ลูกค้าที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าพักโรงแรมนั้นมักจะมี ความคาดหวังต่อโรงแรมทั้งในลักษณะสิ่งปลูกสร้างที่เป็นถาวรวัตถุ (hardware) และการให้บริการ (software) ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้ประกอบการหลายๆ รายมักจะยกหรืออ้างอิงเกณฑ์คุณภาพมาเพื่อส่งเสริมแรงจูงใจ ในประเทศที่ธุรกิจการโรงแรมพัฒนาไปมากแล้ว จะมีการกำหนด “ดาว” โรงแรมที่มีมาตรฐาน มีจำนวนดาวมากเช่น โรงแรมสามดาว สี่ดาว และห้าดาวหมายความว่าโรงแรมเหล่านั้นจะต้องมีมาตรฐานในการให้บริการ จำนวนบุคลากรต่อจำนวนห้องพัก และรายการสิ่งอำนวยความสะดวก ถึงเกณฑ์ที่กำหนด หรือบางโรงแรมที่มีจำนวนดาวมากกว่าห้าดาวหมายความว่ามีความมาตรฐานการบริการที่สูงกว่าโรงแรมชั้นหนึ่ง ซึ่งระบบการกำหนดดาวให้โรงแรมช่วยให้ลูกค้าสามารถกำหนดขอบเขตความคาดหวังได้ เช่นลูกค้า

ที่เข้าพักในโรงแรม สามดาว จะมีความคาดหวังน้อยกว่าลูกค้าในโรงแรมห้าดาว และข้อดีอีกประการคือการกำหนดราคา โรงแรมสามดาวจะไม่กำหนดราคาในขอบเขตราคาของโรงแรมห้าดาว

2.6.4 เมื่อลูกค้าเข้าพักในโรงแรม ประสบการณ์ทั้งหลายที่ได้รับจากโรงแรม นับตั้งแต่การต้อนรับนับตั้งแต่อย่างก้าวแรก หรืออาจจะนับย้อนไปถึงการที่ลูกค้าตกลงใจซื้อบริการจากโรงแรม การต้อนรับต่างๆ การสนทนา การตอบคำถามทางโทรศัพท์ การให้ข้อมูล ความใส่ใจต่างๆ จนไปถึงการที่ลูกค้าอย่างต่ำลงจากเครื่องบิน การต้อนรับตั้งแต่สนามบิน ป้ายชื่อต้อนรับ ตลอดจนจนถึงการลงทะเบียนเข้าพัก เครื่องดื่มต้อนรับ(Welcome Drink) การแนะนำโรงแรม บริการต่างๆ (Facility) การแนะนำห้องพัก รวมถึงรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เช่นการทักทาย บรรยากาศที่อบอุ่นและปลอดภัยและทัศนคติในการให้บริการของพนักงานโรงแรม เหล่านี้ล้วนมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าทั้งสิ้น ดังนั้นเมื่อลูกค้าเข้าพักในโรงแรมนับตั้งแต่อย่างก้าวแรกไปจนถึงนาทีสุดท้ายที่ลูกค้าก้าวออกจากโรงแรมผลให้ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลเป็นบวกหรือลบได้ทั้งนั้น สิ่งต่างๆ ที่ลูกค้าได้รับการบริการของโรงแรมนี้เรียกรวมกันว่า (Perceived Performance)

2.6.5 จากสมการ การหาความพึงพอใจลูกค้า เท่ากับ ความคาดหวัง ลบด้วยสิ่งที่ได้รับการบริการ

$$\text{Customer Satisfaction} = \text{Expectation} - \text{Perceived Performance}$$

(ณัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์. 2549 : 25)

ผลจากสมการนี้มีโอกาสเป็นไปได้ 3 ประการคือ

สิ่งที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง

สิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวัง

สิ่งที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวัง หรือ เกินคาดนั่นเอง

2.6.5.1 เมื่อสิ่งที่ได้รับจากการซื้อบริการของโรงแรม ต่ำกว่าความคาดหมาย หมายความว่าลูกค้ามักจะผิดหวังหรือไม่ประทับใจต่อการบริการหรือเกิดความรู้สึกเชิงลบต่อโรงแรมนั้น โดยทั่วไปมักจะไม่น่ากลับมาใช้บริการอีก หรือกรณีที่แย่กว่านั้น หากลูกค้าเกิดความประทับใจในด้านลบ เช่น ได้รับบริการที่แย่มาก มีโอกาสที่ลูกค้าจะส่งต่อข้อมูลเชิงลบ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าใหม่รายอื่นๆ หรือในกรณีที่ลูกค้าที่มาจากประเทศที่มีระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดี ลูกค้าจะถือเป็นสิทธิอันชอบธรรมที่จะร้องเรียนหรือเรียกร้องเอาสิ่งที่เขาควรจะได้รับ โรงแรมหลายแห่งให้ความสำคัญกับการร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complain) ถึงมีการจัดตั้งหน่วยงานรับฟังเสียงบ่นของลูกค้า หรือหน่วยงานลูกค้าสัมพันธ์ที่มากอยรับเรื่องราวร้องทุกข์ของลูกค้า หากหน่วยงานนี้ไม่ทำงานได้ดี ลูกค้าที่เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อโรงแรมหรือบริการ อาจจะมีโอกาสกลับมาเกิดความประทับใจในทางที่ดีได้

2.6.5.2 ลูกค้าที่ได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้ แปลว่าลูกค้านั้นสมหวังดังที่คาดไว้ หรือมีค่าความพึงพอใจเป็นบวกนั่นเอง ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้สูงที่จะกลับมาใช้บริการอีก หรืออย่างน้อยก็จะกล่าวถึงโรงแรมในทางที่ดี หรือกล่าวได้ว่าเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อโรงแรม

2.6.5.3 หากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการแล้วได้รับการบริการหรือได้รับประสบการณ์ที่ดี สูงกว่าที่คาดหวังไว้ แปลว่าลูกค้าได้รับสิ่งที่ตอบแทน เกินคาด ไม่ว่าจะเกิดจากการบริการที่ได้รับ หรือความพึงใจในอาคารสถานที่และการตกแต่งต่างๆ

2.6.6 ในกรณีที่ลูกค้าเกิดความประทับใจไม่ว่าจะเป็นไปตามความคาดหวังหรือเกินจาก ความคาดหวังก็ตาม นั้นหมายความว่า ค่าความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) มีค่า เป็นบวก หรือ สิ่งที่ได้รับจากการเข้าพัก (Perceived Performance) มีสูงกว่า ความคาดหวัง (Expectation) นั่นเอง ซึ่งความประทับใจของลูกค้า เกิดขึ้นได้จากมิติด้านจิตใจ หรือความพอใจ ซึ่ง มักจะเกี่ยวกับความพอใจ เช่น พอดีในตราสินค้า หรือ การให้บริการเป็นต้น ส่วนมิติด้านการรับรู้ จดจำได้ของลูกค้ามักมีเหตุผลมากกว่า เพราะเกี่ยวข้องกับทัศนคติของลูกค้าในด้าน ราคา คุณภาพ สินค้า และการแก้ปัญหาให้ลูกค้า ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าความประทับใจของลูกค้าเกิดขึ้นได้จาก สองส่วนคือ สิ่งปลูกสร้าง ที่เป็นถาวรวัตถุ และ การให้บริการ ซึ่งประการแรกจะมีลักษณะ เป็น รูปธรรม มากกว่าประการที่สองที่มีลักษณะเป็นนามธรรมมากกว่า

2.6.7 ความประทับใจ (Impression) เป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ของลูกค้าที่ได้รับขณะที่ มาใช้บริการของโรงแรม โดยที่สิ่งต่างๆ ที่ได้รับจะผ่านกระบวนการรับรู้และกลั่นกรองในกระบวนการ จดจำ เกิดเป็นความทรงจำ โดยเฉพาะสิ่งที่ดีจะกลายเป็นความประทับใจ หรือการจดจำได้ แม้ว่าเมื่อ ลูกค้าจบสิ้นการเดินทางกลับสู่ สถานที่ของตนเอง กลับสู่ชีวิตประจำวันของตนเอง ความทรงจำที่ดี ที่เกิดขึ้นขณะเข้าพักยังจะคงอยู่ นั่นคือความประทับใจ ซึ่งเป็นสาเหตุแห่งความภักดีของลูกค้า เพราะเมื่อใด

2.6.8 ลูกค้าที่ภักดีของโรงแรม (Loyal Customer) มีความสำคัญกับธุรกิจการโรงแรมเป็น อย่างมาก เพราะเมื่อใดที่ลูกค้านั้นวางแผนจะเดินทางครั้งต่อไป ย่อมคิดถึงโรงแรมแห่งนั้นก่อนเป็น แห่งแรก หรืออย่างน้อยที่สุดเมื่อถูกถามถึงการเดินทางครั้งนั้น ความประทับใจในโรงแรมก็มักจะ ถูกนำมากล่าวถึงในทางที่ดีเสมอ ดังนั้นลูกค้าที่ภักดีนอกจากจะมีโอกาสจะกลับมาซื้อซ้ำ (การซื้อซ้ำ จะมีค่าใช้จ่ายน้อยมากโดยเฉพาะค่าโฆษณา เมื่อเทียบกับการสร้างลูกค้าใหม่) แล้วยังจะทำหน้าที่ เหมือนผู้โฆษณาให้กับโรงแรม หรือแม้แต่ในบางครั้งอาจจะช่วยแก้แทนให้ ในเวลาที่มีคนมาพูดไม่ ดีเกี่ยวกับโรงแรม ดังนั้นการรักษาลูกค้าที่ภักดี จึงมีความสำคัญมากในธุรกิจการโรงแรม การมัดใจ ลูกค้าทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่เป็นนโยบายที่สำคัญจึงมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการเหนี่ยวรั้ง ลูกค้าไว้ และทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

2.6.9 ลูกค้าที่ภักดีจะเป็นบุคคลสำคัญคนหนึ่งที่จะสร้างลูกค้าใหม่โดยที่โรงแรมไม่ต้องลงทุน ลงแรง ปกติฝ่ายขายจะต้องออกไปหาลูกค้า และการจะพบลูกค้าคนหนึ่งที่มีความต้องการจะซื้อ สินค้าไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นบ่อยๆ ง่ายๆ แต่การที่ลูกค้าที่ภักดีคนหนึ่งได้พบคนอื่นๆ ที่มีความต้องการ

จะซื้อสินค้าหรือกล่าวคือจะมาพักในโรงแรม แล้วลูกค้าที่ภักดีนั้นสามารถแนะนำ(Recommend) ได้จากประสบการณ์ที่ตรงที่ตนเองมี จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ที่สนใจจะซื้อสินค้านั้น และคำพูดจากประสบการณ์ของลูกค้าที่ภักดีนั้นจะมีน้ำหนักมากกว่า การโฆษณาต่างๆ จึงกล่าวได้ว่าลูกค้าที่ภักดีจะช่วยสร้างลูกค้าใหม่(New Customer) เข้าสู่วงจรแห่งการซื้อนี้

2.6.10 ลูกค้าที่ภักดีมีความเป็นไปได้สูงมากที่จะกลับมาใช้บริการอีก นั่นคือการทำให่วงจรการซื้อซ้ำมาบรรจบครบวงจร ลูกค้าที่ภักดีจำนวนไม่น้อยที่เป็นลูกค้าที่จะกลับมาซื้อซ้ำทุกครั้งที่มีโอกาส ดังนั้นการเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อซ้ำจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารโรงแรมควรคำนึงถึง เหมือนการที่ Starbucks มีนโยบายการมัดใจลูกค้าให้เข้ามาซื้อซ้ำด้วยการฝึกให้พนักงานจดจำ หน้าและชื่อของลูกค้า และที่สำคัญคือจดจำความชอบส่วนตัวของลูกค้านั้นหากว่าลูกค้าคนนั้นเข้ามาในร้านเกินกว่าหนึ่งครั้ง ดังนั้นการเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อซ้ำนอกจากข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับตัวลูกค้าหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่นครอบครัวหรือบุคคลที่ติดต่อธุรกิจ แล้วข้อมูลความชอบส่วนตัวของลูกค้าก็เป็นส่วนที่สำคัญ เช่นลูกค้านั้นๆ เคยขอหมอนเพิ่ม หมายความว่าเขาชอบหมอนหลายใบ ในการเข้าพักครั้งต่อไป หากโรงแรมจัดหมอนเพิ่มให้โดยที่ลูกค้าไม่ต้องขอ จะทำให้เกิดความประทับใจเกิดขึ้น ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่โรงแรมใส่ใจ และทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็ลูกค้าระดับใดการเป็นคนสำคัญของโรงแรมเป็นเบื้องต้นของการก่อเกิดความรักดีของลูกค้า การเก็บข้อมูลลูกค้าแล้วโรงแรมสามารถใช้ข้อมูลนั้นมาใช้เพื่อผูกมัดใจลูกค้าเหมือนเป็นการนำส่วนเล็กน้อยมาขยายให้สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงกระบวนการ ขั้นตอนและวิธีในการดำเนินการวิจัย รวมถึงเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

จากแผนผัง “วงจรพฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำ” (Repurchasing Circle Model) ที่ได้กล่าวไว้ใน บทสรุปของบทที่ 2 เมื่อเกิดพฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำ ซึ่งหมายรวมถึงตั้งแต่การที่ลูกค้ากลับมาใช้บริการ หรือซื้อสินค้าในอีกครั้งหนึ่ง หรือใช้บริการหรือซื้อสินค้าเป็นประจำ จนถึงการแนะนำต่อให้ลูกค้า คนอื่นๆ มาใช้บริการอีก หมายความว่าลูกค้าผู้นั้นเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อสินค้า ซึ่งในกรณีนี้หมายถึง การเข้าพักในโรงแรม จึงเรียกได้ว่าเป็นลูกค้าผู้ภักดี (Loyal Customer) มีผลมาจากการที่ลูกค้ามีความประทับใจ (Impression) ที่มีหน่วยวัดเป็น ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction Index) ทั้งนี้มี ปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ การให้บริการ (Software) และลักษณะเฉพาะทางสถาปัตยกรรม รวมถึง สถาปัตยกรรมภายในและการตกแต่ง (Hardware or Architectural Setting) ซึ่งในการศึกษารุ่นนี้จะ มุ่งความสนใจเฉพาะการตกแต่งภายใน (สภาพทางกายภาพของสิ่งแวดล้อมภายใน) เท่านั้น

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลขององค์ประกอบบรรยากาศต่อความประทับใจ และความพึงพอใจของลูกค้า Countryman, Cary C. and Jang, SooCheong 2006 : 534-545 (12) ได้มีการสรุปไว้ว่าในองค์ประกอบหลักที่สร้างบรรยากาศ 5 อย่างคือ สี แสง การจัดวาง รูปแบบและการ ตกแต่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างบรรยากาศทางกายภาพ พบว่าสี การจัดแสงและรูปแบบ มีผลกระทบสูงสุด โดยเฉพาะสี มีผลสูงสุดที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในโถงต้อนรับของโรงแรม (Hotel Lobby) ในการศึกษานี้ได้มุ่งประเด็นเฉพาะความประทับใจซึ่งเกิดขึ้นจากการตกแต่งภายใน เท่านั้น

ในส่วนของโถงต้อนรับของโรงแรม ซึ่งเมื่อพิจารณาให้ดีแล้ว ความประทับใจของลูกค้าเกิดขึ้น ที่โถงของโรงแรมจัดเป็นความประทับใจแต่แรกเห็น (First Impression) ซึ่งโถงของโรงแรมเป็นส่วนแรกที่ลูกค้าจะได้พบเห็นเมื่อเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นนอกจากส่วนโถงต้อนรับของโรงแรมจะเป็นส่วนต้อนรับลูกค้าหรือส่วนแรกที่ลูกค้าจะได้รับบริการแล้วยังเป็นส่วนที่ลูกค้าจะเกิดความรู้สึก และจัดลำดับความสำคัญหรือลำดับการให้บริการ (Class of service) ของโรงแรมโดยพิจารณาจากการตกแต่งโถงโรงแรมด้วย ทั้งนี้ในการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม โถงต้อนรับไม่ใช่ส่วนที่ที่ลูกค้า จะใช้เวลามากที่สุด ในการใช้งานหากแต่เป็นส่วนห้องพักที่ลูกค้าใช้เวลา ใช้งานอยู่ในส่วนห้องพัก มากที่สุด ดังนั้นหากต้องการศึกษาด้านความประทับใจในการตกแต่งภายในโรงแรมแล้ว นอกจากโถงต้อนรับหรือส่วนบริการอื่นๆ ส่วนที่ควรพิจารณามากที่สุดคือ ห้องพักโรงแรม

นอกจากนั้นในการตกแต่งโรงแรมขนาดเล็กในเขตเมือง มีลักษณะที่จำเพาะ 2 ประการ คือ

1. ความจำกัดของพื้นที่ ด้วยโรงแรมขนาดเล็กในเมืองมักจะอยู่ในอาคารที่มีขนาดไม่ใหญ่นักและโดยเฉพาะราคาของพื้นที่ ที่มีราคาสูงดังนั้นจึงทำให้โถงต้อนรับมีขนาดจำกัด
2. โรงแรมขนาดเล็กในเขตเมืองมักจะรับแขกที่มีกลุ่มลูกค้าขนาดเล็ก คือจำนวนคนที่เข้ามาใช้โถงต้อนรับมีจำนวนไม่มาก ไม่เหมือนกับโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีคนเข้าพักเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ที่มาเป็นกรุ๊ปทัวร์หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารขนาดใหญ่ ในขณะที่การออกแบบโถงต้อนรับไม่มีข้อจำกัดด้านขนาดพื้นที่เท่ากับการออกแบบห้องพักที่มีขอบเขตจำกัดที่สุดของการใช้พื้นที่ต่อห้องพัก

3.1 แนวทางในการวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจของลูกค้าและการตกแต่งภายในห้องพัก โรงแรมขนาดเล็กในเขตเมืองนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาคำตอบว่าองค์ประกอบใดในการตกแต่งภายในห้องพักที่มีผลต่อความประทับใจของลูกค้าและในแต่ละองค์ประกอบนั้น มีการจัดการในทางสถาปัตยกรรมภายในอย่างไรจึงทำให้เกิดความประทับใจต่อลูกค้าหรือแขกที่มาเข้าพักและใช้บริการห้องพักนั้น แนวทางในการศึกษาจะแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ

3.1.1 การหาข้อมูลของผู้เข้าพัก ข้อมูลของการเข้าพักและ การหาข้อมูลของความพึงพอใจของผู้เข้าพัก โดยเฉพาะการหาความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจ และโอกาสในการเกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำ รวมถึงข้อมูลของลักษณะของตัวแปรที่เป็นปัจจัยทางการออกแบบภายในห้องพัก ทั้งสามตัวแปรคือ ขนาดห้อง ความสว่าง และโครงสี ในขั้นตอนนี้จะใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการหาข้อมูล

3.1.2 การหาข้อมูลของลักษณะที่เป็นอยู่ของการตกแต่งภายในห้องพัก (Existing Condition) ของกรณีศึกษาทั้งสามแห่ง โดยการดำเนินการที่ใช้พื้นฐานของการประเมินผลหลังการใช้งาน (Post Occupation Evaluation) เพื่อหาข้อมูลที่เป็นกายภาพของตัวแปรทั้งสาม

3.2 เครื่องมือการวิจัย

3.2.1 การใช้แบบสอบถาม ในส่วนแรกเป็นส่วนที่ใช้ในการหาความประทับใจของลูกค้าและความสัมพันธ์กับองค์การในการตกแต่งภายใน โดยการใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมาเอง โดยที่แบบสอบถามนี้แบ่งเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

3.2.1.1 ส่วนหัวหรือส่วนเกริ่นนำ เป็นการชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม อีกทั้งแบบที่ติดปลงจะหา และต้องอ้างอิงถึงเอกสารที่ตรงตามการนำไปใช้ ว่าแบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการทำวิจัยในระดับบัณฑิตศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พร้อมทั้งได้ให้หมายเลขโทรศัพท์

และอีเมลล์ ที่สามารถติดต่อผู้วิจัยได้ ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาหรือมีข้อมูลที่ต้องการแจ้งเพิ่มเติม ในกรณีนี้ส่วนเกริ่นนำนี้จะเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าเข้าใจได้ว่าเป็นแบบสอบถามเพื่อการศึกษา โดยเฉพาะ เพื่อลดโอกาสในการเกิดอคติในใจการตอบแบบสอบถามด้วย

3.2.1.2 หลังจากส่วนคำขึ้นต้นจดหมายแล้วเป็นการกล่าวนำให้ผู้ใช้บริการตอบแบบสอบถามโดยความจริงใจ โดยเริ่มต้นด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบที่เข้าใช้บริการ โดยถามในด้าน เพศ อายุ เชื้อชาติ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิจัยต่อไป

3.2.1.3 ส่วนต่อมาเป็นการถามถึงการเดินทางในครั้งนี้ เช่น มาประเทศไทยเป็นครั้งแรกหรือไม่ จุดประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาและจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

3.2.1.4 ส่วนต่อมาเป็นการถามถึงการเข้าพักในโรงแรม เช่น คำถามว่า มาโรงแรมนี้เป็นครั้งแรกหรือไม่ ลักษณะห้องพักและการเลือกโรงแรมนี้เป็นที่พัก เพื่อจำแนกประเภทของผู้เข้าพัก

3.2.1.5 คำถามข้อ 11, 12 และ 13 เป็นการถามถึงความพึงพอใจโรงแรม โดยถามว่าท่านชอบโรงแรมนี้หรือไม่และต่อด้วยคำถาม ส่วนที่พึงพอใจคือการให้บริการหรือการตกแต่งภายใน และส่วนการตกแต่งภายในที่ลูกค้าพึงพอใจที่สุดคือส่วนใดของโรงแรม

3.2.1.6 ในความพึงพอใจของห้องพัก ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามโดยแบ่งตามส่วนต่างๆ ของห้องพัก และการกำหนดขึ้นความพึงพอใจแบบ Likert-Type scale แบบ 5 ชั้นจากดีที่สุด (Excellent) จนถึง แย่ที่สุด (Very Poor) โดยจำแนกส่วนต่างๆของห้องพักตั้งแต่บรรยากาศ ขนาดของห้องพัก การจัดวาง ความกว้างขวางของห้อง โครงสร้างสี ขนาดและรูปแบบของเครื่องเรือน ขนาดและรูปแบบของห้องน้ำ

3.2.1.7 ข้อ 14, 15 และ 16 เป็นส่วนที่จะหาโอกาสในการเป็นเป็นลูกค้าผู้ภักดี (Loyal Customer) โดยใช้คำถามตรงว่าจะมาพักที่โรงแรมนี้อีกหรือไม่ เพื่อหาพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Repurchasing Behavior) ในขณะเดียวกันก็ใช้คำถามเปิดเพื่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยถามถึงส่วนที่ควรจะต้องปรับปรุง

3.2.1.8 ส่วนต่อมาเป็นการถามถึงลักษณะกายภาพขององค์ประกอบในการตกแต่งภายในโดยใช้รูปแบบคำถาม Linkert-Type Scale แบบ 5 ชั้น โดยใช้ลักษณะของคำวิเศษณ์ที่ตรงกันข้าม เพื่อให้ผู้ตอบสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น เช่น ท่านคิดว่า ห้องน้ำมืดหรือสว่าง สีของห้องแบบเย็นหรือร้อน การตกแต่งห้องแบบเก่าหรือ ร่วมสมัย เป็นต้น โดยแบ่งระดับคำตอบเป็น 5 ชั้น ตั้งแต่ “มาก (Very)” “ค่อนข้าง (Quite)” “และ” “ระหว่าง(Between)” เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับลักษณะการตกแต่งของโรงแรม

3.2.1.9 ส่วนสุดท้ายเป็นการกล่าวขอบคุณและความสำคัญของข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงต่อไป สุดท้ายจะเป็นคำอวยพรให้ลูกค้าได้รับความสุขในการเดินทางและระหว่างที่เข้าพักในโรงแรมและในประเทศไทย

3.2.1.10 หน้าของที่ได้แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้มีการกรีนนำอีกส่วนและกล่าวถึงของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้จัดหาเพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำแบบสอบถามด้วย

This Questionnaire is a part of Data collecting process of a Master's Thesis in Interior architecture program, King Mongkut Institute of Technology Ladkrabang.

Contact the researcher at Mobile Number 081-6682416 or ronnapee.t@bu.ac.th

Dear Guest,

We would appreciate your sincerely answer to this questions;

1. You are female male age under 25 25-40 over 40.
2. You came from Asian European American other country.
3. You come to Thailand for the first time more than one time.
4. The trip is business only leisure only both leisure and business.
5. The trip last less than 3 days less than 1 week more than 1 week.
6. You come to Bangkok only Bangkok and other provinces.
7. There are (is) only you just two more than three in your group.
8. You stay at this hotel for the first time more than one time.
9. You stay in the room type standard suite other _____
10. You chose this hotel from internet advertising tour agency.
 other _____
11. Do you like this hotel yes no
12. You like this hotel because of service interior design both.
13. The part of this hotel you like the most lobby room restaurant
 other _____
11. Do you like this hotel yes no
12. You like this hotel because of service interior design both.
13. The part of this hotel you like the most lobby room restaurant
 other _____

	Excellent	Good	Fair	Poor	Very poor
Room atmosphere					
Size of the room					
Room layout					
Room Space					
Color scheme					
Furniture size					
Furniture style					
Bathroom size					
Bathroom style					

14. Will you come to this hotel again? Yes no
15. Will you come to Thailand again? Yes no
16. What would you suggest to improve this hotel?

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดภาพที่ 3.1 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย: สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Please Determine these questions as your experience of staying at this hotel	Absolutely						Absolutely
		Very	Quite	between	Quite	Very	
The level of the answers		1	2	3	4	5	
Do you think the room is	dark						bright
Do you think color of the room is	cold						warm
Do you think the room is	colorful						monotone
Do you think the room is	tiny						spacious
Do you think the room is	narrow						wide
Do you think style of the room is	classic						Modern
Do you think style of the room is	old-fashion						Contemporary
Do you think the room decoration is	Typical						Unique
Do you think style of the room is	Informal						Formal
Do you think style of the room is	Casual						Elegant
Do you think the furniture is	uncomfortable						comfortable
Do you think the style of furniture is	Cozy						Luxury
Do you think the number of furniture is	Too less						Too much
Do you think the size of furniture is	Too small						Too big

Thank you very much for dedicating your valuable time to answer this questionnaire. Your comment is very welcome because it is the most valuable information for the further improvement. We hope that you would have a present journey and enjoy staying at the hotel.

ภาพที่ 3.2 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามทั้งหมดนี้จัดทำเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากต้องการใช้แบบสอบถามนี้เพื่อหาข้อมูลจากลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ

และผู้วิจัยได้จัดเตรียมของชำร่วยหรือของที่ระลึกเพื่อให้โรงแรมที่ขอเข้าไปทำการวิจัยได้จัดการแจกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ตามภาพที่ 3.3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน... ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.3 ของที่ระลึกที่แจกให้ผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2.2 ส่วนที่สอง เป็นการศึกษาและสำรวจลักษณะทางกายภาพของการตกแต่งภายในและลักษณะทางสถาปัตยกรรมภายใน โดยอิงวิธีการประเมินผลหลังการเข้าใช้งาน Post Occupation Evaluation มาประยุกต์ใช้ และใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากห้องพักด้วยวิธีการต่างๆ เช่น

3.2.2.1 ขนาดของห้องพัก โดยการวัดและประกอบกับแบบแปลน

3.2.2.2 โครงสีของห้องพักโดยการถ่ายภาพและกำหนดกรอบของโครงสี

3.2.2.3 การจัดแสง โดยการถ่ายภาพและการพิจารณารูปแบบของอุปกรณ์

3.2.2.4 รูปแบบการตกแต่ง โดยการถ่ายภาพและกรณีศึกษาเพื่อเปรียบเทียบ

3.2.2.5 เครื่องเรือน โดยการถ่ายภาพและวัดขนาดพร้อมทำบัญชี

3.2.2.6 การตกแต่งอื่น เช่น ภาพงานศิลปะที่นำมาตกแต่ง

3.2.2.7 อุปกรณ์ประกอบอื่นๆ ใช้วิธีการถ่ายภาพและทำบัญชี

3.2.3 ในการเก็บข้อมูลปัจจัยตัวแปรหลัก 3 ประการ ได้มีวิธีการเก็บข้อมูลละเอียดเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป ด้วยวิธีการดังนี้

3.2.3.1 การใช้อุปกรณ์วัดแสง Lumitron LX101 LuxMeter เพื่อเก็บข้อมูลความเข้มของแสง โดยการวัดเป็นจุดตามตำแหน่งที่กำหนดไว้ในการวิจัย จำนวน 4 จุด คือ

ทางเข้าด้านหน้า

บนเตียงนอน

ที่โต๊ะทำงาน หรือ แต่งตัว

ห้องน้ำ

3.2.3.2 การใช้สายวัดและตลับเมตร เพื่อเก็บข้อมูลขนาดของห้อง และทำการบันทึกเพื่อนำมาเขียนเป็นแบบของห้องทั้งแบบแปลน การวางผังเครื่องเรือน การวางตำแหน่งอุปกรณ์ไฟแสงสว่าง และประกอบในการนำเสนอการวิจัย ต่อไป

3.2.3.3 การใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อบันทึกภาพในมุมต่างๆของห้องพักโดยการใช้ขาตั้งกล้องเพื่อช่วยให้ได้ภาพที่คมชัดและกำหนดตำแหน่งที่ชัดเจนได้ การใช้กล้องถ่ายภาพเพื่อบันทึก

สภาพบรรยากาศในห้องพัก

ลักษณะความสว่างจากแสงธรรมชาติโดยถ่ายเวลากลางวันขณะที่เปิดม่านให้แสงธรรมชาติเข้ามา

ลักษณะความสว่างจากแสงประดิษฐ์โดยถ่ายขณะที่ปิดม่านไม่ให้แสงธรรมชาติเข้ามาและเปิดไฟจากอุปกรณ์แสงสว่างทั้งหมดในห้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจทางกายภาพที่จะนำมาใช้พิจารณาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้

จากแบบสอบถามเพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

3.3 ตัวแปร และหน่วยวัดตัวแปร

3.3.1 ตัวแปรในการวิจัยนี้มีการกำหนดไว้ในการดำเนินการเป็นสองขั้นคือ ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจ และการซื้อซ้ำ

ตัวแปรต้น (ตัวแปรอิสระ) ความประทับใจ (จากคำถามว่า “ชอบโรงแรมนี้หรือไม่”)

ตัวแปรตาม (ตัวแปรอิสระ) การซื้อซ้ำ (จากคำถามว่า “จะมาพักที่โรงแรมนี้อีกหรือไม่”)

3.3.2 ในขั้นตอนที่สองในการหาความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจกับปัจจัยในการตกแต่งภายใน โดยที่ใช้แบบสอบถามในการหาความสัมพันธ์นั้น มีการแบ่งเป็นตัวแปรหลักคือ

ตัวแปรด้านขนาดของห้อง

ตัวแปรด้านแสงสว่าง

ตัวแปรด้าน โครงสี

3.3.3 หน่วยวัดตัวแปร ในขั้นตอนที่สองที่ใช้การสำรวจหลังการใช้งาน (Post Occupation Evaluation) มีการวัดตัวแปรที่เป็นกายภาพที่สามารถวัดได้ มีหน่วยวัดดังนี้

ตัวแปรด้านขนาดของห้อง คือพื้นที่ มีหน่วยวัดเป็น ตารางเมตร

ตัวแปรด้านแสงสว่าง คือความเข้มแสง มีหน่วยวัดเป็น Lux.

ตัวแปรด้าน โครงสี คือการเปรียบเทียบของสี มีหน่วยวัดเป็น จำนวนสี

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา จะใช้หน่วยวัดนี้ในการวางกรอบในการหาข้อเสนอแนะการออกแบบเพื่อความประทับใจ โดยการเปรียบเทียบข้อมูลในสามด้านคือการเทียบข้อมูลจากการสำรวจกรณีศึกษากับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ตามหน่วยวัดที่กล่าวมานี้ และนำไปเทียบกับข้อมูลจากแบบสอบถาม อีกครั้งหนึ่ง

นอกจากตัวแปรหลักที่ทำการเก็บข้อมูลในช่วงการสำรวจกรณีศึกษาแล้ว ยังมีตัวแปรประกอบอื่นๆ ที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมาด้วยเพื่อนำไปประกอบในการศึกษาในขั้นตอนถัดมา ตัวแปรเหล่านั้น อาทิเช่น การวางผัง ขนาดทางเดิน ขนาดเฟอร์นิเจอร์ และขนาดห้องน้ำเป็นต้น โดยใช้ตารางในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาเปรียบเทียบกันภายหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลตัวแปรต่างๆ เพื่อประกอบการสำรวจห้องพัก

	WIDTH	LENGTH	HEIGHT	COLOR	REMARKS
Size of the room (ขนาดของห้อง)					
Room layout (การจัดห้องพัก)					
Circulation (ขนาดทางเดินภายใน)	Minimum	Average	Maximum		
Color scheme (สีห้อง)	COLOR 1	COLOR 2	COLOR 3	COLOR 4	COLOR 5
Furniture size (เฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง)					
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
Furniture style (รูปแบบเฟอร์นิเจอร์)					
Bathroom size (ขนาดห้องน้ำ)					
1					
2					
3					
4					

3.4 ระยะเวลาในการทำวิจัย

การทำการวิจัยนี้เริ่มต้นในเดือนธันวาคม 2550 จนสรุปและนำเสนอข้อมูลในวันที่ 12 พฤษภาคม

2551 ตามตารางเวลานี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 การทำวิจัยเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

Schedule of the Thesis on "Interior Design of a small Hotel"

STAGES	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	May
PROPOSAL REVIEW / APPROVE						
DESIGN RESEARCH TOOL						
QUESTIONNAIRE APPROVAL						
RESEARCH INQUIRY APPROVAL						
POE/SITE SURVEY						
FIELD RESEARCH						
QUESTIONNAIRE RETRIEVE						
DATA SUMMARIZE						
DATA ANALYSIS						
RESEARCH DATA INTERPRETATION						
RESEARCH SUMMARIZATION						
PREPARE FOR RESEARCH PRESENTATION						
PRESENTATION DOCUMENT						
THESIS BOOK FINALIZATION						
THESIS PRESENTATION & DEFENDING						
CORRECTION						
BOOK SUBMISSION						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้จะเป็นการเสนอผลการวิจัยซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลสองส่วนคือข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามในการสังเกต สัมภาษณ์และการใช้เครื่องมือวัด และอีกส่วนคือข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ในบทนี้จะนำเสนอข้อมูลต่างๆ ของกรณีศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานในการนำไปวิเคราะห์ในบทต่อไป

4.1 แนวทางในการเลือกกรณีศึกษา

เนื่องจากการหัวข้อในการศึกษาการออกแบบโรงแรมนี้ ได้กำหนดกรอบการศึกษาไว้เพื่อให้สอดคล้องตามแนวโน้มในการออกแบบโรงแรมร่วมสมัย หรือแบบบูติกโฮเทล จึงได้กำหนดแนวทางในการคัดเลือกโครงการ หรือ โรงแรมที่จะนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาไว้ดังนี้

4.1.1 ลักษณะของโรงแรม เป็นโรงแรมประเภทธุรกิจ และท่องเที่ยว

4.1.2 ที่ตั้งของโรงแรม ควรเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองหลวง ซึ่งในกรณีนี้คือกรุงเทพมหานครฯ และอยู่ในย่านธุรกิจ เช่น หรือย่านที่มีรถไฟฟ้าผ่าน โดยเฉพาะถนนสุขุมวิท

4.1.3 จำนวนห้องพัก เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ในข้อจำกัดของพื้นที่ จำนวนห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง

4.1.4 ลักษณะการตกแต่งโรงแรม ควรจะเป็นแบบทันสมัยหรือแบบบูติกโฮเทล

4.1.5 ระยะเวลาเปิดทำการ ควรเป็นโรงแรมที่มีอายุการทำการไม่เกิน 2 ปี

4.1.6 เป็นโรงแรมที่มี เว็บไซต์ เป็นหน้าโฆษณาโรงแรม และสามารถรับข้อมูลการตกแต่งห้องพักได้ เนื่องจากสมมติฐานประการหนึ่งของการที่ลูกค้าจะเลือกซื้อบริการจากการเข้าชมทางอินเทอร์เน็ต

4.2 ขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษากรณีศึกษาทั้งสามโครงการ ได้ดำเนินการหาข้อมูลเป็นสองขั้นตอนดังนี้

4.2.1 การสัมภาษณ์ ผู้บริหาร โรงแรมเพื่อรวบรวมข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับ โรงแรม โดยได้ส่งตัวอย่างคำถามล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ และขณะทำการสัมภาษณ์มีการใช้เครื่องบันทึกเสียง โดยขออนุญาตก่อนการเริ่มบันทึกเสียง

4.2.2 การสำรวจห้องพักและส่วนต่างๆ ของโรงแรมกรณีศึกษา โดยการใช้สายวัดแบบมาตรฐาน เพื่อวัดขนาดของห้องพัก และใช้เครื่องวัดแสงเพื่อบันทึกความเข้มของแสงในส่วนต่างๆ ของห้อง แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

4.3 ลักษณะกรณีศึกษา

4.3.1 กรณีที่ 1 โรงแรม เอส 15 S15Hotel สุขุมวิท 15



เป็นโรงแรมประเภทบูติกไฮเต็ลขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในเขตพยานิชยกรรมหลักของกรุงเทพฯ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมได้กล่าวว่าเอส 15 เป็นโรงแรมสำหรับนักธุรกิจสมัยใหม่ที่ต้องการความคล่องตัวในการติดต่อธุรกิจและในขณะเดียวกันก็ต้องการพักผ่อนและท่องเที่ยว ในแหล่งพาณิชย์

เมื่อพิจารณาตามแนวทางในการเลือกกรณีศึกษามีลักษณะดังนี้

4.3.1.1 ลักษณะของโรงแรม เป็นโรงแรมกึ่งธุรกิจและท่องเที่ยวที่เน้นทางด้านธุรกิจมากกว่า

4.3.1.2 ที่ตั้งของโรงแรม อยู่ในเขตใจกลางกรุงเทพมหานครฯ และอยู่ในย่านธุรกิจบนถนนสุขุมวิท โดยตั้งอยู่หน้าปากซอยสุขุมวิท 15 มีรถไฟฟ้า BTS ผ่าน และอยู่ใกล้สถานี อโศกและนานา สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์และ ทางเดินเท้าด้านหน้าโรงแรม

4.3.1.3 จำนวนห้องพักทั้งหมดมี 72 ห้องและทุกห้องเป็นห้องพิเศษ(Suite) ได้แบ่งเป็นห้องแบบต่างๆ คือห้องพิเศษขนาดใหญ่เรียกว่า S15 Deluxe 40 ห้อง ห้องพิเศษเล็กเรียกว่า S15 Junior Suite 15 ห้อง ห้องพิเศษเรียกว่า S15 Suite 9 ห้อง ในชั้นที่ 4 5 เป็นส่วนที่ไม่สูบบุหรี่ Non Smoking Zone

4.3.1.4 ลักษณะการตกแต่งโรงแรม เป็นแบบทันสมัย หรือเรียกว่าร่วมสมัย ในแบบบูติกไฮเต็ล Boutique Hotel ในลักษณะที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป

4.3.1.5 เปิดให้บริการ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 จึงมีอายุการทำงานไม่เกิน 2ปี

4.3.1.6 ส่วนให้บริการต่างๆ ประกอบด้วย ห้องอาหาร S15 Mezzanine Café Restaurant ล็อบบี้เลาจน์ Lobby Lounge ศูนย์ธุรกิจ Business Center และ สปา Spa นอกจากนี้ยังมีบริการ อินเทอร์เน็ต ไร้สาย WiFi

4.3.1.7 นอกจากนั้นยังมีบริการอื่นๆอีกเช่น การบริการรถรับส่ง Limousine ที่จอดรถ

ในอาคาร Indoor Car park บริการแลกเงิน Foreign Exchange service และ 24 hour Concierge &

Doctor on call

4.3.1.8 สามารถติดต่อโรงแรมทาง เว็บไซต์ www.S15hotel.com



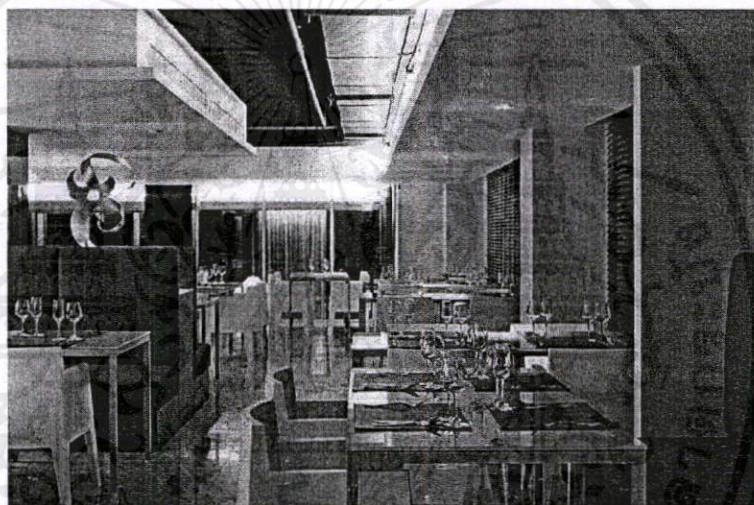
ภาพที่ 4.1 ทางเข้าด้านหน้า

ข้อมูลทั่วไป	
ที่ตั้ง	ริมถนนสุขุมวิท ปากซอยสุขุมวิท 15
การเข้าถึง	สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์ โดยมีที่จอดรถที่ชั้นคาเฟ่ และทางเดินเท้า ด้านหน้าโรงแรมและมีรถไฟฟ้า BTS ผ่าน โดยอยู่ระหว่างสถานี อโศก และ นานา
ระยะเวลาเปิดกิจการ	เริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2550 จนถึงเวลาที่ทำการวิจัย โรงแรมเปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลา 9 เดือน
จำนวนห้องพัก	72 ห้อง
จำนวนพนักงาน	60 คน และระดับบริหาร 3 คน
กลุ่มลูกค้า	โรงแรมได้จำแนกกลุ่มลูกค้าเป็นสองส่วนหลักๆ คือ ลูกค้าจากตัวแทนจำหน่าย Corporate Customer และลูกค้าจากอินเทอร์เน็ต Internet Purchase แยกตามประเทศของผู้ที่มาพัก มีทั้ง จากประเทศในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสิงคโปร์ แถบยุโรป และจากอเมริกา แยกตามจุดประสงค์ของการมาพัก ในอัตราส่วนผู้ที่มาเพื่อพักผ่อนร้อยละ 60 และมาเพื่อทำธุรกิจราว 40 แยกตามระยะเวลาที่พัก ผู้ที่เข้าพัก 2-3 ปริมาณสูงสุด ในขณะที่ผู้ที่เข้าพักมากกว่า 3 วัน มีปริมาณรองลงมา

เอกสารนี้เป็น (ถัณฑ์ลลิต นวลสุวรรณ, ให้สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2551, รณพีร์ ตูลวรธรณะ, โรงแรม S15 Hotel) การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 โถงต้อนรับ



ภาพที่ 4.3 ห้องอาหาร



ภาพที่ 4.4 ศูนย์ธุรกิจ

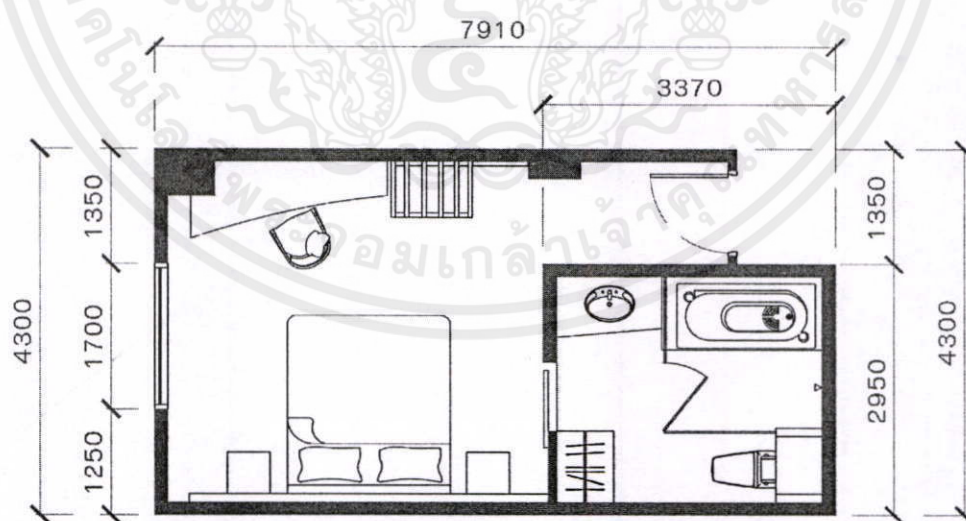
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม

ขงนด้านการค้า
 ให้นำไปใช้

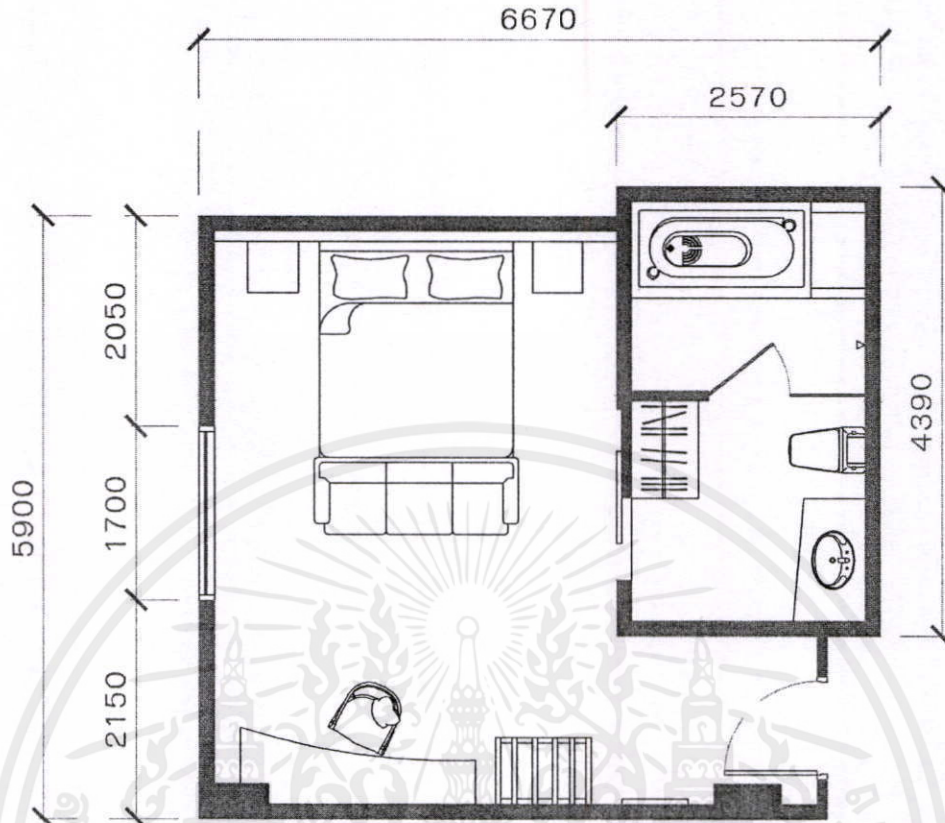
ในการศึกษากรณีศึกษาของโรงแรมนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งประเด็นความสนใจเฉพาะองค์ประกอบในการตกแต่งภายในหรือองค์ประกอบสถาปัตยกรรมภายใน ซึ่งจำกัควงไว้เฉพาะห้องพักตามเหตุผลที่ได้กล่าวไปแล้ว โดยมุ่งประเด็นหลักเพียง 3 ประเด็นของปัจจัยในการตกแต่งภายในเท่านั้น จากการสังเกต และการบันทึกในการทำการศึกษภาคสนาม Field study ได้ข้อสรุปดังนี้

4.3.1.1 ขนาดของห้อง โรงแรม S15 Sukumvit Hotel นี้เป็นโรงแรมที่กำเนิดขึ้นมาจากการออกแบบอาคารให้เป็นโรงแรมนับตั้งแต่การก่อตั้งโครงการ ต่างจากกรณีศึกษาอีกสองแห่ง ที่ตัวโรงแรมถูกดัดแปลงจากอาคารพาณิชย์ ดังนั้นการวางแผนผังหลักทางสถาปัตยกรรม Architectural master plan จึงถูกกำหนดขนาดและส่วนประกอบต่างๆ ในทางสถาปัตยกรรมไว้ตั้งแต่แรก นับตั้งแต่โครงสร้างรับชั้นล่างจนถึงห้องพัก การวางแผนทางเดินและโถงลิฟต์ในแต่ละชั้นถูกกำหนดไว้อย่างดีแล้ว การวางทางเดิน corridor ตามแนวยาวอาคารและมีโถงลิฟต์อยู่ตรงกลางแบบ Double loaded corridor ทำให้ห้องทุกห้องมีทางเดินจากช่องทางสัญจรทางตั้งหลัก Main Vertical Core มีระยะไม่ห่างไกลกันมาก ทำให้มีข้อดี ทั้งจากความสะดวกที่ทำให้ผู้เข้าพักไม่ต้องเดินไกลหรือเดินในระยะที่ไม่แตกต่างกันมากจากโถงลิฟต์ของแต่ละชั้น และอีกประการหนึ่งคือความปลอดภัย เพราะทำให้ระยะทางหนีไฟและระยะทางในการลากสายฉีดน้ำดับเพลิงไม่ไกลจากแหล่งจ่ายน้ำและมีระยะทางที่เกือบเท่ากันทั้งสองด้าน

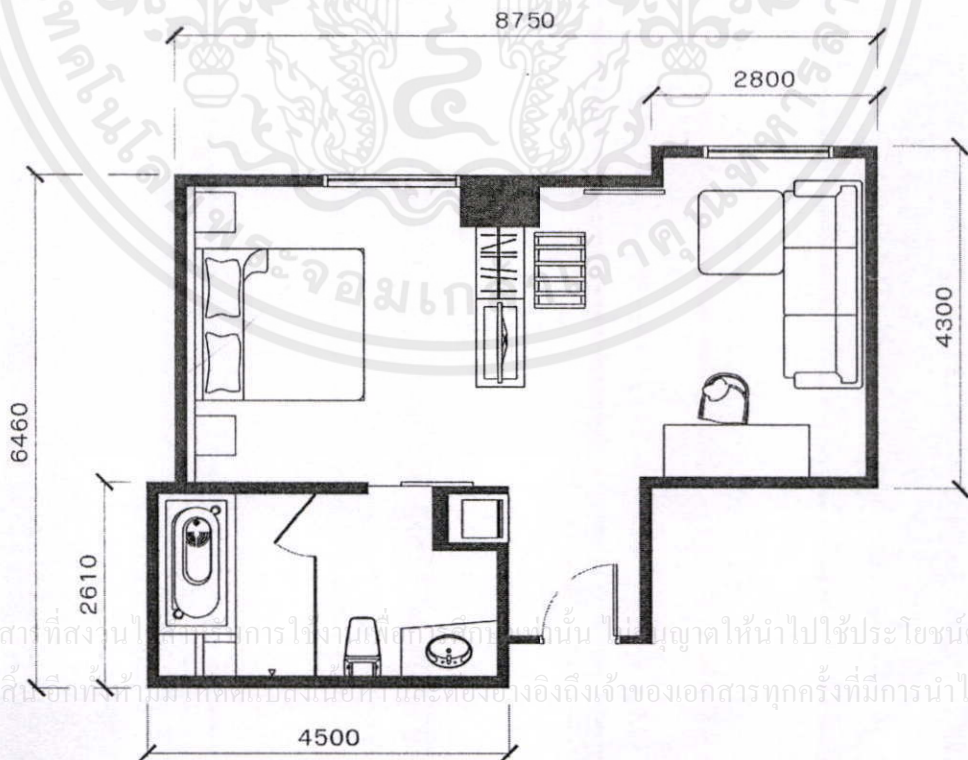
จากการสังเกตพบว่าห้องพักที่มีทั้งหมดสามแบบ มีขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน (โรงแรมเรียกว่า) Deluxe ขนาด 30.5 ตารางเมตร และ Junior Suite ขนาด 35.5 ตารางเมตร และ Deluxe Suite ขนาด 46.5 ตารางเมตร ตามลำดับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพที่ 4.5 ผังห้องแบบมาตรฐาน



ภาพที่ 4.6 ฟังก์ชันแบบ Junior Suite

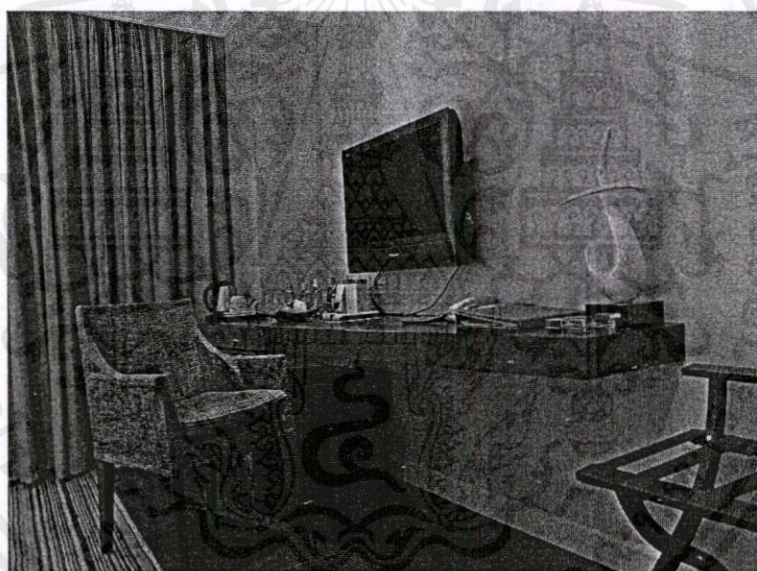


ภาพที่ 4.7 ฟังก์ชันแบบ Deluxe Suite

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การใช้งานที่เกินขอบเขตที่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ถือว่าผิดกฎหมาย และขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ และขอสงวนสิทธิ์ในการนำข้อมูลไปใช้

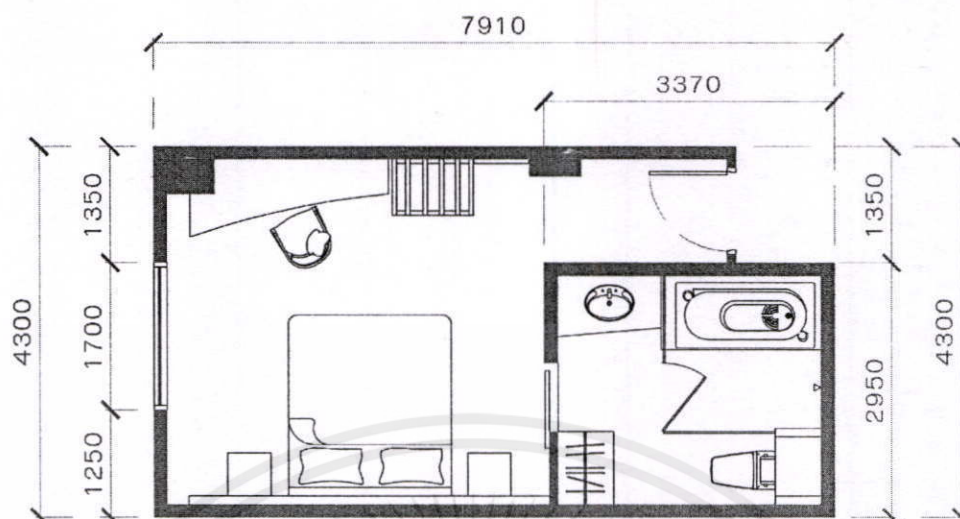


ภาพที่ 4.8 ภายในห้องแบบมาตรฐาน



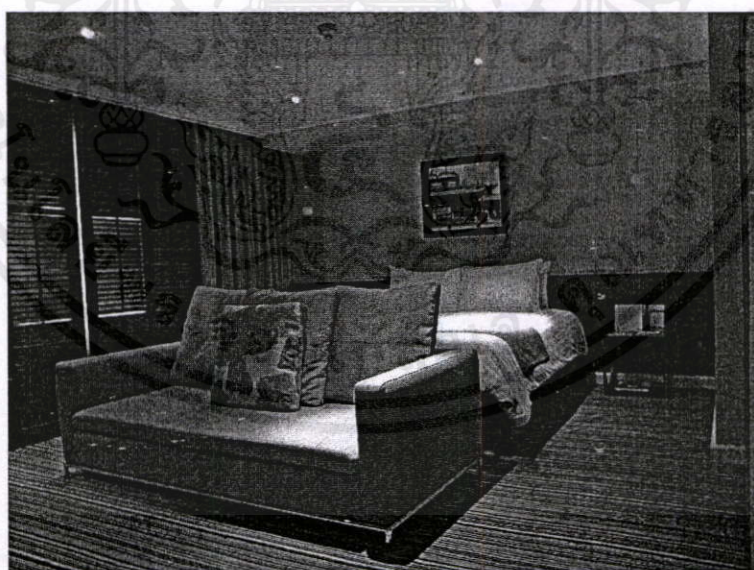
ภาพที่ 4.9 ภายในห้องแบบมาตรฐาน

เมื่อเทียบกับขนาดมาตรฐานของการออกแบบ จากการทบทวนวรรณกรรม
 รองศาสตราจารย์ มานินี ศรีสุวรรณ ได้กล่าวอ้าง Rute, Water A. Panner, Richard H. ในหนังสือ
 Hotel Planning and Design 1985, P.171 ว่าขนาดของห้องพักสำหรับโรงแรมในขนาดต่างๆ คือ
 โรงแรมขนาดเล็กมีขนาดอย่างต่ำ 3.5x 6.2 หรือ 21.7ตารางเมตร ระดับราคาปานกลางมีขนาดอย่างต่ำ
 3.5x 6.6 หรือ 23.1 ตารางเมตร ระดับชั้นหนึ่งมีขนาดอย่างต่ำ 4.1x 8.6 หรือ 35.26 ตารางเมตร ส่วน
 ระดับชั้นพิเศษมีขนาดอย่างต่ำ 4.5x 9.1 หรือ 40.95 ตารางเมตร ดังนั้นเมื่อเทียบกับขนาดห้องพักของ
 โรงแรม S15 Sukumvit Hotel นี้ ในระดับชั้นหนึ่ง ห้องพักของโรงแรมนี้มีขนาด 30.5 ตารางเมตร
 ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีขนาดใกล้เคียงกับมาตรฐาน จึงกล่าวได้ว่าโรงแรมนี้มีขนาดห้องที่ได้มาตรฐาน



ภาพที่ 4.10 ความกว้างของห้องพักแบบมาตรฐาน

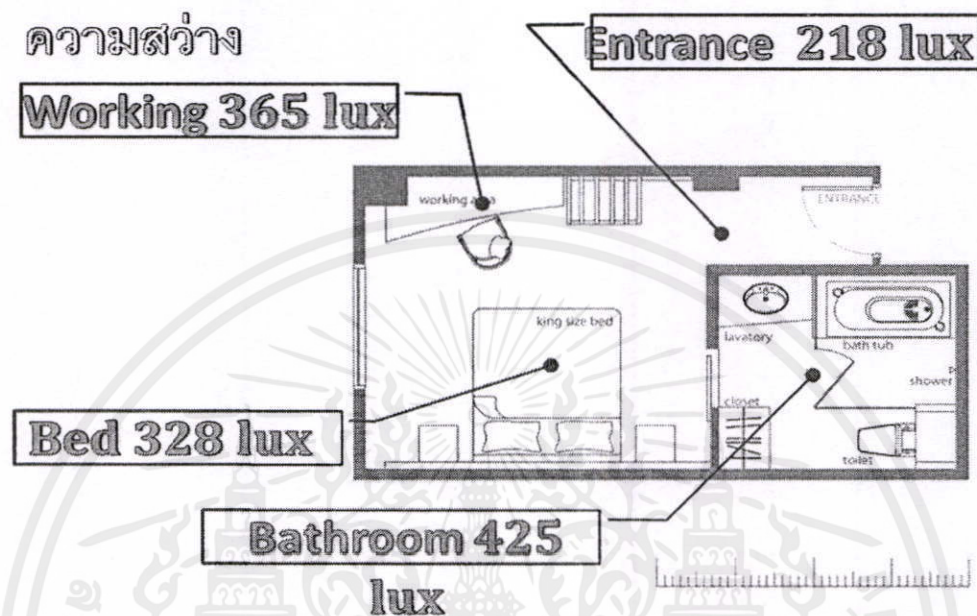
4.3.1.2 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพัก ในโรงแรม S15 Sukumvit Hotel พิจารณาจากการจัดอุปกรณ์ไฟฟ้าของห้องพักนี้เมื่อนับจำนวนของอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างแล้วพบว่ามีความมากถึง 6 จุด ทั้งนี้ยังมีจุดเสริมที่เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบตั้งพื้นและตั้งโต๊ะที่ให้แสงแบบ Indirect Light ด้วย



ภาพที่ 4.11 การจัดแสงสว่างในห้องพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการสังเกตพบว่าแสงสว่างจากอุปกรณ์ไฟฟ้าในขณะที่ไปทำการสำรวจภาคสนามพบว่ามีความสว่างมาก แม้ว่าขณะที่ทำการสำรวจจะเป็นเวลากลางวัน โดยเฉพาะการออกแบบแสงสว่างในห้องน้ำ พบว่าในโรงแรมนี้มีการจัดแสงสว่างในห้องน้ำไว้ในลักษณะที่สว่างมากโดยพิจารณาจากสายตาเปล่า แม้ว่ายังไม่ได้อัดด้วยอุปกรณ์วัดแสง

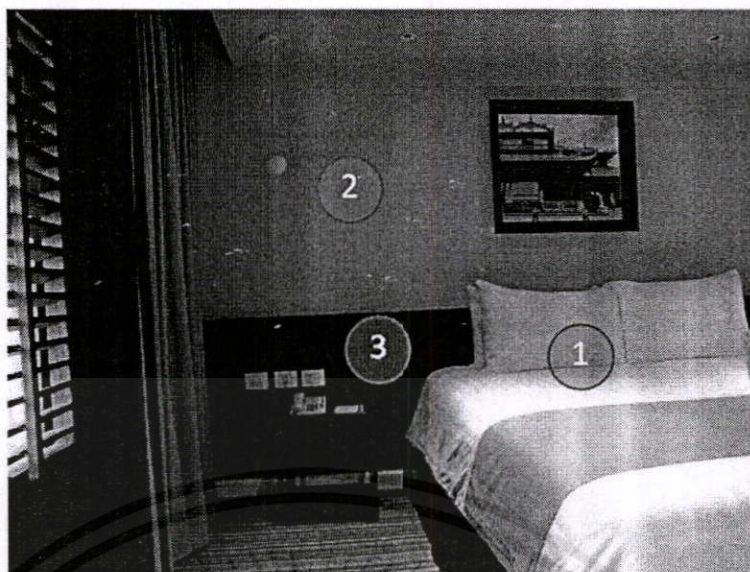


ภาพที่ 4.12 ระดับความเข้มของแสงสว่างในห้องพักแบบมาตรฐาน

เมื่อเทียบกับมาตรฐานในการออกแบบแสงสว่างเพื่อห้องพักโดยการศึกษาจากเทศเทศบัญญัติที่กำหนดมาตรฐานการให้แสงในห้องพักโรงแรมไว้ที่ต่ำสุด 100 ลักซ์ ซึ่งเป็นความสว่างในระดับที่ต่ำที่สุดที่ไม่ผิดกฎหมาย และระดับมาตรฐานที่ปกติที่มนุษย์จะสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข เมื่อตรวจสอบจากเครื่องวัดแสงที่นำไปใช้วัดที่สถานที่จริงในขณะที่ไปสำรวจภาคสนามพบว่า บริเวณที่สว่างที่สุดของห้องพักคือบริเวณเตียงนอน และห้องน้ำ ซึ่งมีความสว่างที่วัดได้สูงสุดถึง 328 และ 425 ลักซ์

4.3.1.3 โครงสี ในการตกแต่งภายใน จากการศึกษา โครงสีในการตกแต่งภายใน เมื่อนับจำนวนสีที่ปรากฏในห้องพักมีจำนวนสีเท่ากับ 3 สี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.13 โครงสีในห้องพักแบบมาตรฐาน

จากการศึกษาเรื่องการตกแต่งห้องพักโรงแรมพบว่า การตกแต่งภายในห้องพักสามารถทำได้หลายลักษณะ คือสามารถจัดโครงสี ได้ตั้งแต่ 2 สี 3 สี 4 สี หรือ 6 สี หรือมากกว่านั้น หากใช้เพียง 2 หรือ 3 สี ที่อยู่ในโทนเดียวกันของวงจรสี จะเรียกเป็นการใช้โครงสีแบบสีเดียว Monotone แต่หากใช้สีมากกว่า 3 สี และเลือกสีในโทนที่แตกต่างกัน เรียกเป็นการใช้สีแบบหลากสี Colorful พบว่าห้องพักของโรงแรมนี้มีการจัดโครงสีแบบ กลุ่มสีเดียว Monotone

4.3.2 กรณีที่ 2 โรงแรม เดอะ เบดรูมบูติก โฮเทล The Bedroom Boutique Hotel สุขุมวิท77

THE BEDROOMS BOUTIQUE HOTEL BANGKOK

เป็นโรงแรมประเภทธุรกิจ ที่ราคาประหยัด เป็นโรงแรมที่ดัดแปลงมาจากอาคารพาณิชย์ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมได้กล่าวว่า โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel เป็นโรงแรมสำหรับนักธุรกิจสมัยใหม่ ที่ต้องการพักผ่อนและในขณะเดียวกันก็ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง เมื่อพิจารณาตามแนวทางในการเลือกกรณีศึกษามีลักษณะดังนี้

4.3.2.1 ลักษณะของโรงแรม เป็นโรงแรมประเภทธุรกิจที่เน้นความสะดวกสบายในราคาที่ย่อมเยา มีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพักระยะยาว

4.3.2.2 ที่ตั้งของโรงแรม เป็นอาคาร 4 ชั้นที่ดัดแปลงมาจากอาคารพาณิชย์ ติดกับห้างคาร์ฟูลสาขาอ่อนนุช อยู่ใกล้ถนนสุขุมวิท โดยตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท 77 ที่ตั้งของโรงแรมไม่ไกลจากสถานีรถไฟฟ้า BTS อ่อนนุชสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์และ ทางเดินเท้าด้านหน้าโรงแรม

4.3.2.3 จำนวนห้องพักทั้งหมดมี 50 ห้องที่มีทั้งห้องพิเศษ(Suite) และห้องมาตรฐาน (Standard Room) ได้แบ่งเป็นห้องแบบต่างๆ 4 แบบ ห้องพิเศษขนาดใหญ่สุดเรียกว่า The Bedroom Executive Comer ห้องพิเศษขนาดกลางเรียกว่า Executive Comer ห้องพิเศษขนาดเล็กเรียกว่า Deluxe และห้องขนาดเล็กสุดเรียกว่า Superior ห้อง

4.3.2.4 ลักษณะการตกแต่งโรงแรม เป็นแบบทันสมัย หรือเรียกว่าร่วมสมัย ในแบบบูติกโฮเต็ล Boutique Hotel ขนาดของห้องมีขนาดที่จำกัดเนื่องจากเป็นโรงแรมที่ดัดแปลงมาจากอาคารพาณิชย์แบบห้องแถวมีการจัดห้องพักแบบ double load corridor

4.3.2.5 ส่วนให้บริการต่างๆ ประกอบด้วย ห้องอาหาร @ ROOM CORNER ล็อบบี้ไดจัน Lobby Lounge ที่มีบรรยากาศเหมือนร้านกาแฟ ศูนย์ธุรกิจ Business Center และ ห้องออกกำลังกาย Indoor Fitness นอกจากนี้ยังมีการบริการ อินเทอร์เน็ต ไร้สาย WiFi บริการซักรีด

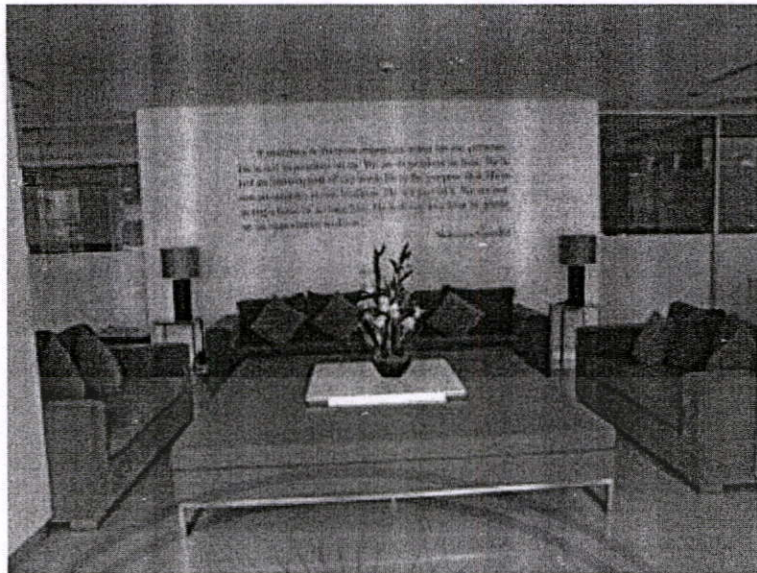
4.3.2.6 นอกจากนั้นยังมีบริการอื่นๆอีกเช่น การบริการรถรับส่ง Limousine บริการแลกเงิน Foreign Exchange service และ 24 hour Concierge & Doctor on call

4.3.2.7 สามารถติดต่อโรงแรมทางเว็บไซต์ www.thebedroombangkok.com



ภาพที่ 4.14 โถงต้อนรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.15 โถงต้อนรับ

ข้อมูลทั่วไป

ที่ตั้ง

ถนนสุขุมวิท 77 ใกล้ห้างสรรพสินค้า คาร์ฟูลอ่อนนุช

การเข้าถึง

สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์ โดยมีที่จอดรถที่ด้านหน้าโรงแรม และทางเดินเท้า และอยู่ไม่ไกลจากสถานีรถไฟฟ้า BTS โดยอยู่ห่างสถานี อ่อนนุชประมาณ 2 กิโลเมตร

ระยะเวลาเปิดกิจการ เริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2550 จนถึงเวลาที่ทำการวิจัย

โรงแรมเปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลา 9 เดือน

จำนวนห้องพัก 72 ห้อง

จำนวนพนักงาน 60 คน และระดับบริหาร 3 คน

กลุ่มลูกค้า

โรงแรมได้จำแนกกลุ่มลูกค้าเป็นสองส่วนหลักๆ คือ ลูกค้าจากตัวแทน

จำหน่าย Corporate Customer และลูกค้าจากอินเทอร์เน็ต Internet Purchase

แยกตามประเทศของผู้ที่มาพัก มีทั้ง จากประเทศในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น

มาเลเซียและ สิงคโปร์ แถบยุโรป และจากอเมริกา

แยกตามจุดประสงค์ของการมาพัก ในอัตราส่วนผู้ที่มาเพื่อพักผ่อนราว

ร้อยละ 60 และมาเพื่อทำธุรกิจราว 40

แยกตามระยะเวลาที่พัก ผู้ที่เข้าพัก 2-3 ปริมาณสูงสุด ในขณะที่ผู้ที่เข้าพัก

มากกว่า 3 วัน มีปริมาณรองลงมา

(จรงค์ พิทักษ์คุ้ม, ใส่มัธยมศึกษา, 22 มีนาคม 2551, รมพีธี ตูลวรรธน, โรงแรม The Bedroom

Boutique Hotel)

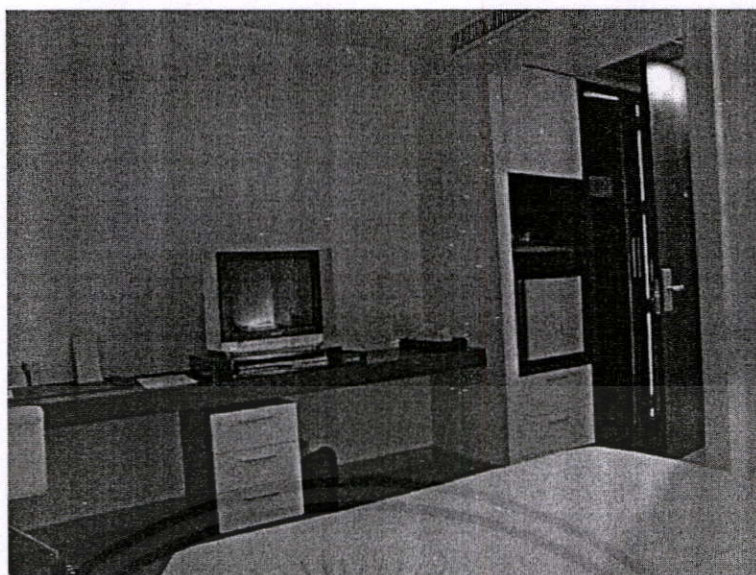
ในการศึกษาระณีศึกษาของโรงแรมนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งประเด็นความสนใจเฉพาะองค์ประกอบในการตกแต่งภายในหรือองค์ประกอบสถาปัตยกรรมภายใน ซึ่งจำกัควงไว้เฉพาะห้องพักตามเหตุผลที่ได้กล่าวไปแล้ว โดยมุ่งประเด็นหลักเพียง 3 ประเด็นของปัจจัยในการตกแต่งภายในเท่านั้น จากการสังเกต และการบันทึกในการทำการศึกษภาคสนาม Field study ได้ข้อสรุปดังนี้

4.3.2.1 ขนาดของห้อง ด้วยโรงแรม The Bedroom Bangkok Hotel เป็นโรงแรมที่เกิดขึ้นจากการดัดแปลงอาคารพาณิชย์แบบห้องแถว ดังนั้นการวางแผนผังหลักทางสถาปัตยกรรม Architectural master plan จึงถูกกำหนดขนาดและส่วนประกอบต่างๆไม่ว่าจะเป็นส่วนบริการกลาง เช่น โถงต้อนรับหรือส่วนห้องพัก มีข้อจำกัดในการวางแผน ที่สำคัญคือโครงสร้างของอาคารที่ถูกออกแบบเพื่อการใช้งานเป็นอาคารพาณิชย์โดยมีลักษณะเป็นห้องแถวตามแนวยาวเรียงต่อกัน และมีความกว้างแต่ละหน่วยประมาณห้องละ 4 เมตร ดังนั้นเมื่อทำการดัดแปลงเป็น โรงแรม การวางห้องพักที่ต้องสัมพันธ์กับทางเดินและจะต้องใช้พื้นที่ให้เหมาะสมทางเศรษฐกิจด้วย ดังนั้นลักษณะของห้องพักที่พบจากการสังเกตภาคสนามของ โรงแรมนี้มีการวางผังห้องพักแบบมีทางเดินอยู่ตรงกลาง Double loaded corridor ทำให้ห้องทุกห้องมีทางเดินจากช่องทางสัญจรทางตั้งคือบันไดและลิฟต์ซึ่งถูกกำหนดให้อยู่ปลายทางของทางเดินในแต่ละชั้นและมีห้องพักอยู่ทั้งสองด้านของทางเดิน จึงมีระยะทางสัญจรที่ไม่เท่ากัน จากการสังเกต และการสัมภาษณ์พบว่าห้องพักที่มีทั้งหมดสามแบบ มีขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน (โรงแรมเรียกว่า) Superior ขนาด 18.0 ตารางเมตร และ Deluxe Suite ขนาด 28.6 ตารางเมตร และ Corner Suite 39.8 ตารางเมตร ตามลำดับ

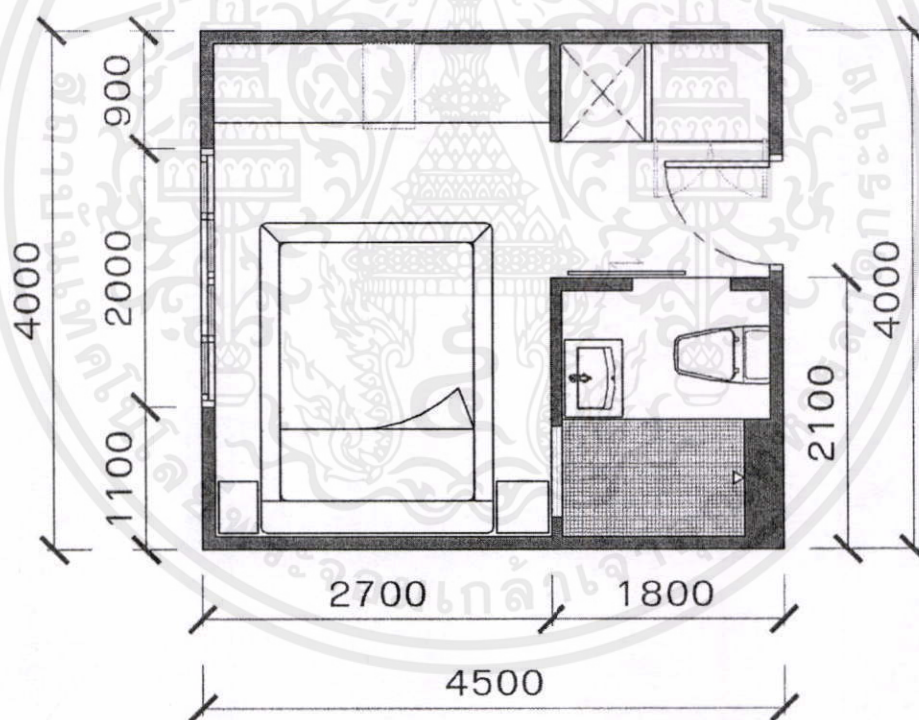


ภาพที่ 4.16 ภายในห้องแบบมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น มิใช่ผู้เอาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

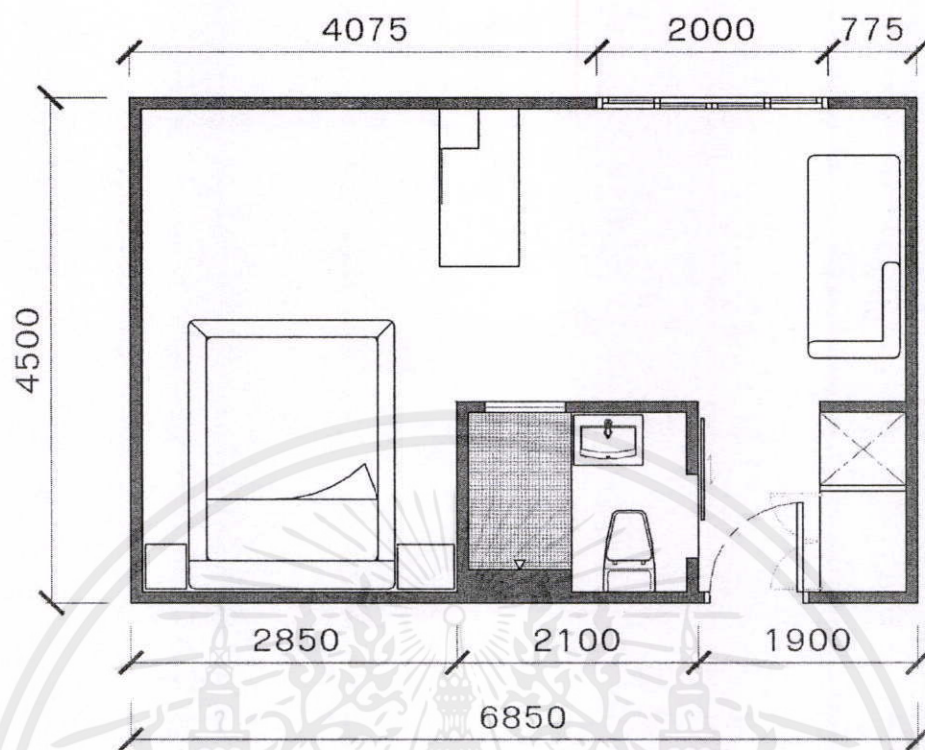


ภาพที่ 4.17 ภายในห้องแบบมาตรฐาน



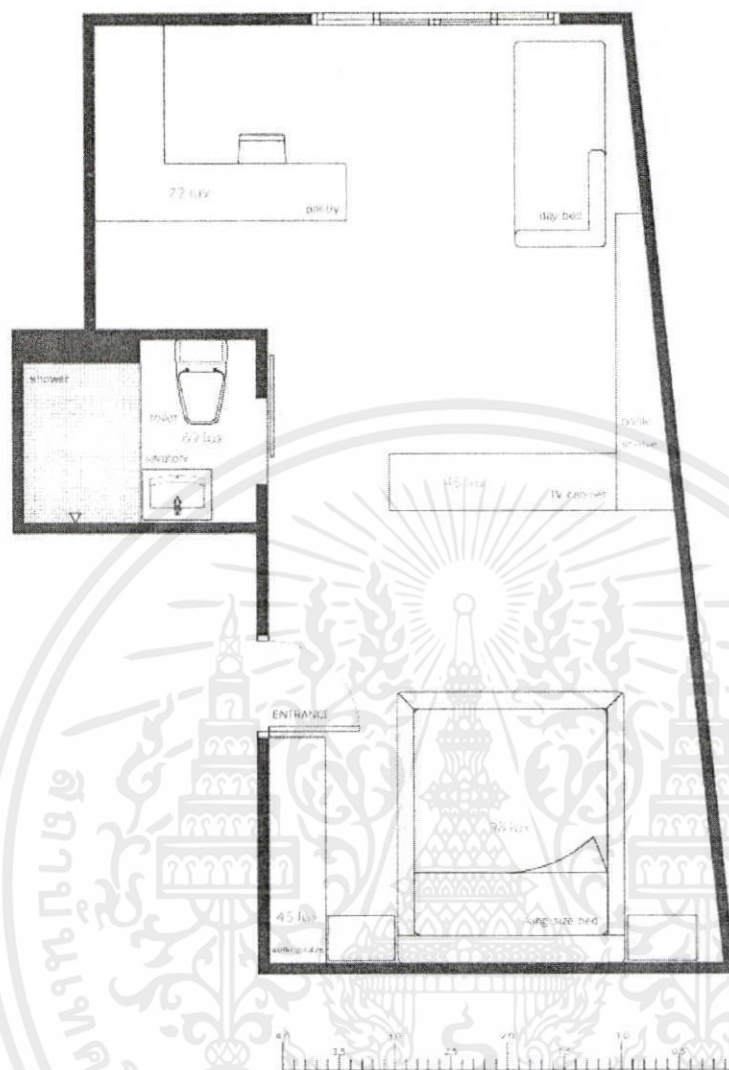
ภาพที่ 4.18 ผังห้องแบบมาตรฐาน Superior

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.19 ผังห้องแบบ Deluxe Suite

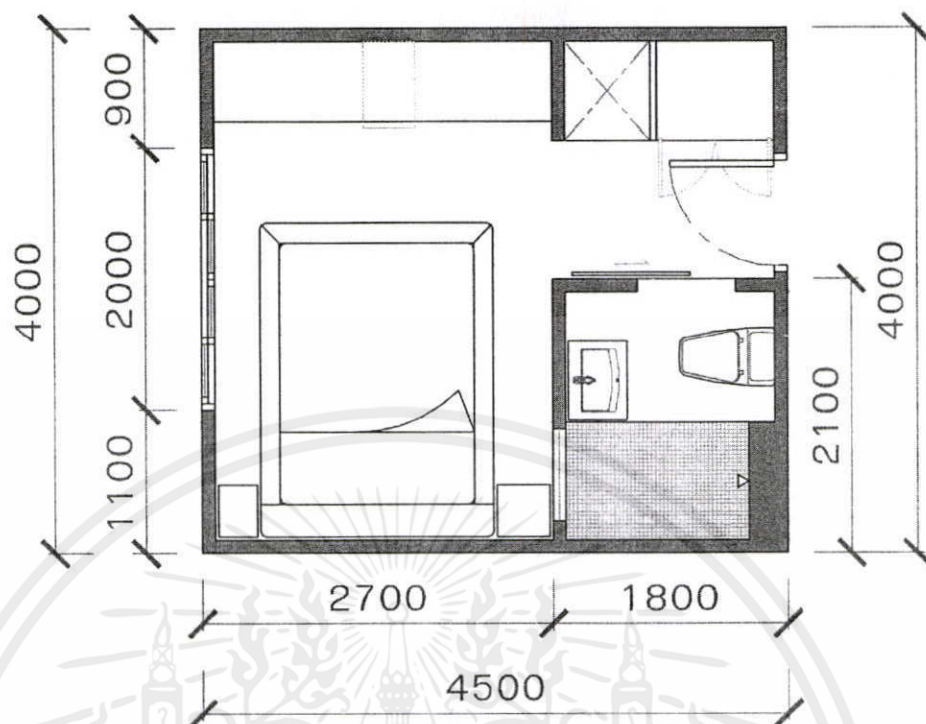
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.20 ผังห้องแบบ Corner Suite

ขนาดห้องพักของโรงแรม The Bedroom Bangkok Hotel นี้ เมื่อเทียบกับมาตรฐานห้องพักในระดับราดากูค (จากการศึกษาในการทบทวนวรรณกรรม) ที่มีขนาดห้อง 21.6 ตารางเมตร พบว่าห้องพักของโรงแรมนี้มีขนาด 18.0 ตารางเมตรซึ่งจะเห็นได้ว่ามีขนาดใกล้เคียงกับมาตรฐาน อาจจะกล่าวได้ว่าโรงแรมนี้มีขนาดห้องที่ต่ำกว่าขนาดมาตรฐานเล็กน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.21 ขนาดของห้องพักมาตรฐาน

4.3.2.2 ความเข้มของแสง เมื่อพิจารณาจากการจัดแสงในห้องพัก ในโรงแรม The Bedroom Bangkok Hotel นี้โดยนับจำนวนของอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างแล้วพบว่ามีจำนวน 4 จุด ทั้งนี้ยังมีจุดเสริมที่เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบตั้งโต๊ะสำหรับห้องแบบมาตรฐานและแบบตั้งพื้นสำหรับห้องชุด

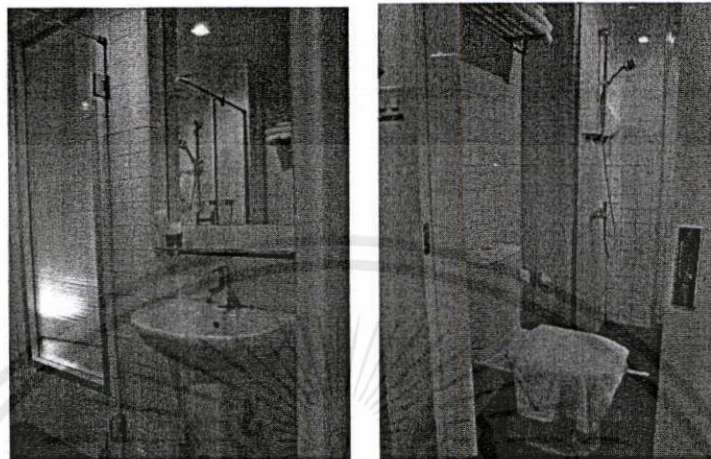


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้า

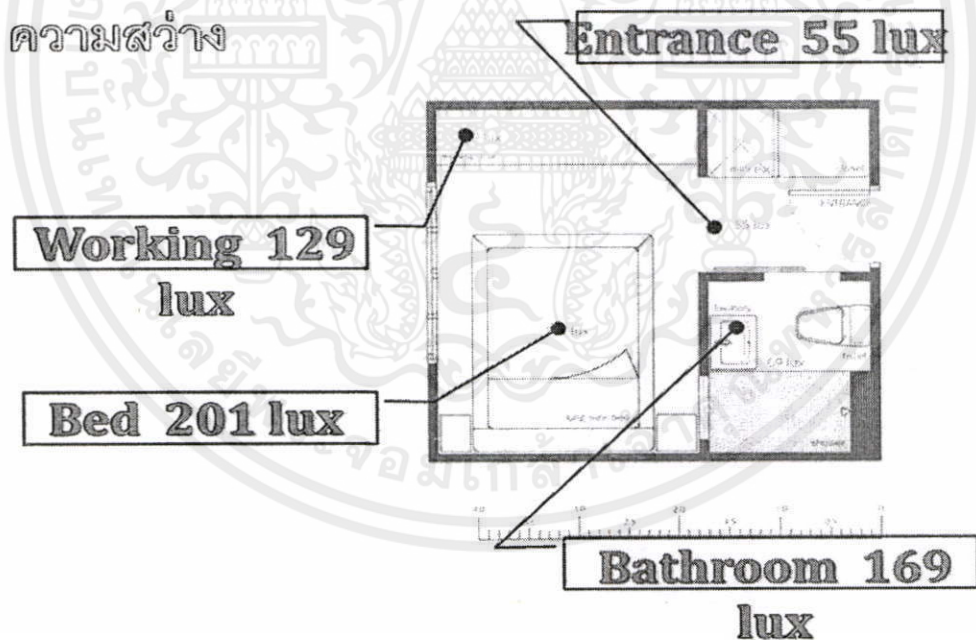
ยชน์ด้านการค้า
นำไปใช้

ภาพที่ 4.22 การจัดแสงสว่างภายในห้องพักแบบมาตรฐาน

เมื่อพิจารณาโดยใช้อุปกรณ์วัดแสง เห็นว่าห้องพักมีความสว่างปานกลาง แต่สิ่งที่น่าสนใจคือแบบของหลอดไฟฟ้า โรงแรมนี้ใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้หลอดไฟฟ้าแบบหลอดไส้ Incandescent ที่ให้แสงสีเหลือง หรือสีแดง ซึ่งแสงจากอุปกรณ์แบบนี้จะสร้างบรรยากาศให้รู้สึกอบอุ่น



ภาพที่ 4.23 การจัดแสงสว่างภายในห้องน้ำของห้องพักแบบมาตรฐาน

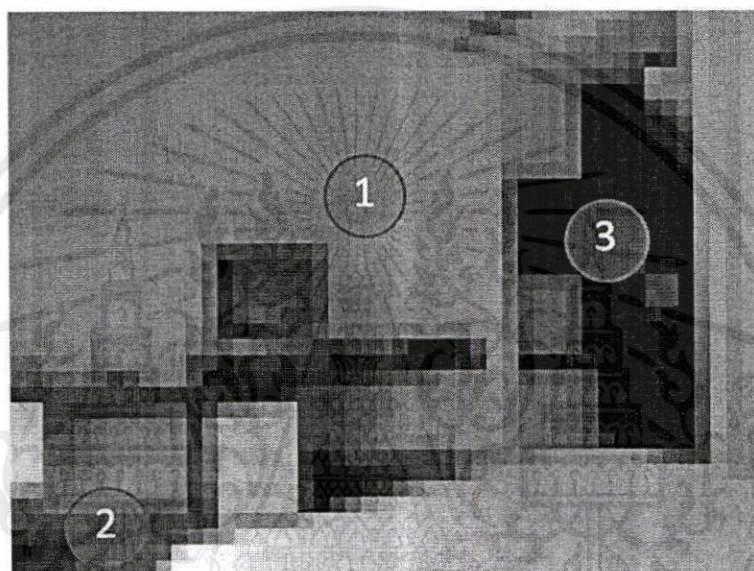


ภาพที่ 4.24 ความเข้มของแสงสว่างภายในห้องพักแบบมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปแจ้งประโยชน์ด้านการค้า
 เมื่อเทียบกับมาตรฐานในการออกแบบแสงสว่างเพื่อห้องพัก โดยการศึกษาจากประเทศ
 ไม่ว่าจะฉีกจากนั้นอีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเป็นภาษาและข้อมูลอื่น ๆ ของเอกสารที่ดำเนินการนำไปใช้
 บัญญัติที่กำหนดมาตรฐานการให้แสงในห้องพักโรงแรมไว้ที่ต่ำสุด 100 ลักซ์ ซึ่งเป็นความสว่างใน
 ระดับที่ต่ำที่สุดที่ไม่ผิดกฎหมาย และ ระดับมาตรฐานที่ปกติที่มนุษย์จะสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข

เมื่อตรวจสอบจากเครื่องวัดแสงที่นำไปใช้วัดที่สถานที่จริงในขณะที่ไปสำรวจภาคสนามพบว่า บริเวณที่สว่างที่สุดของห้องพักคือบริเวณเตียงนอน และห้องน้ำ ซึ่งมีความสว่างที่วัดได้สูงถึง 201 และ 169 ลักซ์

4.3.2.3 โครงสี ในการตกแต่งภายในห้องพักของโรงแรม The Bedroom Bangkok Hotel มีจำนวนสี ประมาณ 3 สี คือสีขาว ซึ่งเป็นสีหลักมีปริมาณสีมากที่สุด และมีสีน้ำตาลช็อคโกแลต รวมทั้งสีจากไม้ธรรมชาติ นอกจากนั้นยังมีสีจากสิ่งของตกแต่งที่เป็นสีโลหะบ้าง จากสีที่ปรากฏในการตกแต่งโรงแรมนี้สรุปได้ว่า การตกแต่งโดยใช้สีเพียง 3 สี ในกลุ่มสีที่ใกล้เคียงกัน และใช้สีที่เป็นสีกลาง (Neutral Color) เป็นการใชสีแบบ โครงสีกลุ่มเดี่ยว Monotone



ภาพที่ 4.25 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ **ภาพที่ 4.26** ตัวอย่างสีที่ปรากฏในห้องพักแบบมาตรฐาน มีการนำไปใช้

4.3.3 กรณีที่ 3 โรงแรม อิมฟิวชันสุขุมวิท Imm Fusion Sukhumvit Hotel สุขุมวิท 50

imm fusion

SUKHUMVIT

เป็นโรงแรมประเภทบูติกไฮเต็ลแนวฟิวชั่น (ลักษณะของการหลอมรวมกันของการตกแต่งแนวเอเชียกลางและการใช้ชีวิตแบบร่วมสมัย) เป็นโรงแรมราคาประหยัดสำหรับนักธุรกิจสมัยใหม่หรือนักท่องเที่ยว ที่ต้องการแปลกใหม่ที่มีลักษณะการตกแต่งภายในที่แตกต่างจากการใช้ชีวิตประจำวัน จุดเด่นที่สำคัญของโรงแรมนี้คือการตกแต่งในสไตล์ เอเชียกลาง ที่สร้างความแปลกใหม่ในการมาพัก ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการพักผ่อนและความสะดวกสบายในการเดินทาง เพราะที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้ามาก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เมื่อพิจารณาตามแนวทางในการเลือกกรณีศึกษามีลักษณะดังนี้

4.3.3.1 ลักษณะของโรงแรม เป็นโรงแรมประเภทท่องเที่ยวที่ไม่เน้นธุรกิจแต่เน้นความสะดวกสบาย และต้องการพักผ่อนในรสชาติที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน

4.3.3.2 ที่ตั้งของโรงแรม เป็นอาคาร 4 ชั้น อยู่ในย่านธุรกิจ บนถนนสุขุมวิท ที่อยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าโลตัสบนถนนสุขุมวิท โดยตั้งอยู่หน้าปากซอยสุขุมวิท 50 ที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS อ่อนนุช สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์และ ทางเดินเท้าด้านหน้าโรงแรม

4.3.3.3 จำนวนห้องพักทั้งหมดมี 79 ห้อง ได้แบ่งเป็นห้องแบบต่างๆ 4 แบบ คือ ห้องมาตรฐาน Standard ห้องพิเศษขนาดเรียกว่า Deluxe Suite ห้องพิเศษแบบเปิดต่อกันเรียกว่า Connecting Room และห้องขนาดเล็กแบบสองเตียงเรียกว่า Twin Bed Room

4.3.3.4 ลักษณะการตกแต่งโรงแรม เป็นแบบทันสมัย หรือเรียกว่าร่วมสมัย ในแบบบูติกไฮเต็ล Boutique Hotel ที่มีลักษณะเด่นคือการตกแต่งภายในโรงแรมในแบบเอเชีย ดอนกลาง โดยใช้ศิลปะอินเดียเพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ในการตกแต่งภายใน

4.3.3.5 โรงแรมเปิดทำการตั้งแต่เดือนมกราคม 2551 จึงมีระยะเวลาเปิดทำการไม่เกิน 1 ปี

4.3.3.6 ส่วนให้บริการต่างๆประกอบด้วย ห้องอาหาร Imm Fusion Restaurant ล็อบบี้เลาจน์ Lobby Lounge ศูนย์ธุรกิจ Business Center และ สปา Spa นอกจากนี้ยังมีการบริการอินเทอร์เน็ต ไร้สาย WiFi

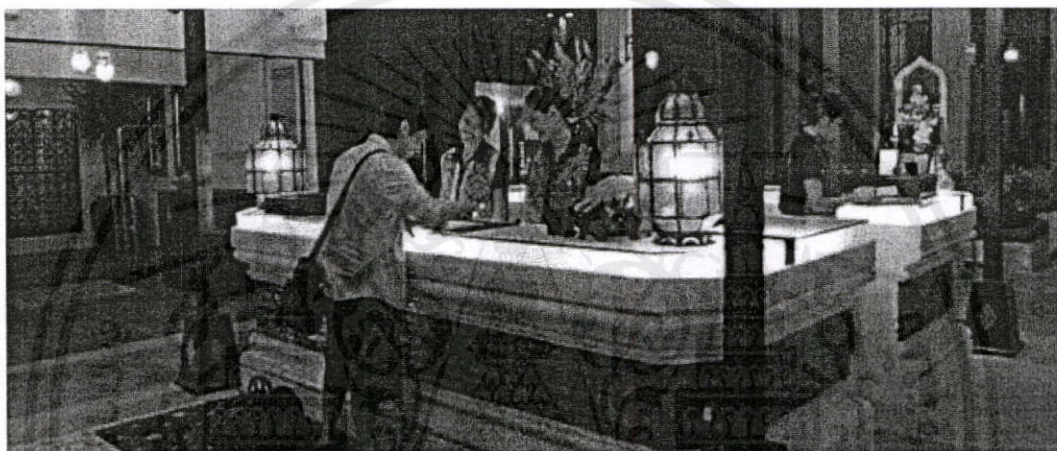
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3.7 นอกจากนั้นยังมีบริการอื่นๆอีกเช่น การบริการ เป็นที่น่าสังเกตว่าโรงแรมนี้ไม่มีที่จอดรถให้แขกที่เข้าพัก อาจจะเป็นเพราะว่าจุดเด่นประการหนึ่งของโรงแรมนี้คือที่ตั้งที่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าว่อนนุชเพียง 200 เมตร หรือระยะเวลาเดินเท้าเพียง10 นาที

4.3.3.8 ลักษณะเด่นของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel คือ ลักษณะการตกแต่งภายในที่แปลกใหม่กว่าโรงแรมอื่นๆ โดยการตกแต่งที่ใช้รูปแบบศิลปะและสถาปัตยกรรมอินเดีย รวมทั้งสิ่งประดับต่างๆที่นำมาใช้ตกแต่งภายในโรงแรม

4.3.3.9 สามารถติดต่อโรงแรมทาง เว็บไซต์

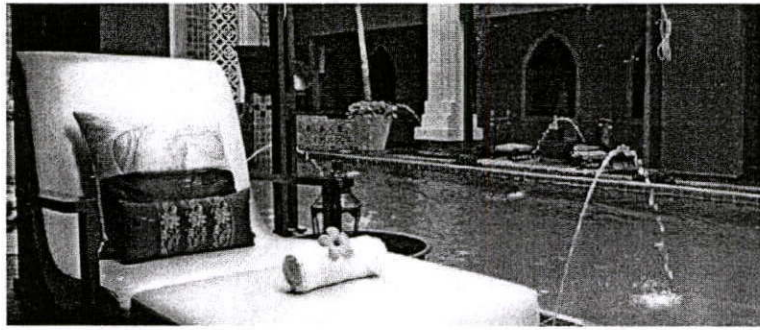
<http://www.immhotel.com/fusion-home.html>



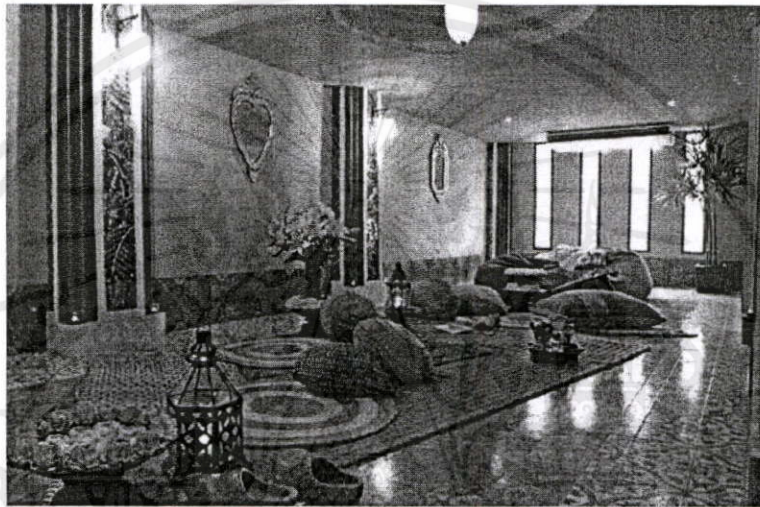
ภาพที่ 4.27 โถงต้อนรับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อ **ภาพที่ 4.28** โถงทางเข้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.29 สระว่ายน้ำภายในอาคาร



ภาพที่ 4.30 โถงพักผ่อนภายในอาคาร

ข้อมูลทั่วไป

ที่ตั้ง ถนนสุขุมวิท 50 ใกล้ห้างสรรพสินค้า เทสโกโลตัสอ่อนนุช
การเข้าถึง สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์ โดยมีที่จอดรถที่ด้านหน้าโรงแรม และ
 ทางเดินเท้า จากสถานีรถไฟฟ้า BTS อ่อนนุชประมาณ 500 เมตร
ระยะเวลาเปิดกิจการ เริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2550 จนถึงเวลาที่ทำการวิจัย
 โรงแรมเปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลา 10 เดือน

จำนวนห้องพัก 162 ห้อง

จำนวนพนักงาน 60 คน และระดับบริหาร 3 คน

กลุ่มลูกค้า โรงแรมได้จำแนกกลุ่มลูกค้าเป็นสองส่วนหลักๆคือ ลูกค้าจากตัวแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเฉพาะเท่านั้น ข้อมูลที่เห็นเป็นเพียงระเบียนด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกข้อมูลนี้ไปหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Purchase

จำหน่าย Corporate Customer และลูกค้าจากอินเทอร์เน็ต Internet

แยกตามประเทศของผู้ที่มาพัก โรงแรมเน้นผู้เข้าพัก จากประเทศในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซียและ สิงคโปร์ ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีผู้เข้าพักที่มาจากประเทศแถบยุโรป และจากอเมริกา

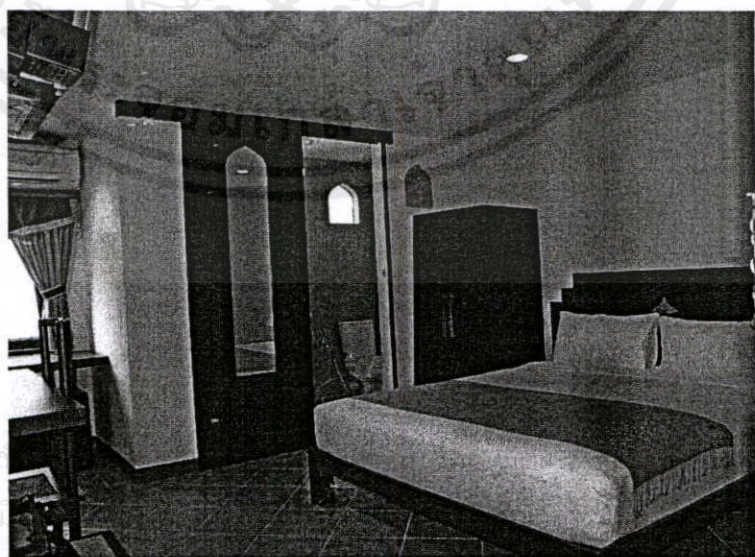
แยกตามจุดประสงค์ของการมาพัก ในอัตราส่วนผู้ที่มาเพื่อพักผ่อนราวร้อยละ 80 และมาเพื่อทำธุรกิจราวร้อยละ 20

แยกตามระยะเวลาที่พัก ผู้ที่เข้าพัก 2-3 ปริมาณสูงสุด และมีผู้ที่เข้าพักระยะยาวด้วย

(Mr. Zaki และ คุณสรณ์ญ์พงษ์,ให้สัมภาษณ์,17 มีนาคม 2551,รณพีร์ ตุลวรรณะ, โรงแรม Imm Fusion SuKhumvit Hotel)

ในการศึกษากรณีศึกษาของโรงแรมนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งประเด็นความสนใจเฉพาะองค์ประกอบในการตกแต่งภายในหรือองค์ประกอบสถาปัตยกรรมภายใน ซึ่งจำกัดวงไว้เฉพาะห้องพักตามเหตุผลที่ได้กล่าวไปแล้ว โดยมุ่งประเด็นหลักเพียง 3 ประเด็นของปัจจัยในการตกแต่งภายในเท่านั้น จากการสังเกต และการบันทึกในการทำการศึกษภาคสนาม Field study ได้ข้อสรุปดังนี้

4.3.3.1 ขนาดของห้อง โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel เป็นโรงแรมที่เกิดขึ้นจากการดัดแปลงอาคารพาณิชย์แบบห้องแถวเช่นเดียวกับโรงแรม The Bedroom Bangkok Hotel หากแต่โรงแรมนี้เป็นหมู่ตึกแถว สี่อาคารที่หันเข้าหากัน จึงมีที่ว่างตรงกลางที่เหมาะสมกับการออกแบบให้เป็นพื้นที่ส่วนกลางเช่น โถงต้อนรับ สระว่ายน้ำ ร้านอาหารและ สปา ส่วนที่เป็นห้องพักอยู่ที่ชั้น 2, 3 และ 4 การจัดวางผังห้องพัก ใช้วิธีการเดียวกันคือการจัดห้องพักอยู่ทั้งสองด้านของทางเดินเป็นการวางห้องพักแบบDouble loaded Corridor โดยมีทางสัญจรทางตั้งVertical Core ที่มีลิฟต์ และบันได โดยมีโถงลิฟต์อยู่ตรงกลางของอาคาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ

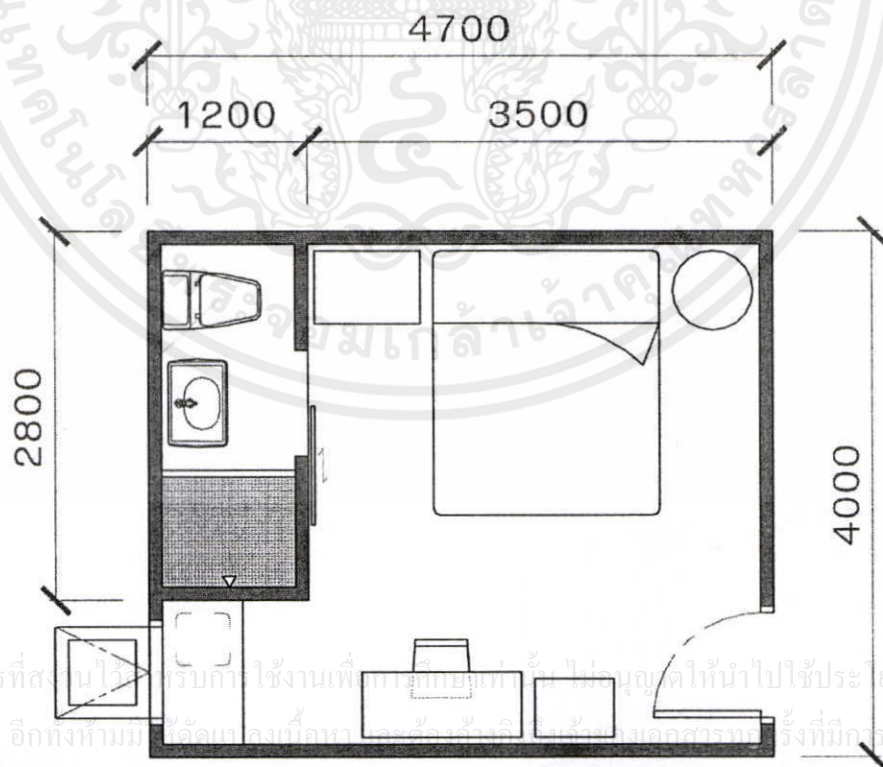
ชนด้านการค้า
นำไปใช้

ภาพที่ 4.31 ห้องพักแบบมาตรฐาน



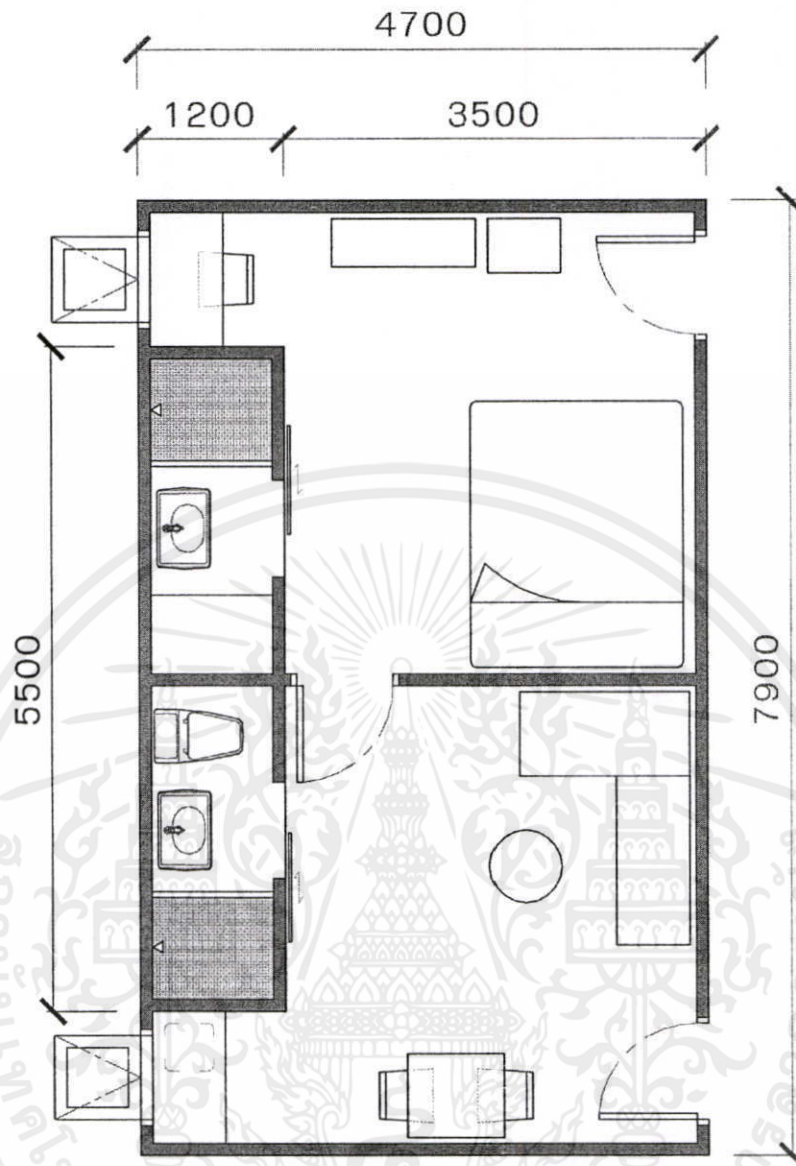
ภาพที่ 4.32 ห้องพักแบบมาตรฐาน

จากการสังเกต และการสัมภาษณ์พบว่าห้องพักที่มีทั้งหมดสี่แบบคือ ห้องแบบมาตรฐาน Standard Room ขนาด 18.8 ตารางเมตร ห้องพิเศษขนาดเรียกว่า Deluxe Suite ขนาด 37.2 ตารางเมตร ห้องพิเศษแบบเปิดต่อกันเรียกว่า Connecting Room ขนาด 18.8 ตารางเมตร และห้องขนาดเล็กแบบสองเตียงเรียกว่า Twin Bed Room ขนาด 18.8 ตารางเมตร



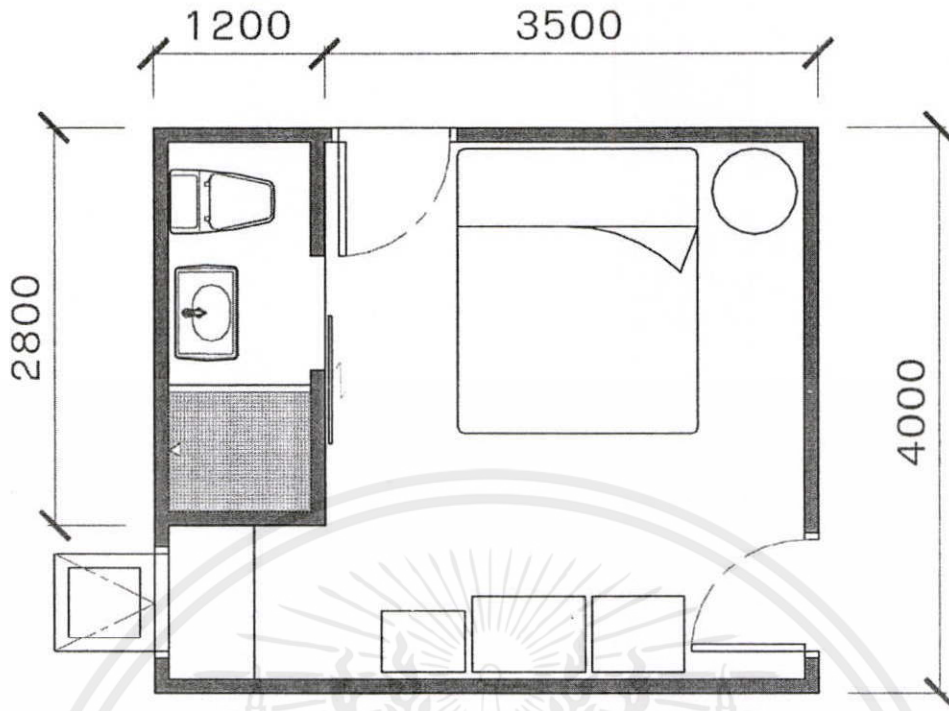
ภาพที่ 4.33 ผังของห้องพักมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้อัดแปลงเป็นเอกสารอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่

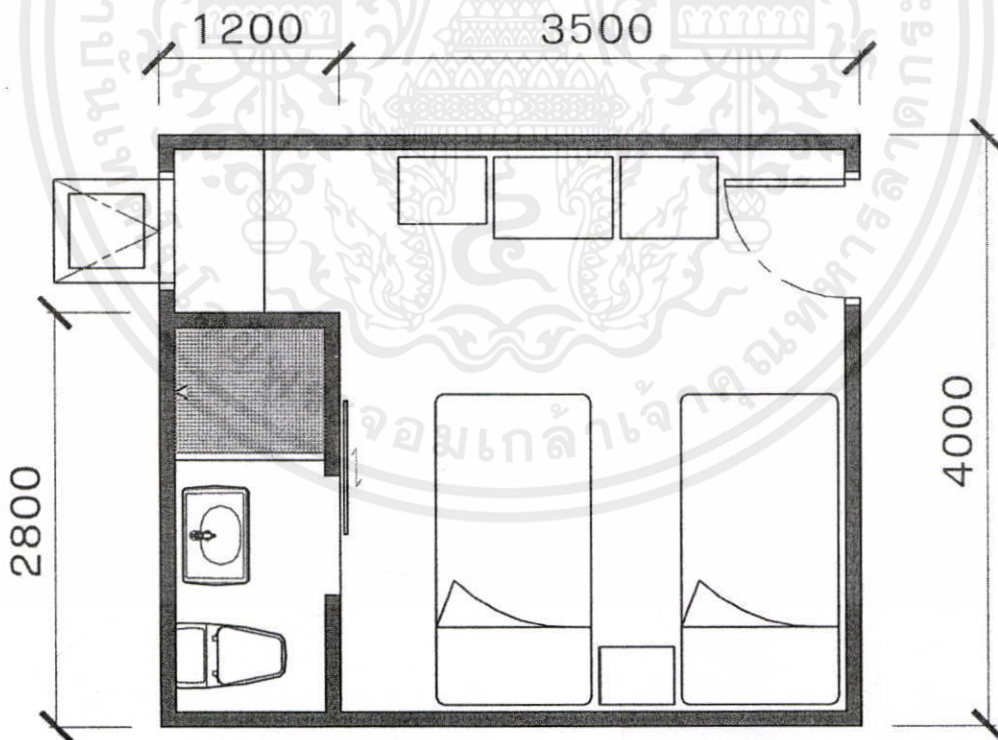


ภาพที่ 4.34 ผังของห้องแบบ Deluxe Suite

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



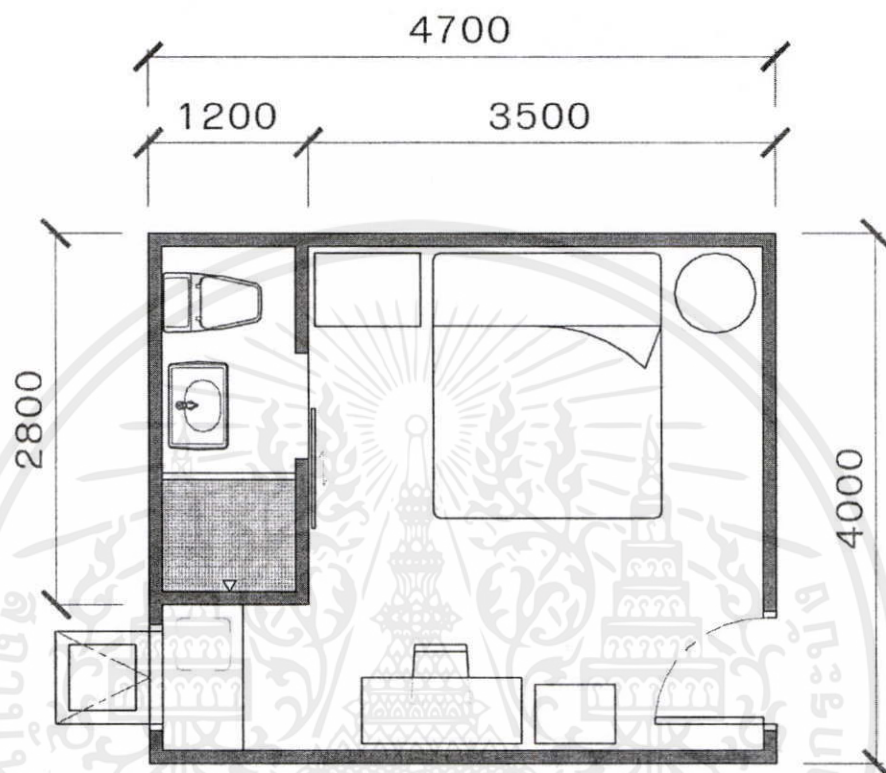
ภาพที่ 4.35 ผังของห้องแบบ Connecting Room



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.36 ผังของห้องแบบ Twin Bed Room

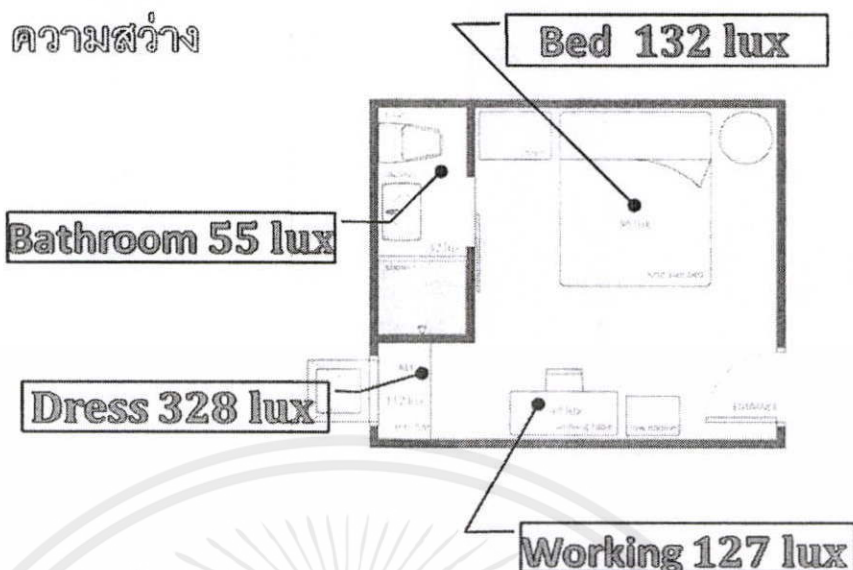
ขนาดห้องพักของโรงแรม The Bedroom Bangkok Hotel นี้ เมื่อเทียบกับมาตรฐานห้องพักในระดับราคาถูก (จากการศึกษาในการทบทวนวรรณกรรม) ที่มีขนาดห้อง 21.6 ตารางเมตร พบว่าห้องพักของโรงแรมนี้มีขนาด 18.8 ตารางเมตรซึ่งจะเห็นได้ว่ามีขนาดเล็กใกล้เคียงกับมาตรฐาน อาจจะกล่าวได้ว่าโรงแรมนี้มีขนาดห้องที่ต่ำกว่าขนาดมาตรฐานเล็กน้อย



ภาพที่ 4.37 ขนาดของห้องพักมาตรฐาน

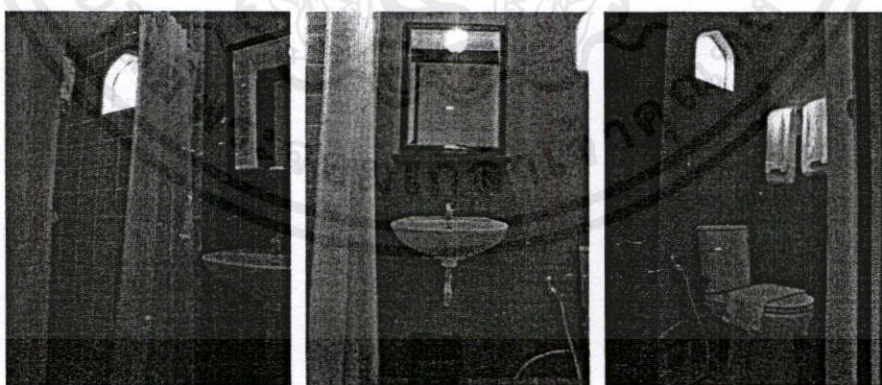
4.3.3.2 ความเข้มของแสง เมื่อพิจารณาจากการจัดแสงในห้องพัก ในโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel นี้โดยนับจำนวนของอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างแล้วพบว่ามีจำนวน 3 จุด และมีจุดเสริมที่เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบตั้งโต๊ะสำหรับห้องแบบมาตรฐานที่โต๊ะแต่งตัวอีก 1 ตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.38 ความเข้มของแสงในห้องแบบมาตรฐาน

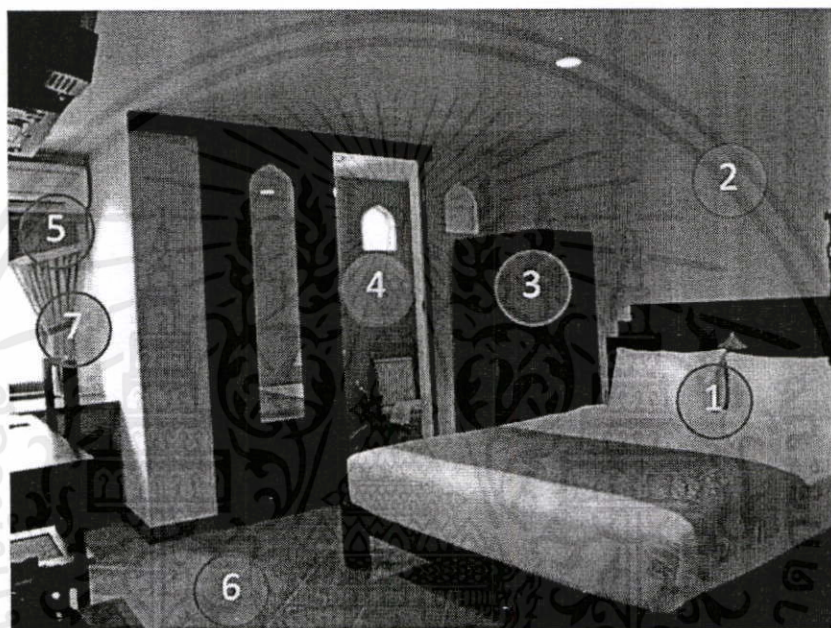
เมื่อเทียบกับมาตรฐานในการออกแบบแสงสว่างเพื่อห้องพักโดยการศึกษาจากเทศเทศบัญญัติที่กำหนดมาตรฐานการให้แสงในห้องพักโรงแรมไว้ที่ต่ำสุด 100 ลักซ์ ซึ่งเป็นความสว่างในระดับที่ต่ำที่สุดที่ไม่ผิดกฎหมาย และระดับมาตรฐานที่ปกติที่มนุษย์จะสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข เมื่อตรวจสอบจากเครื่องวัดแสงที่นำไปใช้วัดที่สถานที่จริงในขณะที่ไปสำรวจภาคสนามพบว่า บริเวณที่สว่างที่สุดของห้องพักคือบริเวณ โต๊ะทำงาน และเตียงนอน ซึ่งมีความสว่างที่วัดได้สูงสุดถึง 328 และ 132 ลักซ์ ตามลำดับ ในขณะที่ห้องน้ำไม่เน้นความสว่างมาก เพียง 55 ลักซ์



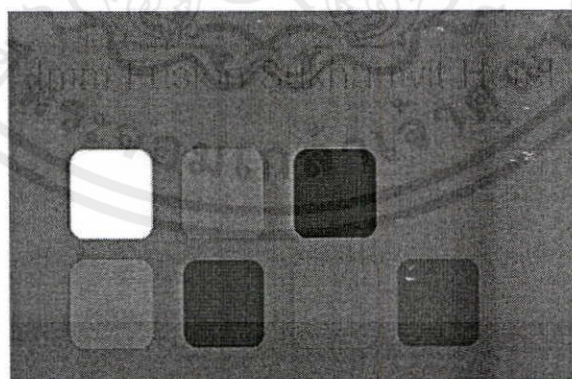
ภาพที่ 4.39 ความสว่างในห้องน้ำในห้องแบบมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3.3 โครงสีในการตกแต่งภายในห้องพักของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel มีจำนวนสี ประมาณ 7 สี คือสีขาว และ สีไข่ไก่ ซึ่งเป็นสีหลักมีปริมาณสีมากที่สุด และมีสี น้ำตาลเข้ม รวมทั้งสีจากไม้ธรรมชาติ นอกจากนั้นยังมีสีจากสิ่งของที่เป็นผ้าในสีสดเช่น สีฟ้าน้ำทะเล สีแดงหม่น และสีเหลืองอมน้ำตาลบ้าง จากสิ่งของตกแต่งที่เป็นจากสีที่ปรากฏในการตกแต่ง โรงแรมนี้สรุปได้ว่า การตกแต่งโดยใช้สีถึง 7 สี ทั้งสีที่เป็นสีกลาง(Neutral Color) และสีที่เป็นแม่สี คือแดง น้ำเงิน และ เหลือง แต่มีการลดความสดของสีด้วยการผสมสีอื่นด้วยวิธีการDilution จึงสรุปได้ว่าเป็นการใช้โครงสีสีแบบหลากสี หรือ Colorful color scheme



ภาพที่ 4.40 โครงสีในห้องแบบมาตรฐาน



ภาพที่ 4.41 จำนวนสีในห้องแบบมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนในระดับจาก 1 ถึง 5 ในปัจจัยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน ได้ผลสรุปจากแบบสอบถามเฉพาะประเด็นดังนี้

4.4.1 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆของโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยต่างที่ได้ตั้งคำถามว่า ความประทับใจน้อยเพียงใดในระดับ 1 ถึง 5 มาเทียบกันดู พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจกับการจัดแสงสว่างในห้องพักสูงที่สุด คือมีค่าเฉลี่ยถึง 4.75 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของความประทับใจในโครงสีแบบกลมกลืน Monotone เป็นอันดับที่รองลงมา และยังพบอีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจกับขนาดของห้องที่รู้สึกกว่าห้องกว้าง

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel

Descriptive Statistics

	N จำนวน	Minimum ต่ำสุด	Maximum สูงสุด	Mean ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Lighting Design	16	4	5	4.31	ประทับใจ
Luminance Dark or Bright	16	4	5	4.75	ประทับใจมาก
Color Warm or Cold	16	3	5	3.94	ประทับใจ
Colorful Monotone	16	3	5	4.63	ประทับใจมาก
Space Tiny or Spacious	16	3	5	4.19	ประทับใจมาก
Space Narrow or Wide	16	3	5	4.19	ประทับใจมาก
Style Classic or Modern	16	2	4	3.06	ประทับใจ
Style Old fashion or Contemporary	16	3	5	3.94	ประทับใจ
Style Typical or Unique	16	3	5	4.12	ประทับใจมาก
Style Formal or Informal	16	3	3	3.00	ประทับใจ
Style Casual or Elegant	16	3	4	3.69	ประทับใจ
Furniture	16	4	5	4.56	ประทับใจมาก
Furniture Styling	16	3	4	3.75	ประทับใจ
of Furniture	16	3	3	3.00	ประทับใจ
Furniture Sizing	16	3	3	3.00	ประทับใจ
Valid N (listwise)	16				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ กรุณาแจ้งให้ทราบก่อนการเผยแพร่เอกสารสู่สาธารณะ

4.4.2 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆของโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel เมื่อนำค่าเฉลี่ย ความประทับใจ มาเทียบกันดู พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจโครงสร้างแบบกลมกลืน Monotone สูงที่สุด คือมีค่าเฉลี่ยถึง 4.10 ในขณะที่ ค่าเฉลี่ยของความประทับใจกับโครงสร้างที่เป็น Warm Tone Color ในห้องพักเป็นอันดับที่รองลงมา และยังพบอีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจกับรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ และสไตล์ของการตกแต่งที่เป็นแนวร่วมสมัย

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆของโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel

Descriptive Statistics

	N จำนวน	Minimum ต่ำสุด	Maximum สูงสุด	Mean ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Lighting	31	2	5	3.10	ประทับใจ
Color Warm or Cold	31	2	5	3.45	ประทับใจ
Colorful Monotone	31	2	5	4.10	ประทับใจมาก
Space Tiny or Spacious	31	1	5	3.32	ประทับใจ
Space Narrow or Wide	31	0	5	3.29	ประทับใจ
Style Classic or Modern	31	1	5	3.32	ประทับใจ
Style Old fashion or Contemporary	31	1	5	3.68	ประทับใจ
Style Typical or Unique	31	2	5	3.39	ประทับใจ
Style Formal or Informal	31	2	5	3.10	ประทับใจ
Style Casual or Elegant	31	2	4	3.13	ประทับใจ
Furniture	31	2	5	3.97	ประทับใจ
Furniture Styling	31	0	5	2.84	ปานกลาง
Number of Furniture	31	1	4	2.90	ปานกลาง
Furniture Sizing	31	1	4	3.10	ประทับใจ
Valid N (listwise)	31				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.3 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

เมื่อนำค่าเฉลี่ย ความประทับใจ มาเทียบกันดู พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจโครงสร้างที่ให้ ความรู้สึกอบอุ่น Warm tone color สูงที่สุด คือมีค่าเฉลี่ยถึง 4.19 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของความ ประทับใจใน รูปแบบการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยที่รองลงมา

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยความประทับใจในปัจจัยต่างๆ ของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	ความหมาย
	จำนวน	ต่ำสุด	สูงสุด	ค่าเฉลี่ย	
Luminance Dark or Bright	16	2	4	3.12	ประทับใจ
Color Warm or Cold	16	2	5	4.19	ประทับใจมาก
Colorful or Monotone	16	1	4	2.06	ปานกลาง
Space Tiny or Spacious	16	1	3	1.62	ไม่ประทับใจ
Space Narrow or Wide	16	1	5	2.50	ปานกลาง
Style Classic or Modern	16	3	4	3.31	ประทับใจ
Style Old fashion or Contemporary	16	2	4	3.00	ประทับใจ
Style Typical or Unique	16	2	5	3.88	ประทับใจ
Style Formal or Informal	16	2	4	3.00	ประทับใจ
Style Casual or Elegant	16	2	3	2.56	ปานกลาง
Furniture	16	2	5	2.81	ปานกลาง
Furniture Styling	16	2	3	2.56	ปานกลาง
Number of Furniture	16	2	3	2.56	ปานกลาง
Furniture Sizing	16	2	3	2.44	ปานกลาง
Valid N (listwise)	16				

นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความกว้างของห้องมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าห้องมีขนาดค่อนข้างมีขนาดคับแคบ (Quite Tiny)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัย

ในบทที่ 5 นี้เป็นการนำผลการวิจัยที่ได้มาจากขั้นตอนก่อนหน้านี้มาทำการวิเคราะห์และสรุปผลเป็นแนวทางในการออกแบบ จากการศึกษาโดยวิธีการวิจัยทั้งการใช้แบบสอบถามและการสำรวจ และสังเกตแบบการประเมินผลหลังการใช้งาน Post Occupation Evaluation เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์อย่างมีระบบและใช้หลักการทางสถิติมาวิเคราะห์

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัย

จากการแบบสอบถามสามารถวิเคราะห์ข้อมูลต่างได้ดังนี้

5.1.1 ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 ในส่วนของเครื่องมือในการวิจัย โดยกล่าวถึงคำถามในแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อถามว่าชอบ โรงแรมนี้หรือไม่ (Do you like this hotel?) มีผู้ตอบตามตารางนี้

5.1.1.1 โรงแรมS15 Sukhumvit Hotel

ตารางที่ 5.1 ความประทับใจในโรงแรมS15 Sukhumvit Hotel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes	15	93.8	93.8	93.8
	No	1	6.2	6.2	100.0
	Total	16	100.0	100.0	

มีผู้ตอบว่าชอบ15 คน และ ไม่ชอบ 1คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 ต่อ 6.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.1.2 โรงแรม The Bedroom Boutique Sukhumvit Hotel

ตารางที่ 5.2 ความประทับใจในโรงแรม The Bedroom Boutique Sukhumvit Hotel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes	26	83.9	83.9	83.9
	No	5	16.1	16.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

มีผู้ตอบว่าชอบ 26 คน และ ไม่ชอบ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 ต่อ 16.1

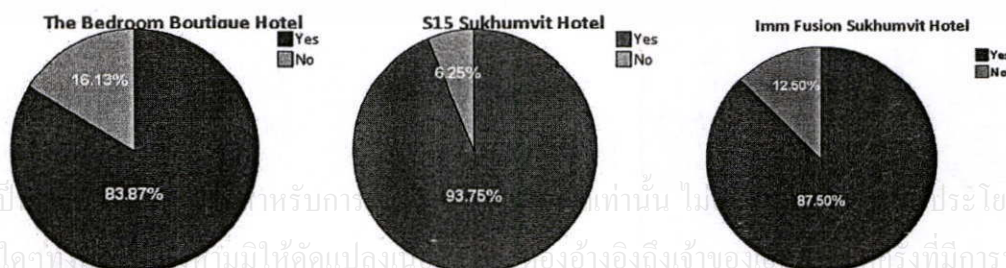
5.1.1.3 โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

ตารางที่ 5.3 ความประทับใจในโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes	14	87.5	87.5	87.5
	No	2	12.5	12.5	100.0
	Total	16	100.0	100.0	

มีผู้ตอบว่าชอบ 14 คน และ ไม่ชอบ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 ต่อ 12.5

เปรียบเทียบเป็นผลจากคำถามด้านความประทับใจของทั้งสามโรงแรมเป็นกราฟรูปวงกลม
ได้ดังนี้



ภาพที่ 5.1 กราฟรูปวงกลมเปรียบเทียบความประทับใจในโรงแรมทั้งสาม

จากคำถามนี้ว่า ชอบโรงแรมนี้หรือไม่ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับโรงแรมนี้ การที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าจะมาใช้บริการอีก แสดงว่าผู้ใช้บริการนั้นมีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Repurchase Behavior) หรือการเป็นลูกค้าผู้ภักดี (Loyal Customer) สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความประทับใจในโรงแรมที่เข้าพัก

5.2 การเปรียบเทียบโอกาสเกิดการซื้อซ้ำ

ในคำถามต่อมาเมื่อถามว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่ (Will you come to this hotel again?) มีการตอบคำถามดังนี้

5.2.1 โรงแรมS15 Sukhumvit Hotel

ตารางที่ 5.4 การซื้อซ้ำโรงแรมS15 Sukhumvit Hotel

Repurchase

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes	14	87.5	87.5	87.5
	No	2	12.5	12.5	100.0
Total		16	100.0	100.0	

มีผู้ตอบว่าจะกลับมาอีก 14 คน และ ไม่กลับมา 2 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 ต่อ 12.5

5.2.2 โรงแรม The Bedroom Boutique Sukhumvit Hotel

ตารางที่ 5.5 การซื้อซ้ำโรงแรม The Bedroom Boutique Sukhumvit Hotel

Repurchase

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes	24	77.4	77.4	77.4
	No	7	22.6	22.6	100.0
Total		31	100.0	100.0	

มีผู้ตอบว่าจะกลับมาอีก 24 คน และ ไม่กลับมา 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 ต่อ 22.6

5.2.3 โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

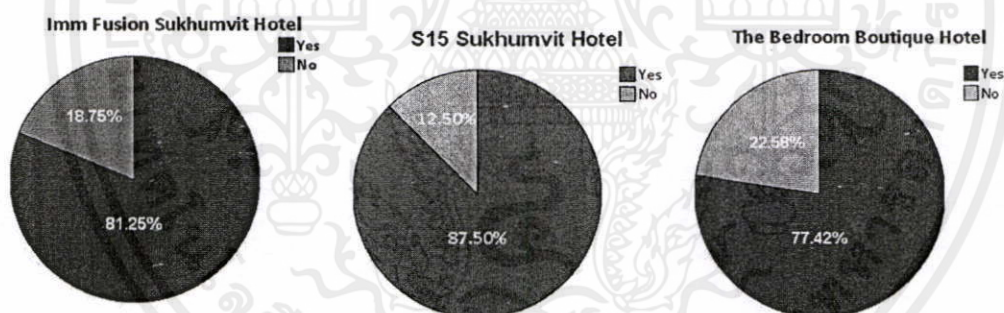
ตารางที่ 5.6 การซื้อซ้ำโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

Repurchase

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes	13	81.2	81.2	81.2
	No	3	18.8	18.8	100.0
Total		16	100.0	100.0	

มีผู้ตอบว่าชอบ 13 คน และ ไม่ชอบ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 81.2 ต่อ 18.8

เปรียบเทียบผลจากการตอบคำถามเรื่อง โอกาสการมาซื้อซ้ำของทั้งสาม โรงแรม ได้เป็นกราฟ รูปขนมพายได้ดังนี้



ภาพที่ 5.2 กราฟรูปพายเปรียบเทียบลูกค้าที่มีโอกาสซื้อซ้ำ

จากคำถามนี้ว่า จะกลับมาใช้บริการของโรงแรมนี้อีกหรือไม่ แสดงว่าผู้ให้บริการนั้นมีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Repurchase Behavior) หรือการเป็นลูกค้าผู้ภักดี (Loyal Customer) สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโอกาสมากที่จะกลับมาใช้บริการอีก หรือกลับมาซื้อซ้ำ

5.3 การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น เพื่อจะยืนยันว่าความประทับใจมีความเป็นไปได้ในการก่อเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ของกรณีศึกษาทั้งสามนี้ จึงนำข้อมูลทั้งสองส่วนนี้มาหาค่าความสัมพันธ์ พบว่าความเป็นไปได้ระหว่างความประทับใจ (ซึ่งเป็นคำตอบจากคำถามว่าชอบโรงแรมนี้หรือไม่) กับ ความตั้งใจจะซื้อซ้ำ (ซึ่งเป็นคำตอบ

จากคำถามว่าจะกลับมาใช้บริการของโรงแรมนี้อีกหรือไม่) มีค่านัยสำคัญ ต่ำกว่า 0.05 คือ 0.00 หมายความว่าลูกค้าที่ประทับใจมีความเป็นไปได้กลับมาซื้อซ้ำ จากตารางการหาความเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามว่าประทับใจและไม่ประทับใจ ด้วยวิธีการทางสถิติ แบบ Analysis of Variance : One Way ANOVA

ตารางที่ 5.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความประทับใจกับความตั้งใจจะซื้อซ้ำ

ANOVA

Repurchase	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	92.681	3	30.894	131.941	.000
Within Groups	12.878	55	.234		
Total	105.559	58			

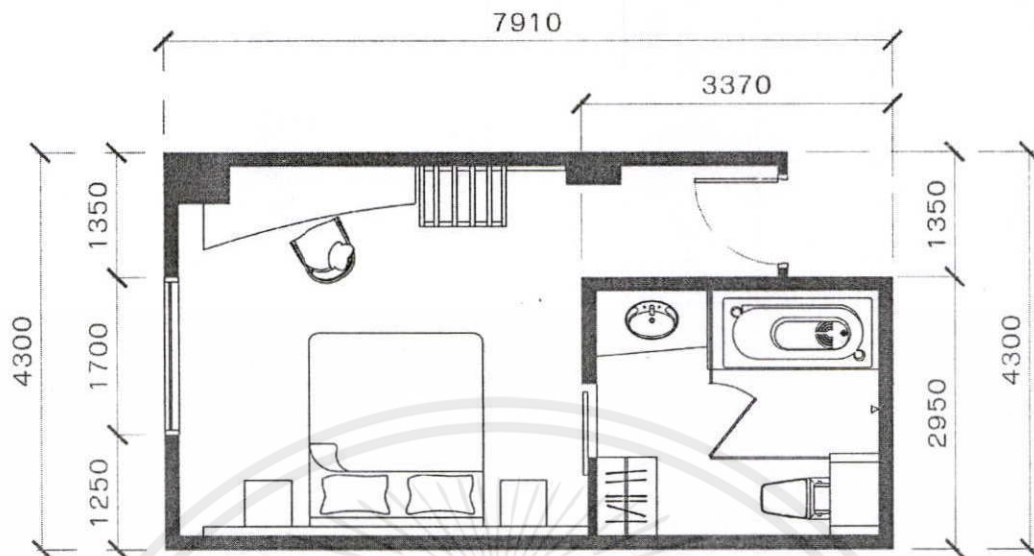
5.4 การเปรียบเทียบข้อมูลทางกายภาพของกรณีศึกษา

ในการวิจัยที่เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ แบบการประเมินผลหลังการใช้งาน Post Occupation Evaluation : POE กับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และการวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำมาสรุปเปรียบเทียบกันตามทฤษฎีการหาความจริงแบบสามเส้า Triangulation Theory

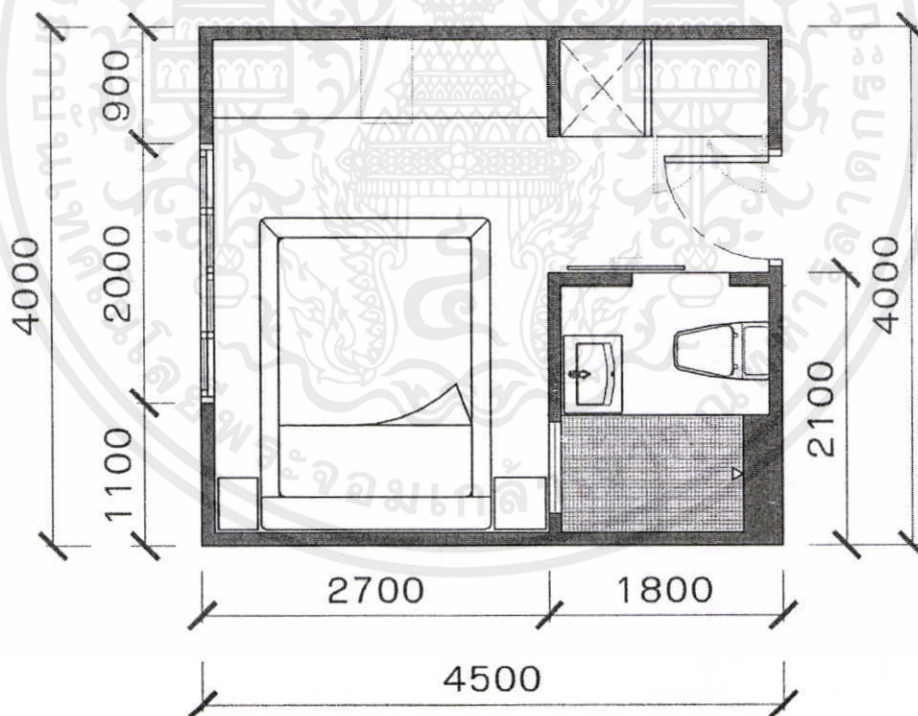
5.4.1 ขนาดของห้อง

ขนาดของห้องพักแบบมาตรฐานที่ได้จากการสำรวจด้วยการวัดและการสังเกต ทั้งสามโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

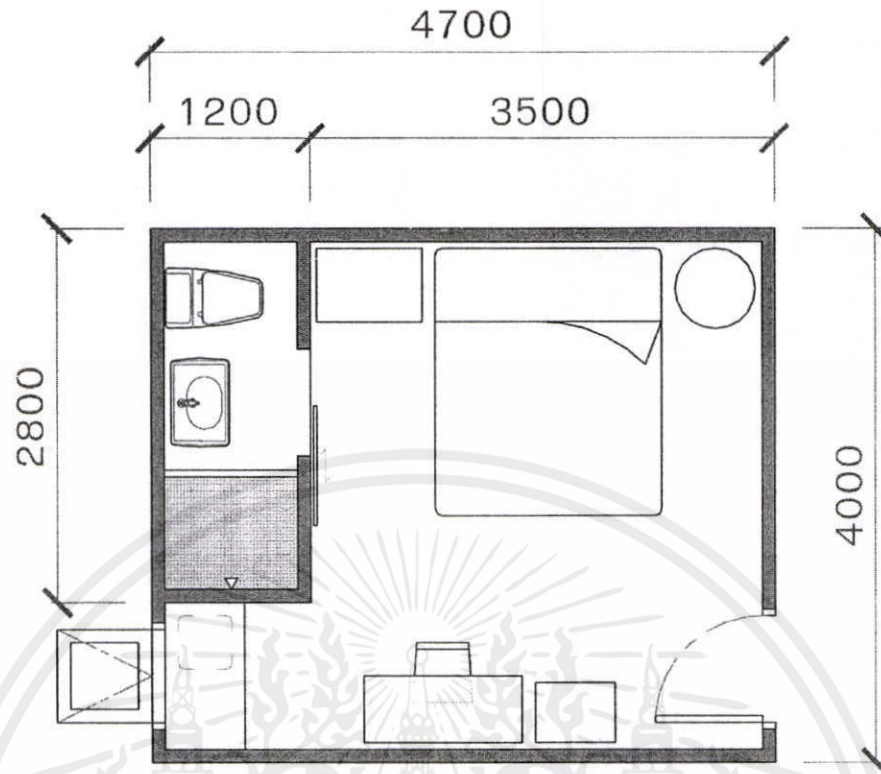


ภาพที่ 5.3 ขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel



ภาพที่ 5.4 ขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.5 ขนาดห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

เมื่อนำข้อมูลทั้งสามด้านมาเปรียบเทียบกันตามตารางดังนี้

ตารางที่ 5.8 การเปรียบเทียบขนาดห้องกับข้อมูลแบบสามเส้า

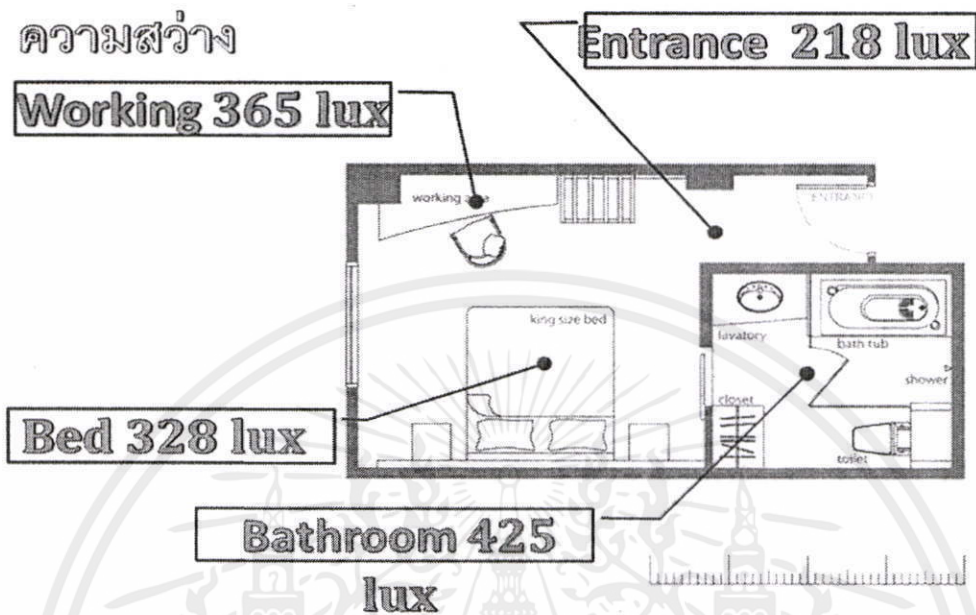
ขนาดห้อง (ตารางเมตร)	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
ทบทวนวรรณกรรม	โรงแรมขนาดเล็ก 20 – 30 ตารางเมตร		
POE	30.5	18.0	18.8
Questionnaire (ค่าเฉลี่ย : ระดับ 1 ถึง 5)	4.19	3.32	1.62

จากตารางสามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับห้องที่มีขนาดกว้าง ตามข้อมูลที่ได้จากการศึกษาโดยการทบทวนวรรณกรรม นั่นคือมีขนาดของห้องประมาณ 30 ตารางเมตร

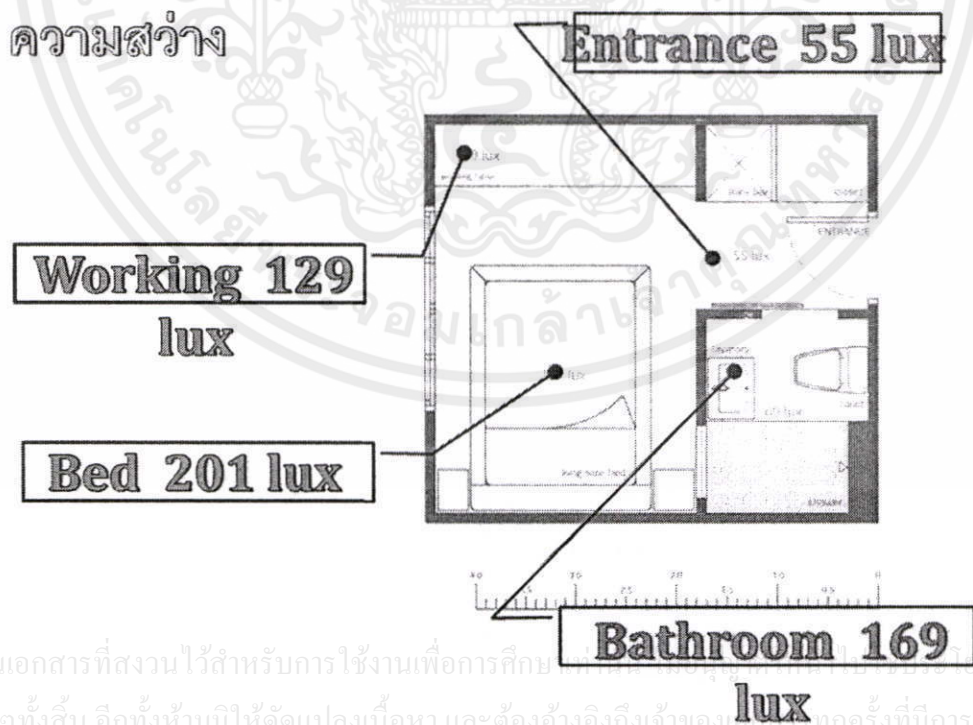
ขึ้นไป ดังจะเห็นได้จากตารางว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากโรงแรม S15 ที่พักในห้องมาตรฐานขนาด 30.5 ตารางเมตร มีความประทับใจที่มีค่าเฉลี่ยถึง 4.19 จากระดับคะแนน 1-5

5.4.2 ความเข้มของแสงสว่าง

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโรงแรมกรณีศึกษา โดยการใช้เครื่องมือวัดแสง

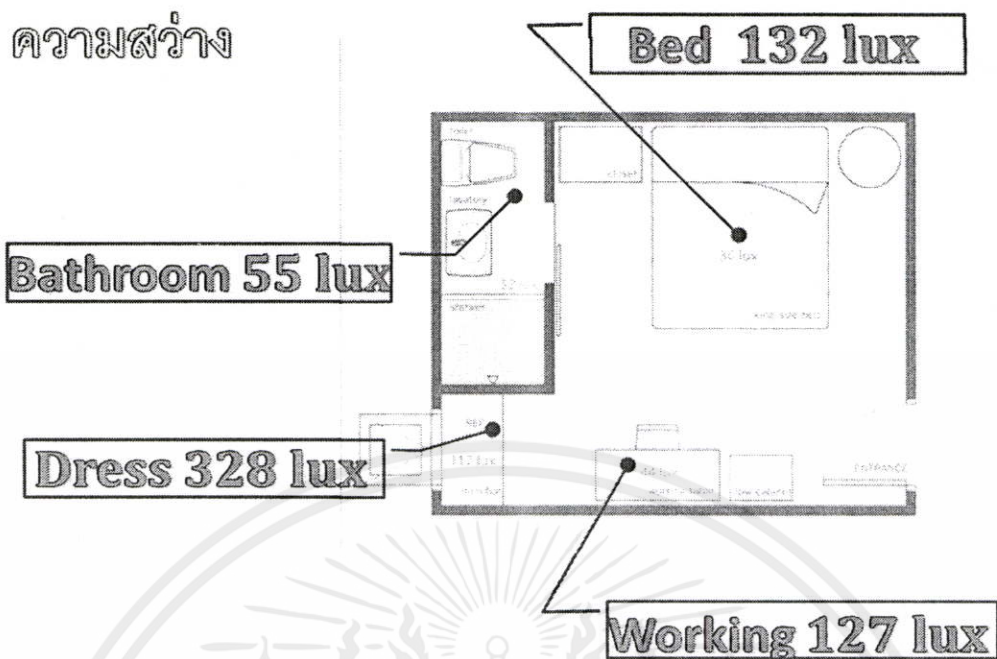


ภาพที่ 5.6 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel



ภาพที่ 5.7 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่หรือใช้เพื่อการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.8 ความเข้มของแสงสว่างในห้องพักโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

จากการสังเกต อุปกรณ์ไฟฟ้า และจำนวนที่ติดตั้งตามตารางนี้

ตารางที่ 5.9 การเปรียบเทียบอุปกรณ์แสงสว่าง

อุปกรณ์แสงสว่าง	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
จำนวนจุด	6	4	3
แบบของอุปกรณ์ไฟฟ้า	Incandescent 12 V. 50 Watts.	Incandescent 220 V. 40 Watts	Compact Fluorescent 18 Watts.

เมื่อนำข้อมูลทั้งสามด้านมาเปรียบเทียบกันตามตารางดังนี้

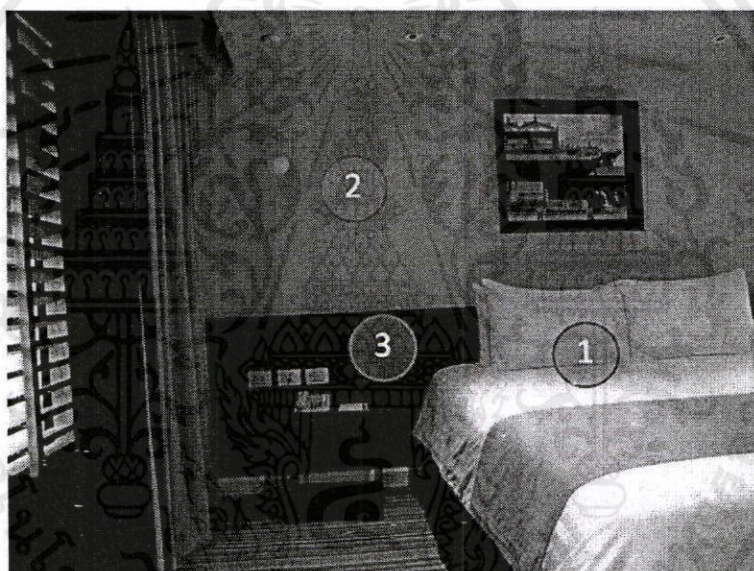
ตารางที่ 5.10 การเปรียบเทียบความสว่างกับข้อมูลแบบสามเส้า

ความสว่าง (Lux)	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
ทบทวนวรรณกรรม	อย่างต่ำ 100 Lux ตามเทศบัญญัติและ 300 Lux เฉพาะจุด		
POE	328	155	132
Questionnaire (ค่าเฉลี่ย : ระดับ 1 ถึง 5)	4.75	3.10	3.12

จากรายงานสามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับห้องที่มีความเข้มของแสงสว่างสูง ตามข้อมูลที่ได้จากการศึกษาโดยการทบทวนวรรณกรรม นั่นคือมีความเข้มของแสงอย่างต่ำ 100 Lux ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และในบริเวณที่ใช้งานเฉพาะ 300 Lux (วิศวกรรมการส่องสว่าง (Illumination Engineering), ศุติ บรรจงจิตร ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับห้องที่มีความเข้มของแสงสว่างสูงกว่า 300 Lux. ดังจะเห็นได้จากตารางว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากโรงแรม S15 ที่พักในห้องมาตรฐานที่มีความเข้มของแสงสว่างเฉลี่ย 328 Lux. มีความประทับใจที่มีค่าเฉลี่ยถึง 4.75 จากระดับคะแนน 1-5

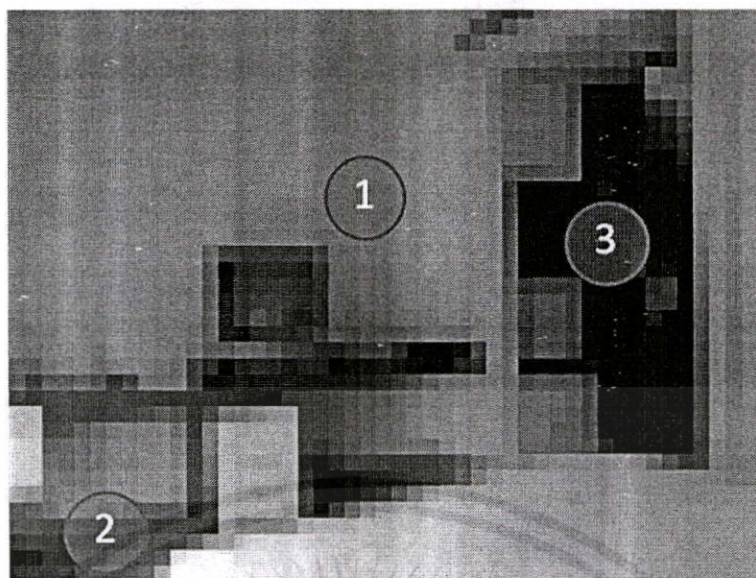
5.4.3 โครงสี

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโรงแรมกรณีศึกษา โดยการใช้กล้องถ่ายรูป

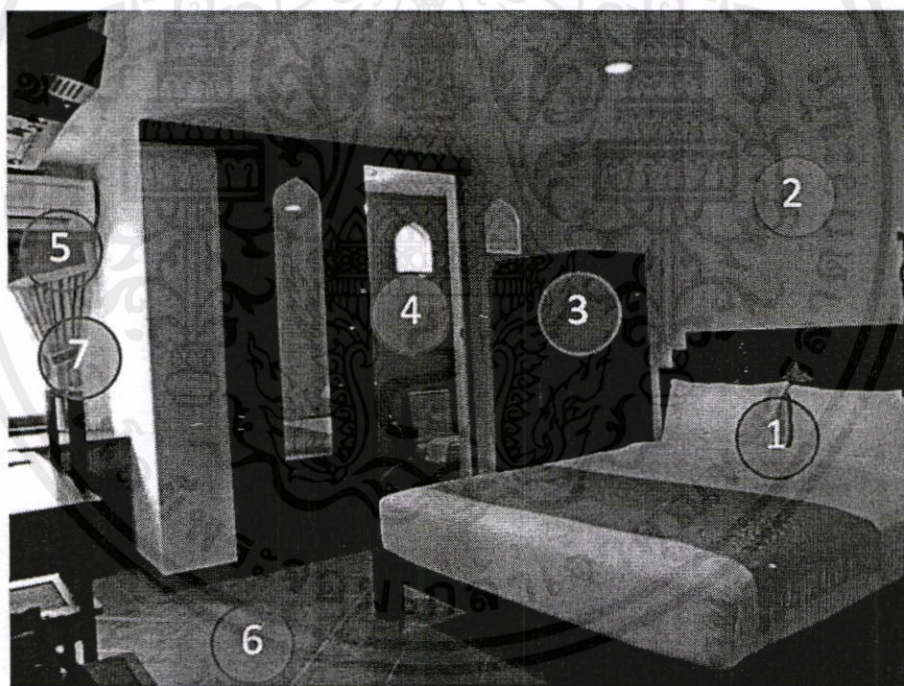


ภาพที่ 5.9 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม S15 Sukhumvit Hotel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.10 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel



ภาพที่ 5.11 โครงสีภายในห้องพักแบบมาตรฐาน โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำข้อมูลทั้งสามด้านมาเปรียบเทียบกันตามตารางดังนี้

ตารางที่ 5.11 การเปรียบเทียบโครงสีกับข้อมูลแบบสามเส้า

โครงสี (จำนวนสี)	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
ทบทวนวรรณกรรม	น้อยกว่า 3 (Monotone) มากกว่า 3 (Colorful)		
POE	3 สี	3 สี	7 สี
Questionnaire (ค่าเฉลี่ย : ระดับ 1 ถึง 5)	4.25	4.03	3.87

จากตารางสามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับห้องที่มีโครงสี 3 สีแบบกลุ่มสีเดี่ยว Monotone Color Scheme จากการทบทวนวรรณกรรมลักษณะโครงสีแบบกลุ่มสีเดี่ยว (Monotone color scheme) และการใช้สีหลากหลาย (Colorful color scheme) ของห้องพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีความประทับใจกับการจัดโครงสีของห้อง ในการออกแบบที่ใช้สีกลมกลืนมากกว่า เมื่อพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามจากโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel และโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel ที่มีค่าเฉลี่ย ถึง 4.25 และ 4.03 ตามลำดับ จากระดับ 1-5

5.5 การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เป็นตัวแปรทั้งสามกับความประทับใจ

เพื่อยืนยันว่าผลจากการวิเคราะห์นี้เป็นผลที่เชื่อถือได้ ในทางสถิติจึงได้ทำการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มที่ตอบว่าประทับใจและไม่ประทับใจ กับปัจจัยตัวแปรทั้งสามคือ ขนาดของห้อง โครงสี และ ความเข้มของแสงสว่าง เพื่อหาปัจจัยสำคัญในปัจจัยต่างนั้น ได้ผลตามตารางนี้

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบค่านัยสำคัญ

ค่านัยสำคัญ (ระหว่างผู้ตอบทั้งสองกลุ่ม)	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
ขนาดของห้อง	0.000	0.000	0.000
โครงสี	0.002	0.214	0.010
แสงสว่าง	0.000	0.004	0.005

เมื่อนำผลการหาค่านัยสำคัญมาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ตอบคำถามที่มีความประทับใจและไม่ประทับใจ กับตัวแปรทั้งสามตัวคือ ขนาดของห้อง โครงสี และ ความเข้มของแสงสว่าง ของทั้งสามโรงแรม ด้วยวิธีการทางสถิติ แบบ Analysis of Variance : One Way ANOVA แล้วพบว่าทุกค่าความสัมพันธ์มีค่านัยสำคัญ ต่ำกว่า 0.05 ยกเว้นเพียงค่าความสัมพันธ์คือค่าความสัมพันธ์ของโครงสีกับความประทับใจของโรงแรม The Bedroom Boutique Hotel เท่านั้น ดังนั้นแปลว่าความประทับใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทั้งสาม

5.5.1 ขนาดของห้อง : ค่านัยสำคัญเป็น 0.000 ทั้งสามกรณีศึกษา หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับขนาดห้อง ตามค่าเฉลี่ยของความประทับใจต่อขนาดของห้อง สำหรับผู้ที่ตอบแบบสอบถามของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel ที่มีค่าเฉลี่ยความประทับใจในขนาดห้องต่ำสุด หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงใจกับขนาดของห้อง

5.5.2 โครงสี : ค่านัยสำคัญต่ำกว่า 0.05 เพียงสองกรณีศึกษา หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับโครงสีของห้องตามค่าเฉลี่ยของความประทับใจต่อขนาดของห้อง สำหรับผู้ที่ตอบแบบสอบถามของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel ที่มีค่าเฉลี่ยความประทับใจในโครงสีแบบหลากสีต่ำเท่ากับ 2.06 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงใจกับโครงสี ในขณะที่ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามของโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel ที่มีค่าเฉลี่ยความประทับใจในขนาดในโครงสีแบบกลุ่มสีเดียวสูงถึง 4.68 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับโครงสี ส่วนโรงแรม The bedroom Boutique Hotel ไม่อาจจะนับได้เนื่องจากค่านัยสำคัญสูงกว่า 0.05

5.5.3 ความเข้มแสงสว่าง ค่านัยสำคัญต่ำกว่า 0.05 ทั้งสามกรณีศึกษา หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประทับใจกับความเข้มของแสงสว่างของห้องตามค่าเฉลี่ยของความประทับใจต่อความเข้มของแสงสว่าง โดยเฉพาะผู้ที่ตอบแบบสอบถามของโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel ที่มีค่าเฉลี่ยความประทับใจในขนาดในโครงสีแบบกลุ่มสีเดียวสูงถึง 4.75 หมายความว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามของโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel มีความประทับใจกับแสงสว่างในห้องมาก

5.6 การสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการออกแบบเพื่อความประทับใจ

จากผลการวิจัยที่ได้สรุปมาทั้งหมดแล้ว สามารถรวบรวมเป็นข้อเสนอแนะในการออกแบบได้ดังนี้

5.6.1 ผู้เข้าพักโรงแรมมีความประทับใจกับการออกแบบห้องพักที่มีขนาดห้องพักมากกว่า 30 ตารางเมตร

5.6.2 ผู้เข้าพักโรงแรมมีความประทับใจกับการออกแบบห้องพักที่มีความสว่างของห้องพักมากกว่า 300 Lux

5.6.3 ผู้เข้าพักโรงแรมมีความประทับใจกับการออกแบบห้องพักที่มีโครงสีแบบโทนเดียว Monotone color scheme ที่มีจำนวนสี 3 สี

ตารางที่ 5.3 สรุปข้อเสนอแนะเพื่อการออกแบบ

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ	ค่าตัวแปรที่ประทับใจ	หน่วย
ขนาดของห้อง	30	ตารางเมตร
โครงสร้าง	3	สี่
แสงสว่าง	300	Lux.

5.7 ข้อตกลงในการออกแบบโครงการตัวอย่าง

การนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาทำการออกแบบเป็นการประยุกต์เอาโครงการตัวอย่าง โดยการบูรณาการเข้ากับความรู้ต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบ มาสร้างเป็นกรณีตัวอย่างเพื่อให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้นว่าผลที่ได้จากการวิจัยสามารถที่จะสร้างเป็นงานออกแบบที่เป็นรูปธรรมได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกรณีศึกษา หรือโครงการจริงอื่นๆ ได้จริง ในกรณีที่โครงการหรือกรณีศึกษาเหล่านั้น ตั้งอยู่บนบริบทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

5.7.1 บริบทของกรณีศึกษา

5.7.1.1 ที่ตั้ง ในการศึกษาเลือกประเด็นที่ตั้งของ โรงแรมกรณีศึกษาที่อยู่ในเมืองหลวง โดยเฉพาะในการวิจัยนี้คือกรุงเทพมหานครฯ

5.7.1.2 การเข้าถึง ด้วยการเดินทางเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการเลือกโรงแรม ผู้ที่จะเข้าพักมักจะมองถึงความสะดวกสบายในการเดินทาง ดังนั้นขอบเขตของการวิจัยนี้จึงกำหนดให้ การเลือกกรณีศึกษาต้องมีที่ตั้งอยู่ในรัศมี ไม่เกิน 2 กิโลเมตรจากสถานีรถไฟฟ้าซึ่งเป็นจุดต่อของการขนส่งมวลชน ที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้

5.7.1.3 ขนาด ในยุคนี้พื้นที่เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดขนาดของกิจการ แต่เมื่อ กิจการ โรงแรมสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ขนาดของ โรงแรมจำนวนห้องพัก รวมถึงส่วน บริการต่างๆ โดยเฉพาะห้องพักจึงเป็นส่วนสำคัญ

5.7.1.4 รูปแบบของอาคาร ในการเลือกตัวอาคารมาปรับเป็น โรงแรม ขนาดและลักษณะ ทางสถาปัตยกรรม รวมถึง โครงสร้างเป็นตัวกำหนดขนาดของห้องพัก

5.7.1.5 ลักษณะการให้บริการ รูปแบบกิจการและการบริหาร โรงแรม เป็นตัวกำหนด รูปแบบลักษณะของการตกแต่งภายใน ในการเลือกกรณีศึกษา โรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารแบบท้องถิ่น หรือ Local Brand ไม่ใช่แบบบริหาร โดยเครือข่ายแบบ Chain Hotel

5.7.1.6 กลุ่มลูกค้า เน้นที่เป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาเพื่อท่องเที่ยว โดยมีระยะเวลาเข้าพัก 2 ถึง 5 วัน

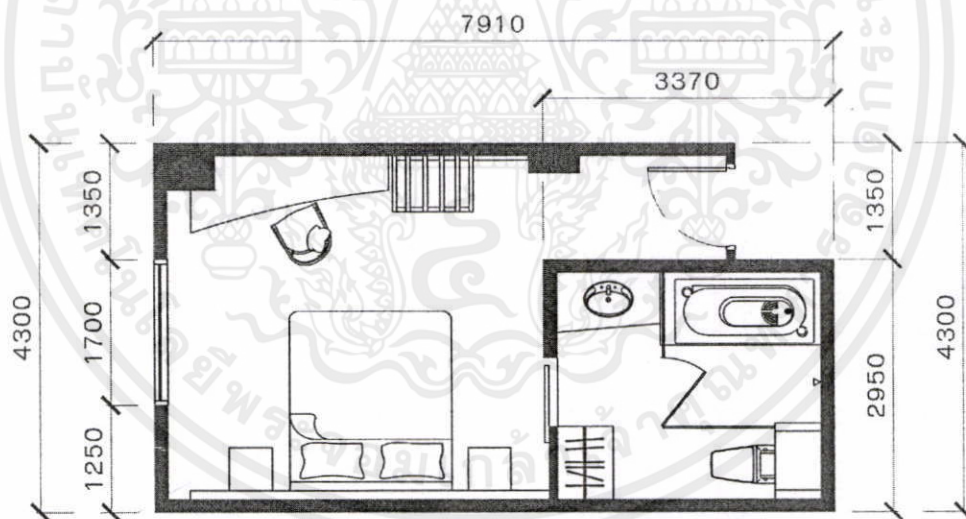
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.8 ขอบเขตของการออกแบบ

- 5.8.1 เฉพาะภายในห้องพักแบบมาตรฐานเท่านั้น
- 5.8.2 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร
- 5.8.3 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมภายในอาจจะเปลี่ยนแปลงได้เล็กน้อย ทั้งนี้ต้องอยู่ในกรอบของอาคาร และระบบโครงสร้างเดิม
- 5.8.4 ไม่รวมงานระบบต่าง ยกเว้นตำแหน่งของดวงโคมในระบบแสงสว่าง

5.9 การเลือกโครงการในการทำการออกแบบ

ได้เลือกเอาห้องพักแบบมาตรฐานของโครงการกรณีศึกษาโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel มาใช้เป็นกรอบทางสถาปัตยกรรมเพื่อใช้ในการทดลองออกแบบ ทั้งนี้เป็นการนำมาใช้เฉพาะกรอบของอาคาร โดยที่ในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง กรอบทางสถาปัตยกรรม และโครงสร้างอาคารแต่อย่างใด เนื่องจากขนาดของห้องพักแบบมาตรฐานของโครงการกรณีศึกษาโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel นี้มีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสม ตรงกับผลการวิจัย

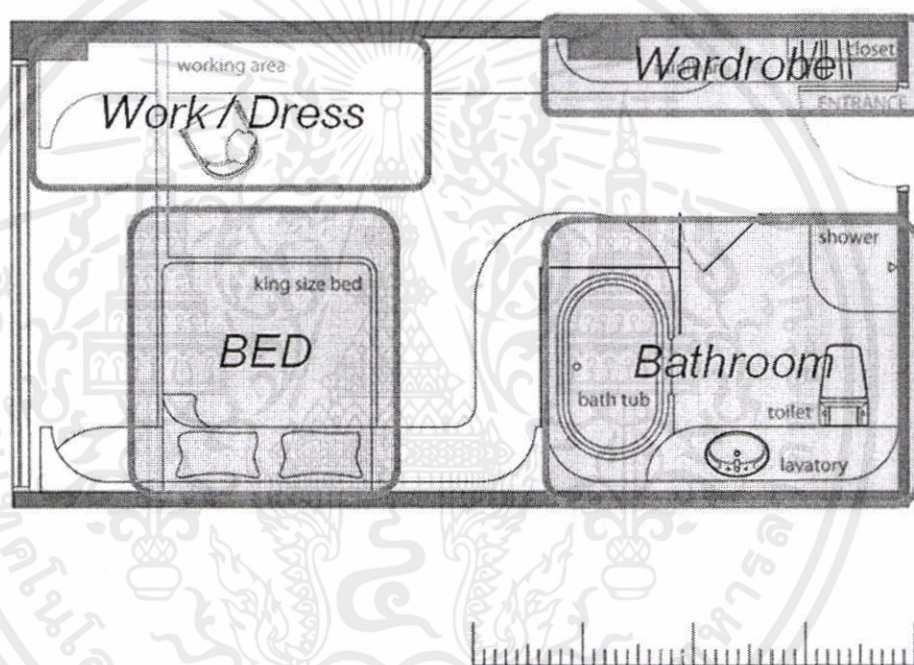


ภาพที่ 5.12 กรอบทางสถาปัตยกรรมของห้องพักแบบมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.10 สรุปผลการออกแบบ

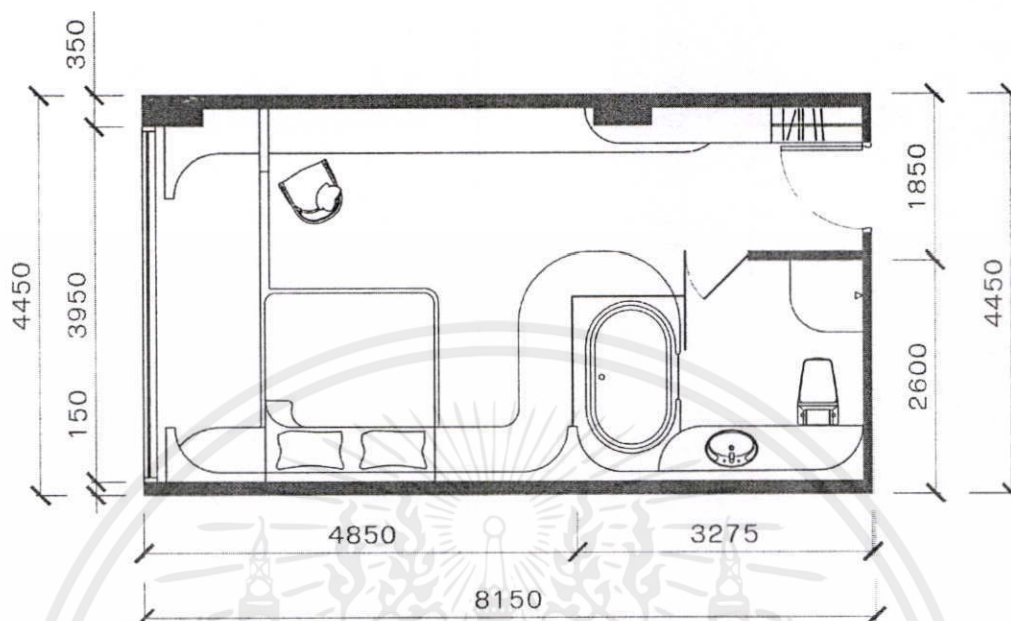
5.10.1 การวางผัง : เนื่องจากในการศึกษานี้แม้ว่าจะมีการตั้งคำถามในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลด้านการวางผังห้องพักด้วยก็ตาม แต่ในการดำเนินการวิจัย มิได้มีการนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์แต่อย่างใด ดังนั้นการจัดวางผังห้องพักจึงจะคงรักษาแนวทางหลักในการวางผังของห้องพักแบบมาตรฐานของโครงการกรณีศึกษาโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดพื้นที่ต่างๆ ส่วนที่เป็นเตียงนอน ส่วนทำงาน ที่เก็บเสื้อผ้า และห้องน้ำ วางตำแหน่งเครื่องเรือนยังคงบริเวณหรือตำแหน่งเช่นเดิม แต่รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงวัสดุและสี จะเป็นไปตามแนวความคิดในการออกแบบของโครงการนี้



ภาพที่ 5.13 แนวทางการวางผังของห้องพักแบบมาตรฐาน

5.10.2 ขนาดของห้อง : ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในเรื่องการวางผังห้องในการออกแบบนี้ จะนำเอาตัวอย่างมาจากห้องพักแบบมาตรฐานของโครงการกรณีศึกษาโรงแรม S15 Sukhumvit Hotel มาใช้เป็นกรอบทางสถาปัตยกรรมในการออกแบบตามข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิเคราะห์ ดังนั้นขนาดของห้องจึงมีขนาดเท่ากับ 30.5 ตารางเมตรเช่นเดิม ซึ่งไม่มีการแก้ไขกรอบภายนอกแต่ยังคงประกอบภายในเช่นผนังอาคาร มีลักษณะเป็นผนังทึบ ในบริเวณผนังห้องน้ำซึ่งเป็นผนังทึบ จึงทำให้รู้สึกถึงการปิดกั้น มีผลต่อการรับรู้ด้านขนาดและความกว้างของห้อง ในการออกแบบนี้จึงได้เสนอทางแก้ไขโดยการเปลี่ยนผนังห้องน้ำที่เป็นผนังทึบให้เป็นผนังกระจกใสเพื่อให้ห้องดูกว้างขึ้น โดยเฉพาะการย้ายอ่างอาบน้ำมาไว้ในด้านที่ใกล้กับเตียงนอนและใช้ประตูกระจกเพื่อกันส่วนและป้องกันน้ำกระเด็น

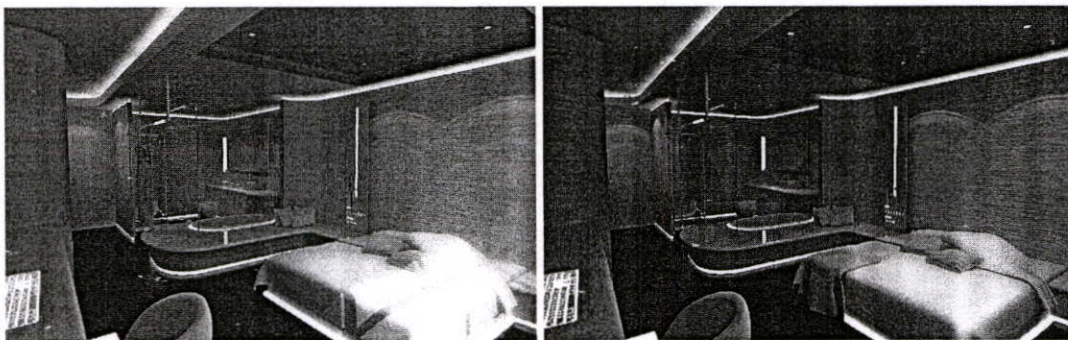
ออกมา และแก้ปัญหาความเป็นส่วนตัวในการใช้ห้องน้ำด้วยการใส่ม่านพลาสติก ภายในห้องน้ำเพื่อ
กันสายตาที่จะมองเข้าไปภายในห้องน้ำ



ภาพที่ 5.14 ผังห้องพักที่ทำการออกแบบเสร็จแล้ว

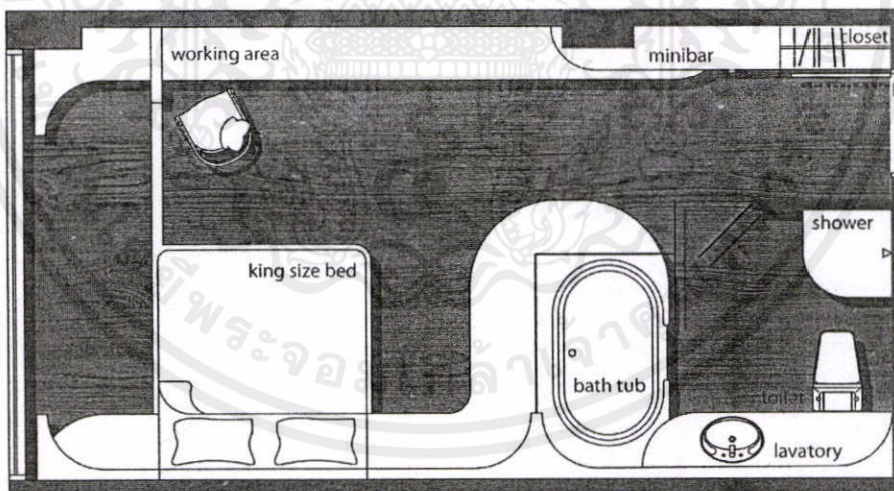
5.10.3 การออกแบบแสงสว่าง : เพื่อให้ห้องมีความสว่างทั้งเวลากลางวันและเวลากลางคืน การออกแบบแสงสว่างจึงจัดไว้สองระบบ โดยตั้งเป้าหมายความเข้มของแสงเฉลี่ยทั้งห้องไว้ที่ระดับ อย่างต่ำ 300 Lux. ระบบไฟฟ้าที่แยกเป็นสองระบบนี้ ระบบแรก เป็นการให้แสงตรง (Direct Light) เป็นแสงสว่างปกติที่ให้แสงจากอุปกรณ์แสงสว่างแบบ Down Light เป็นแบบฝังในฝ้าเพดาน Ceiling Recessed รูปแบบอุปกรณ์ที่ใช้หลอดไฟฟ้า Halogen 12V. 50 Watts. จำนวน 4 จุดที่ฝังในฝ้าหลุมเหนือเตียงนอน และอีก 2 จุดที่ทางเข้า และในห้องน้ำรวม 4 จุด เมื่อผนังห้องน้ำเป็นกระจกทำให้สามารถเพิ่มความเข้มของแสงสว่างภายในห้องให้สูงขึ้นได้อีก ในระบบที่สองเป็นแสงสว่างรองที่มีการให้แสงแบบสะท้อน (Indirect Light) ที่ถูกออกแบบไม่ให้มองเห็นแหล่งกำเนิดแสงโดยออกแบบเป็น หลับซ่อนอุปกรณ์ไฟฟ้าให้แสงได้ออกมา โดยวางอุปกรณ์แบบ Loop Light ที่ใช้หลอดไฟ LED จัดเรียงตัวเป็นเส้น โดยวางตำแหน่งที่ขอบพื้นและขอบเพดาน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกกระบวน การให้แสง ที่จะเป็น Direct Light หรือ Indirect light หรือใช้ทั้งสองระบบร่วมกันก็ได้ เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายระดับความเข้มของแสงสว่างที่ตั้งไว้ที่ สูงกว่า 300 Lux.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



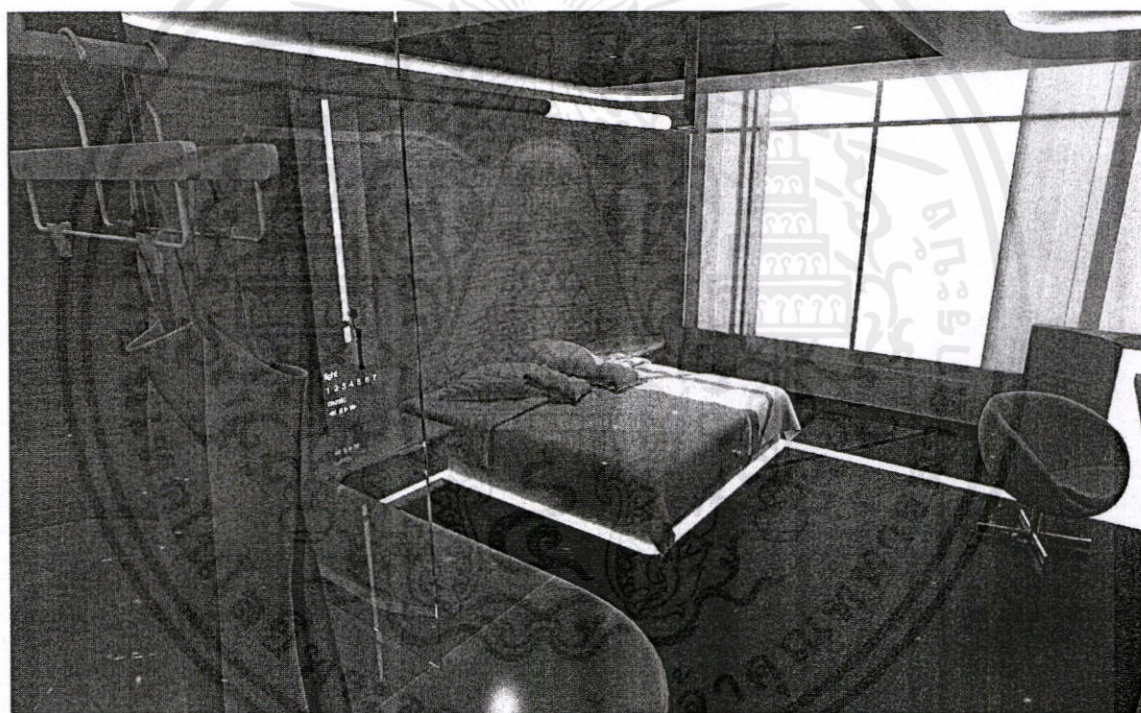
ภาพที่ 5.15 การเปรียบเทียบแสงสว่างจากอุปกรณ์ ทั้งสองระบบ

5.10.4 โครงสี จากผลของการวิจัยที่เสนอแนะให้ใช้โครงสีแบบ Monotone ที่ไม่ควรมีสีเกิน 3 สี ดังนั้นในการออกแบบจึงได้กำหนดแนวความคิดในการออกแบบไว้ให้มีลักษณะของห้องที่ดูเรียบง่าย น้อยและเข้าใจได้ง่าย นอกจากนั้นผลจากการวิจัยของโรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel ยังเห็นชัดเจนว่าสีโทนอบอุ่น Warm Tone Color มีความสัมพันธ์กับความประทับใจ ดังนั้นในการออกแบบจึงได้เลือกโทนสีน้ำตาลที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น โดยเลือกใช้สีเข้มเป็นสีที่ระนาบพื้น และสีอ่อน เป็นสีที่ระนาบตั้ง โดยเฉพาะที่ผนัง และสีขาวเป็นระนาบเหนือหัว หรือเพดาน และมีการเน้นด้วยสีขาวในส่วนที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ในการเลือกสีนี้เป็นสีที่มาจากสีของวัสดุคือสีของไม้ทั้งไม้สีอ่อน และ ไม้สีเข้ม เพื่อให้เกิดความอบอุ่นและเป็นธรรมชาติ



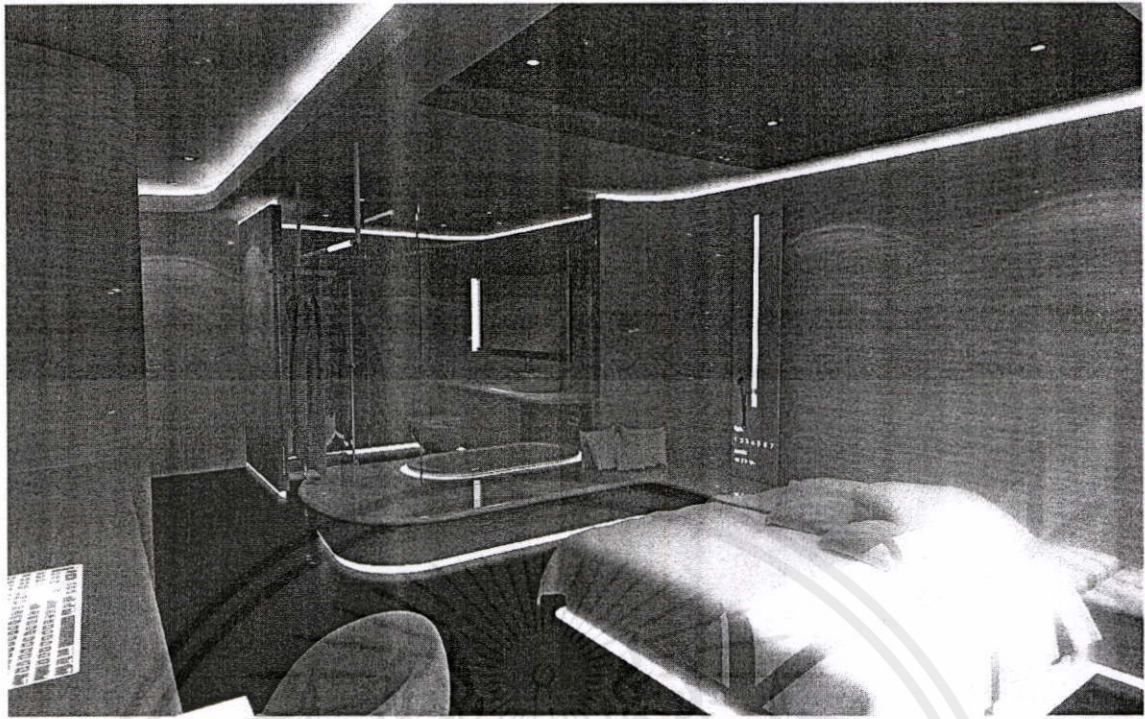
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ภาพที่ 5.16 สีของวัสดุปูพื้นและเฟอร์นิเจอร์
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.10.5 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ : เนื่องจากขอบเขตของการวิจัยนี้มุ่งประเด็นที่โรงแรมขนาดเล็ก ทั้งเรื่องขนาด และจำนวนห้องพัก ในขั้นตอนการออกแบบนี้แม้ว่ารูปแบบของเฟอร์นิเจอร์จะไม่ได้เป็นปัจจัยหลักหนึ่งในการวิจัย แต่ในการออกแบบรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์เป็นองค์ประกอบหลักประการหนึ่งของการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน ซึ่งได้เลือกเฟอร์นิเจอร์แบบติดตั้งกับที่ Built-in Furniture ด้วยเหตุผลที่หนึ่งคือ เฟอร์นิเจอร์แบบนี้ประหยัดพื้นที่และทำให้ใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่า อีกเหตุผลหนึ่งคือเฟอร์นิเจอร์แบบนี้ติดตั้งตรึงกับที่ ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ จึงทำให้การทำความสะดวกได้ง่ายและสะดวก และมีความทนทาน รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์เมื่อติดตั้งกับที่จึงออกแบบให้คูมมีความเคลื่อนไหว ต่อเนื่องกัน ความสูงเท่ากัน และพื้นผิวด้านบนต่อเนื่องเชื่อม โยงกันตลอด และใช้สีขาวยังเฟอร์นิเจอร์และผ้าปูที่นอน ผ้าเบ็ดต่างๆ

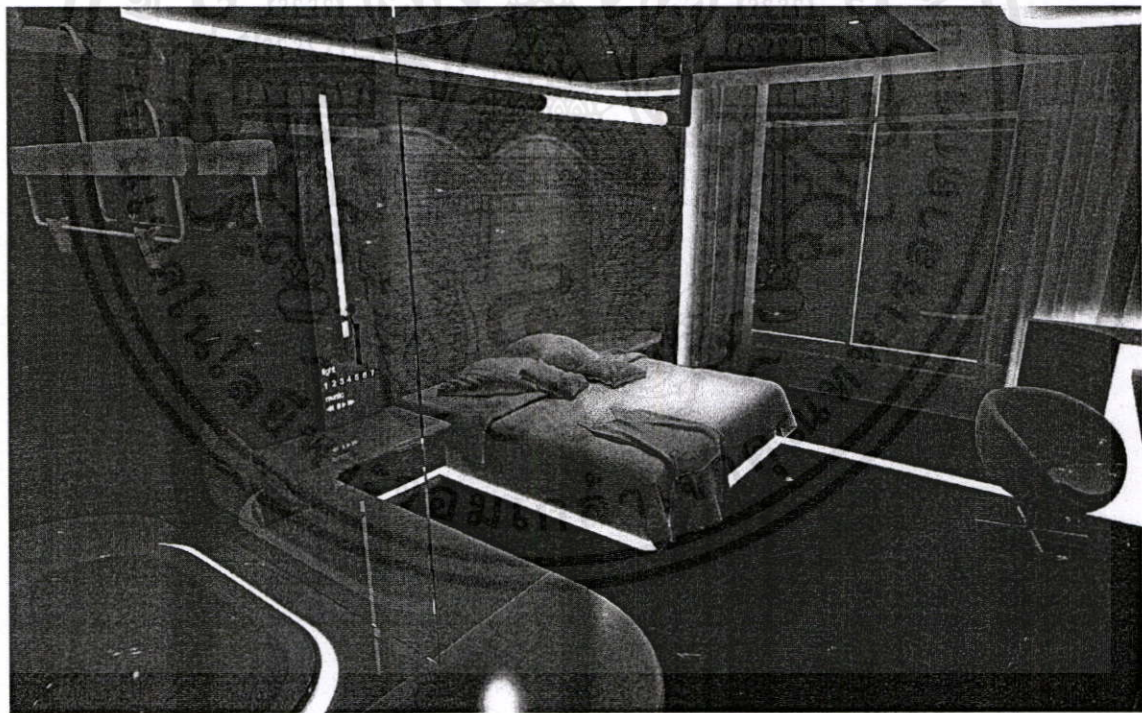


ภาพที่ 5.17 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

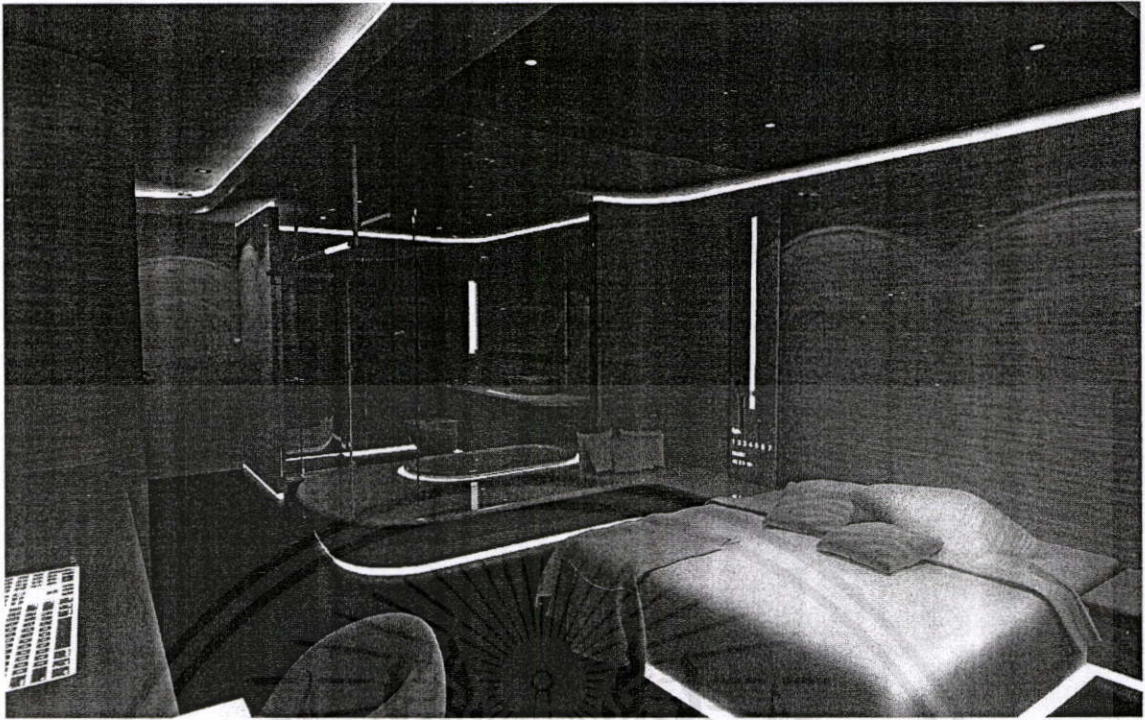


ภาพที่ 5.18 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ เวลากลางวัน



ภาพที่ 5.19 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ เวลากลางคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.20 รูปทัศนียภาพของห้องพักที่ทำการออกแบบ เวลากลางคืน

5.11 ข้อจำกัดที่ควรพิจารณาในการพัฒนาการวิจัย

ในการทำการวิจัยครั้งนี้ได้พบอุปสรรคและข้อจำกัดหลายประการ ทั้งนี้ในการพัฒนาการวิจัยสมควรจะนำข้อจำกัดต่างๆเหล่านี้ไปพิจารณาเพื่อพัฒนาการวิจัย

5.11.1 ข้อจำกัดด้านเวลา การวิจัยนี้มีระยะเวลาจำกัดแม้ว่าจะมีการวางแผนการจัดการเวลาไว้แล้วก็ตาม ขั้นตอนที่สำคัญอันหนึ่งในการวิจัยนี้คือการเก็บข้อมูล เมื่อมีข้อจำกัดของเวลาทำให้เก็บข้อมูลได้ไม่ครบถ้วนตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

5.11.2 ความร่วมมือจากเจ้าของสถานที่กรณีศึกษา อันเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในขั้นตอนของการวางแผนการเก็บข้อมูลได้มีการตั้งเป้าหมายจำนวนกรณีศึกษา และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อขออนุญาตทำการเก็บข้อมูล ผู้มีอำนาจตัดสินใจที่เป็นผู้บริหาร โรงแรมหลายแห่งของกรณีศึกษาเป้าหมายตอบปฏิเสธและไม่ให้ความร่วมมือ ดังนั้นการเปรียบเทียบข้อมูลจึงมีจำกัด ควรจะพิจารณาก่อนเริ่มการวิจัย

5.11.3 ความร่วมมือจาก ผู้เข้าพัก อันเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในขั้นตอนของการวางแผนการเก็บข้อมูลได้มีการตั้งเป้าหมายจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลตามหลักสถิติ เมื่อถึงกำหนดรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามมีแบบสอบถามไม่ครบตามจำนวนที่ตั้งเป้าไว้ แม้ว่าข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาจะพอเพียงให้มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลตามหลักสถิติก็ตาม แต่หากว่าได้รับความร่วมมือจากผู้เข้าพักตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน ก็จะ

ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงควรหาแนวทางในการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าพำนักให้มีประสิทธิภาพที่สุด

5.12 การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการวิจัย

แม้ว่าการวิจัยนี้จะเสร็จสิ้นลงแล้วในระดับหนึ่ง ผลและวิธีการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิง หรือใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการวิจัย ตามเงื่อนไขของบริบทกรณีศึกษาตามที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีข้อผิดพลาด บกพร่อง ที่สามารถจัดการแก้ไขได้ หากมีโอกาสที่ผู้ใดหรือองค์กรใดจะนำผล หรือวิธีการวิจัยไปทำซ้ำในบริบทเดียวกันหรือบริบทอื่น หรือนำการวิจัยนี้ไปพัฒนาต่อยอดตามมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาการวิจัยดังนี้

5.12.1 ปัจจัยอันเป็นองค์ประกอบทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน ในการทำวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตไว้แต่เพียง สาม ตัวแปรเท่านั้น คือ ขนาดห้อง โครงสี และ แสงสว่าง ซึ่งเมื่อจบกระบวนการวิจัย ผลจากการวิจัยได้นำมาออกแบบให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ ยังมีปัจจัยอันเป็นองค์ประกอบในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมภายในอีกหลายตัว ที่ได้รวมไว้ในแบบสอบถาม ที่สามารถนำมาดำเนินการวิจัยต่อได้ เช่น ตัวแปรด้าน บรรยากาศของห้อง การวางผัง สไตล์ของการตกแต่ง สไตล์ของเฟอร์นิเจอร์ ขนาดของเฟอร์นิเจอร์ และอื่นๆ

5.12.2 การเลือกกรณีศึกษา เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการทำวิจัย ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้พยายามเลือกหากรณีศึกษาที่มีลักษณะเฉพาะ และมีเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมภายใน ที่โดดเด่น และอยู่ในความสนใจของสาธารณชน

5.12.3 กรณีการวิจัยนี้ได้กระทำภายในกรอบแห่งบริบทและขอบเขตการวิจัยดังที่ได้กล่าวไปแล้วในบทต่างๆ ดังนั้นในการดำเนินการวิจัยต่อกรอบแห่งบริบทและขอบเขตการวิจัยดังกล่าว อาจจะเปลี่ยนแปลงไป

5.12.4 ผลจากการวิจัยได้นำมาทำเป็นโครงการออกแบบกรณีศึกษา ได้ผลเป็นงานออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของห้องพักแบบมาตรฐานโรงแรมตัวอย่าง ซึ่งออกแบบให้สอดคล้องกับข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ผลจากการออกแบบนี้ยังมีได้มีการนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อค้นหาว่าผลลัพธ์ที่ได้สามารถสร้างความประทับใจได้หรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กฎกระทรวงมหาดไทย ฉบับที่ ๓๕ (พ.ศ. ๒๕๓๗) ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๓๕ มาตรา ๕ (๓) และมาตรา ๘ (๔) (๕) และ (๖) หมวด ๓ ระบบการจัดแสงสว่างและการระบายอากาศ ตารางที่ 3 หน้า 220 (พิมพ์ : พฤษภาคม 2542)

ชำนาญ บุญญาพุทธิพงษ์. 2547. การออกแบบโรงแรม. กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. 2549. คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า Customer Satisfacion Survey Handbook, กรุงเทพฯ, ประชุมทอง พรินต์ติ้ง กรุป

นรมิตร ลีวัฒนมงคล. 2538. คู่มือรวมข้อมูลก่อสร้าง (Practical Tables & Data for Building Construction) พิมพ์ครั้งที่ 5

มาลินี ศรีสุวรรณ. 2542. ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอาคารสาธารณะประเภทต่างๆ, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

แสงอรุณ รัตกลีกร. 2542. แสงอรุณแห่งสถาปัตยกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2

ศุติ บรรจงจิตร. 2545. วิศวกรรมการส่องสว่าง (Illumination Engineering), ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. 2544. The HOTEL รวบรวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม , บริษัท ฮิวแมน เฮอริเทจ จำกัด

So sethaputra. 2545. English-Thai dictionary,new model, บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด Countryman, Cary C. ; Jang, SooCheong. 2006. Internatioinal Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 18, Number 7

Huiz hang Shen and Jidi Zhao, Shanghai Jiao Tong University

Jay Kandampully and Dwi Suhartanto. 2003. The Role of Customer Satisfaction and Image Gaining Customer loyalty in the Hotel Industry, The Ohio State University

Silvio san Pietro and Paola Gallo, Design Hotels in Italy. 2004. EDIZIONI L'ARCHIVOLTO Boutique hotel - Wikipedia [Online].Available : http://en.wikipedia.org/wiki/Boutique_hotel

[Online].Available : [www. answers.com /topic/impress](http://www.answers.com/topic/impress)

[Online].Available : [www. thefreedictionary.com /impress](http://www.thefreedictionary.com/impress)

[Online].Available : www. Onlinedictionary.datasecment.com /word/impress

[Online].Available : www. Yourdictionary.com /

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น หากพบข้อผิดพลาด กรุณาแจ้งให้เราทราบ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

To whom it may concern,

Dear Sir/Madame,

My name is Ronnapee Tulavardhana. I am a graduated student pursuing a Master degree in Interior Architecture at King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. The topic of my degree thesis is *"The interior design for impression of a small contemporary hotel"*. The scope of research is allocated around the area of the latest idea of hotel design, so-called "Boutique Hotel". Currently the thesis is in the process of data gathering which will be later be analyzed and used as a guideline in the designing process. The area of study is focused only on the interior design of guest rooms. The result of this research will be helpful information for a further development of your hotel.

Your hotel is an excellent example of the establishment matching the category of the research. It would be an excellent case study. Your permission to conduct the research in your premises would be highly appreciated. The area of research will be:

1. Site measurement and photo documentation of the guest rooms.
2. Permission to place in-room questionnaire (approximately 70 sets) accompany with researcher-supplied souvenir.

Also please find the attached list of questions that will be the guideline of this research. I am looking forward to conduct the research soonest after your permission. After analyzing, the result of this research, which should be benefit to you or your organization, I would be glad to share.

เรียนท่านประธานกรรมการ/ท่านผู้จัดการทั่วไป

กระผม นายรณพีร์ ตูลวรธรณะ กำลังศึกษาระดับปริญญาโท ในสาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ในขณะนี้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ "การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ" และกำลังอยู่ในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและการเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อนำมาวิเคราะห์และใช้ผลการวิเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะการตกแต่งภายในห้องพักแขกเท่านั้น

โรงแรมของท่านเป็นตัวอย่างที่ดี และได้รับการยอมรับว่าเป็นโรงแรมที่ทันสมัยและตรงกับหัวข้อการวิจัย ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตใช้โรงแรมนี้เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนในการทำการเก็บข้อมูลวิจัยดังนี้

1. ทำการวัดและถ่ายภาพภายในห้องพักแขก
2. ขออนุญาตวางแบบสอบถามในห้องพักแขกพร้อมกับของที่ระลึก(ที่ผู้วิจัยจัดเตรียมให้)

ทั้งนี้ได้แนบตัวอย่างแบบสอบถามสำหรับถามแขกของโรงแรมที่เข้าพักมาให้พิจารณาด้วย

กระผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาอนุญาตให้กระทำการวิจัย และผลจากการวิเคราะห์นี้ หากจะเป็นประโยชน์แก่ท่านและองค์กรของท่าน กระผมจะมีความยินดีเป็นอย่างยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
รณพีร์ ตูลวรธรณะ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This Questionnaire is a part of Data collecting process of a Master's Thesis in Interior architecture program, King Mongkut Institute of Technology Ladkrabang.

Contact the researcher at Mobile Number 081-6682416 or ronnapree.t@bu.ac.th

Dear Guest,

We would appreciate your sincerely answer to this questions;

1. You are female male age under 25 25-40
 over 40.
2. You came from Asian European American other country.
3. You come to Thailand for the first time more than one time.
4. The trip is business only leisure only both leisure and business.
5. The trip last less than 3 days less than 1 week more than 1 week.
6. You come to Bangkok only Bangkok and other provinces.
7. There are (is) only you just two more than three in your group.
8. You stay at this hotel for the first time more than one time.
9. You stay in the room type standard suite
 other _____
10. You chose this hotel from internet advertising tour agency.
 other _____
11. Do you like this hotel yes no
12. You like this hotel because of service interior design both.
13. The part of this hotel you like the most lobby room
 restaurant
 other _____

	Excellent	Good	Fair	Poor	Very poor
Room atmosphere					
Size of the room					
Room layout					
Room Space					
Color scheme					
Furniture size					
Furniture style					
Bathroom size					
Bathroom style					

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. Will you come to this hotel again? Yes no
15. Will you come to Thailand again? Yes no
16. What would you suggest to improve this hotel?

Please Determine these questions as your experience of staying at this hotel	Absolutel y	Very	Quite	between	Quite	Very	Absolutel y
The level of the answers		1	2	3	4	5	
Do you think the room is	dark						bright
Do you think color of the room is	cold						warm
Do you think the room is	colorful						monotone
Do you think the room is	tiny						spacious
Do you think the room is	narrow						wide
Do you think style of the room is	classic						Modern
Do you think style of the room is	old-fashion						Contemporary
Do you think the room decoration is	Typical						Unique
Do you think style of the room is	Informal						Formal
Do you think style of the room is	Casual						Elegant
Do you think the furniture is	uncomfortable						comfortable
Do you think the style of furniture is	Simple						Luxury
Do you think the number of furniture is	Too less						Too much
Do you think the size of furniture is	Too small						Too big

Thank you very much for dedicating your valuable time to answer this questionnaire. Your comment is very welcome because it is the most valuable information for the further improvement. We hope that you would have a present journey and enjoy staying at the hotel.

	WIDTH	LENGTH	HEIGHT	COLOR	REMARKS
Size of the room (ขนาดของห้อง)					
Furniture size (เฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง)					
1. Bed					
2. Night table					
3. Closet					
4. Working desk					
5. Chair					
6. Armchair					
7. Stool					
8. TV Cabinet					
9. Minibar					
10. Safe Deposit					
11. Luggage Stand					
12. Dressing table					
Bathroom size (ขนาดห้องน้ำ)					
4. Shower					
Circulation (ขนาดทางเดินภายใน)	Minimum	Average	Maximum		
Color scheme (สีห้อง)	COLOR 1	COLOR 2	COLOR 3	COLOR 4	COLOR 5
Location					
Lighting Equipment อุปกรณ์ไฟฟ้า	Quantity	Type	Power	Direct/Indirect	Lux
1. Main					
2. Bed					
3. Dressing					
4. Working					
5. Bathroom					
6. Other					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hotel _____

Date ___ / ___ / ___

Lighting Equipment อุปกรณ์ไฟฟ้า	Quantity	Type	Power	Location	Direct/Indirect
1. Main					
2. Corridor					
3. Dressing					
4. Working					
5. Bathroom					
6. Other					

illuminance อุปกรณ์ไฟฟ้า	Light on Lux	Light Off Lux			
1. Bed					
2. Corridor					
3. Dressing					
4. Working					
5. Bathroom					
6. Other					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hotel _____

Date ____ / ____ / ____



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบภายในโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ
Interior Design for Impression of Small Contemporary Hotels

รณพีร์ ตูลวรธรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ
ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

จุดประสงค์ในการวิจัย (Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการออกแบบโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กที่ทำให้เกิดความประทับใจ
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการออกแบบโรงแรมร่วมสมัยขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

คำถามการวิจัย(Research Question)

ออกแบบ

1. แสงสว่าง
2. โครงสี
3. ขนาดห้อง

อย่างไรสามารถสร้างประทับใจแก่
ผู้เข้าพัก โรงแรมขนาดเล็กที่ร่วมสมัย

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ คุณวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำถามการวิจัย(Research Question)

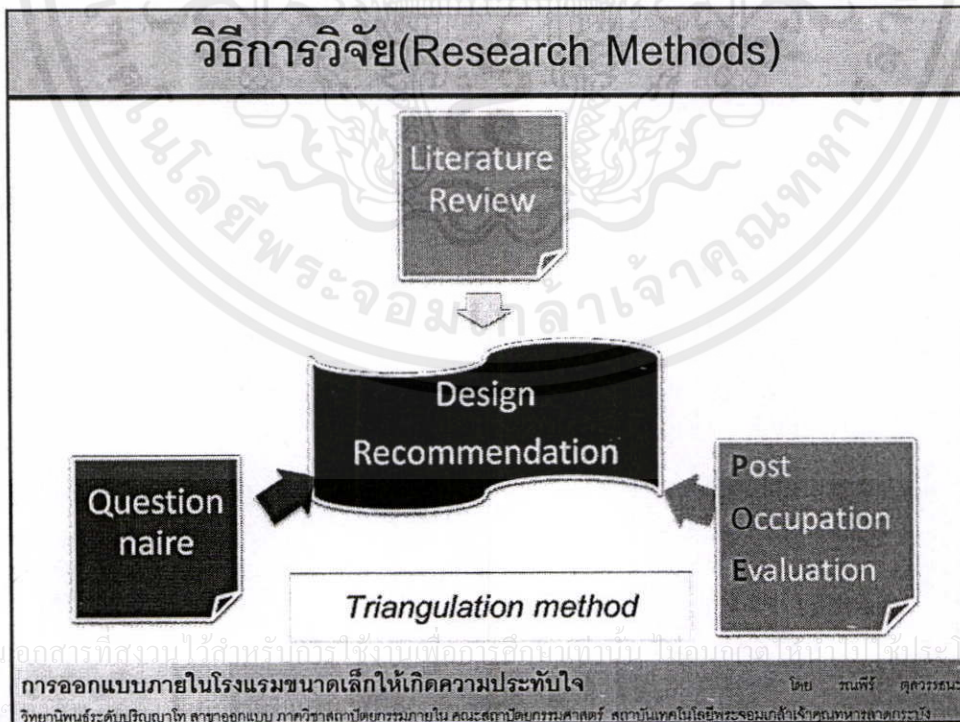
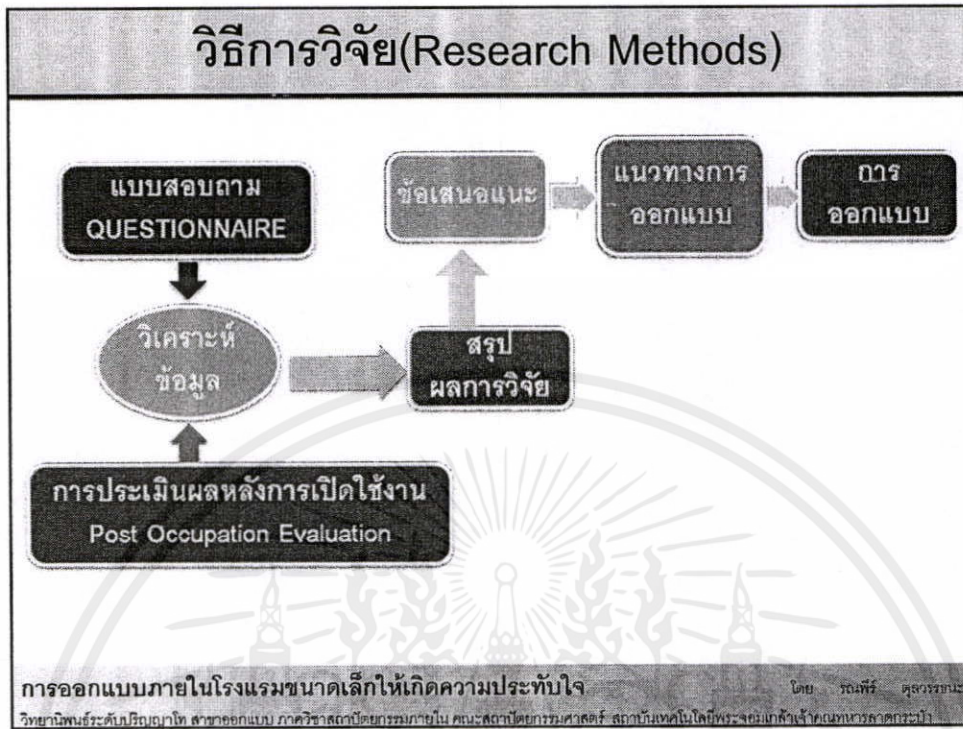
ตัวแปร และหน่วยวัดตัวแปร

- | | |
|-------------|-----------|
| 1. แสงสว่าง | Lux |
| 2. โครงสี | จำนวนสี |
| 3. ขนาดห้อง | ตารางเมตร |

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ คุณวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใด

ความหมายของความประทับใจ(Definition)

ความประทับใจ

มาจากศัพท์

ภาษาอังกฤษ

Impression

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุจวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความหมายของความประทับใจ (Conceptual Definition)

- การมีผลกระทบต่อเป็นร่องรอยในจิตใจหรืออารมณ์ (to have a marked effect on the mind or emotion of)
- การฝังลึกในจิตใจหรือติดแน่นในความทรงจำ (to implant firmly in the mind or fix in memory)
(จาก www. Yourdictionary.com /impress)
- ติดลึกในจิตใจ (to fix deeply in the mind)
(จาก www. Onlinedictionary.datasegment.com /word/impress)
- ทำให้เกิดหรือพยายามสร้างความทรงจำหรือภาพประทับใจที่ชัดเจน (to produce or attempt to produce a vivid impression or image of)
- ก่อให้เกิดผลการตอบรับทางจิตใจหรืออารมณ์ (to evoke a usually strong mental or emotional response from)
(จาก www. answers.com /topic/impress)
- พิมพ์, ประทับ, ตรา : ฝัง(อยู่ในความทรงจำ) ทำให้รู้สึก : ติดตา, จับใจ, ประทับใจ, สง่า, ทำให้เลื่อมใส, ทำให้ทั้ง
(English-Thai dictionary, new model, so sethaputra,2545, บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด)

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุจวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

งานด้านการค้า
นำไปใช้

ความหมายของความประทับใจ(Operational Definition)

เมื่อพิจารณาจากความหมายที่พบตรงกัน
แล้วสามารถสรุปได้ว่า ความประทับใจหมายถึง
การพบเห็นสิ่งใด ๆ ที่กระตุ้นความสนใจ
และก่อให้เกิดการจดจำและติดตรึงอยู่ใน
ความทรงจำในทางจิตใจและอารมณ์

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พื้นฐานการประกอบธุรกิจ(Business Concept)



(คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า, ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์ 28:2549)

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับอาจารย์และบุคลากรในหน่วยงานเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ ให้นำไปใช้

CUSTOMER

A customer is the most important visitor on our premises. He is not dependent on us. We are dependent on him. He is not an interruption of our work. He is the purpose of it. He is not an outsider of our business. He is the part of it. We are not doing a favor by serving him. He is doing us a favor by giving us an opportunity to do so.

"ลูกค้า คือ แหกคนสำคัญที่สุดที่ได้มาเยือนเรา ณ สถานที่แห่งนี้
เรามีได้มาเพื่อพึ่งพิงเขา แต่เราต่างหากที่ต้องพึ่งพิงอาศัยเขา"

มหาดมธ คานธี

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผลิตภัณฑ์ในธุรกิจการโรงแรม(Hospitality Products)

Hospitality Products
ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ

- Room night
- Package

=

Intangible Resource
สิ่งที่จับต้องไม่ได้

- Service
- Taste of food

+

Tangible Resource
สิ่งที่จับต้องได้

- Setting
- Decoration
- Facility

(รวบรวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม, อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช, 19 :2544)

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

“The primary goal of all business is to maintain a loyal customer base, because it is far less expensive to keep customer than to find a new one; also loyal customer often help bring in new customers through the word of mouth.”

“เป้าหมายหลักของทุก ๆ ธุรกิจคือการรักษาลูกค้าที่ซื่อสัตย์เอาไว้ เพราะว่าการรักษาลูกค้านั้นมีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า การหาลูกค้าใหม่ นอกจากนี้ลูกค้าที่ซื่อสัตย์มักจะช่วยสร้างลูกค้าใหม่โดยการบอกต่อ”

Jay Kandampully and Dwi Suhartanto , The Ohio State University, 2003
The Role of Customer Satisfaction and Image Gaining Customer loyalty in the Hotel Industry.

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ดุจวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้กับการออกแบบ

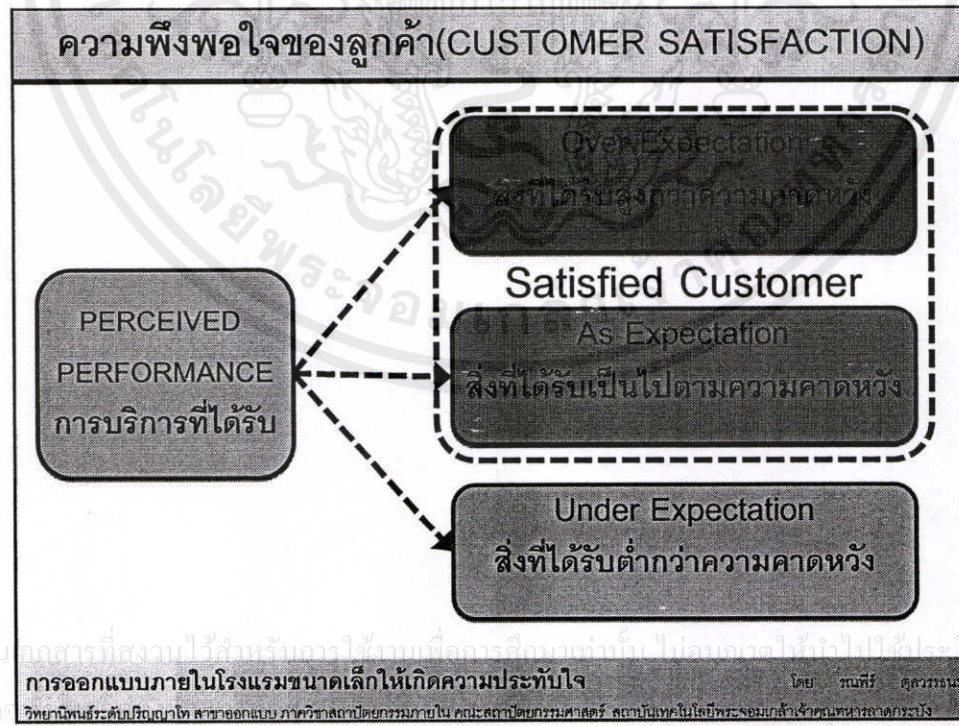
“ได้กล่าวมาแล้วว่า บุคคลเลือกรับรู้ข่าวสารเพียงบางส่วนเท่านั้นจากข่าวสารทั้งหมดที่กระทบต่ออวัยวะสัมผัสสิ่งที่มีความเด่นชัดย่อมมีโอกาสได้รับเลือกในการรับรู้มากกว่าสิ่งที่มีลักษณะธรรมดาทั่วไป”

(วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม, 93 :2535)

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ดุจวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับดูเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้เพื่อประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม

“In service Business, especially hospitality business, customer loyalty is essential to their success”

“ในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจ การโรงแรม, ความพึงพอใจของลูกค้าและ ความเชื่อถือจากลูกค้าคือความสำเร็จของ ธุรกิจนั้น”

Huizhang Shen and Jidi Zhao, Shanghai Jiao Tong University

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำ Repurchase Behavior

พฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำ Repurchase Behavior มีความสัมพันธ์
อย่างลึกซึ้งกับความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)
พฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำเป็นผลมาจากความพึงพอใจลูกค้า
(Customer Satisfaction) จากประสบการณ์ที่ผ่านมา

(คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า, ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์ 28:2549)

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำ Repurchase Behavior

ข้อดีของพฤติกรรมการณ์ซื้อซ้ำ

1. ลูกค้าที่ซื้อซ้ำสร้างรายได้โดยตรงแก่โรงแรม
2. การที่ลูกค้าบอกต่อ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา
3. การซื้อซ้ำเป็นการสร้างฐานของลูกค้าที่ภักดี

(คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า, ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์ 28:2549)

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

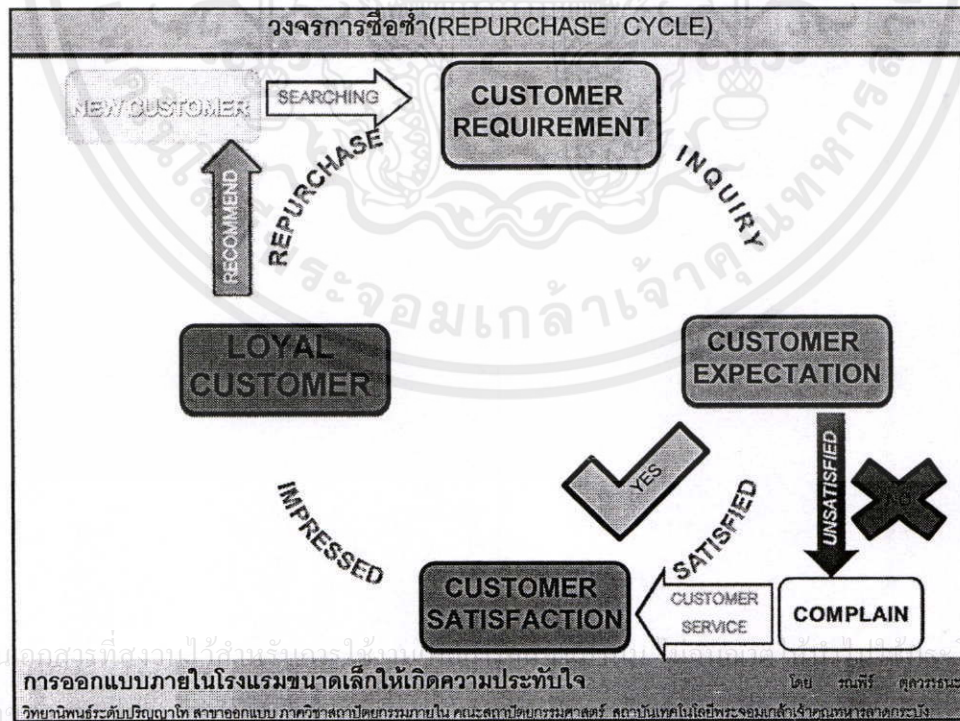
โดย ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ลูกค้าผู้ภักดี(Loyal Customer)

1. ค่าใช้จ่ายในการรักษาลูกค้าเก่า ต่ำกว่า การสร้างลูกค้าใหม่
2. มักจะกลับมาซื้อสินค้า/บริการนั้นด้วยความมั่นใจ
3. ลูกค้าที่ซื้อสัต์ยมีแนวโน้มว่าจะซื้อเพิ่มขึ้นหรือทดลองบริการอื่น ๆ หรือซื้อการบริการในระดับที่สูงขึ้น
4. ลูกค้าที่ซื้อสัต์ย หรือประทับใจในการบริการ แนะนำให้เกิดลูกค้าใหม่ มาใช้บริการ เพราะคำพูดจากลูกค้าเก่า มักจะมีน้ำหนักในการตัดสินใจมากกว่าถ้อยคำในโฆษณา

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
 วิทยาลัยพระระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ใน... ขั้นตอนการกำ
 ไม่ว่าจะกรณีใด... นำไปใช้

ทบทวนวรรณกรรม(Literature Review)

ขนาดห้อง

ประเภท	พื้นที่รวม (ตร.ม. ต่อห้อง)
โรงแรมสำหรับการประชุม (Convention Hotel) ซึ่งประกอบด้วยห้องประชุมขนาดใหญ่ โน้ทคลับ	55-65
โรงแรมกลางเมือง	45-55
โรงแรมริมทาง	35-45
รีสอร์ท	40-55
โรงแรมขนาดเล็กถึงขนาดกลาง	20-30
โรงแรมราคาถูก Hostel	18-20

ดร.ชำนาญ บุญญาพุทธพงศ์,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ทบทวนวรรณกรรม(Literature Review)

แสงสว่าง

กฎกระทรวงมหาดไทย ฉบับที่ ๓๔ (พ.ศ. ๒๕๓๔) ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๓๕ มาตรา ๕ (๓) และมาตรา ๘ (๕) และ (๖) หมวด ๓ ระบบการจัดแสงสว่างและการระบายอากาศ ตารางที่ 3 หน้า 220

ลำดับ	สถานที่ (ประเภทการใช้)	หน่วยความเข้มของแสงสว่าง ลักซ์ (LUX)
1	ที่จอดรถ	50
2	ช่องทางเดินภายในอาคารอยู่อาศัยรวม	100
3	ห้องพักในโรงแรมหรืออาคารอยู่อาศัยรวม	100
4	ห้องน้ำ ห้องส้วมของโรงงาน โรงเรียน โรงแรม สำนักงาน หรืออาคารอยู่อาศัยรวม	100
5	โรงแรมหรืสห (บริเวณที่นั่งสำหรับคนดูขณะที่ไม่มีการแสดง)	100
6	ช่องทางเดินภายในโรงงาน โรงเรียน โรงแรม สำนักงาน หรือสถานพยาบาล	200

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ทบทวนวรรณกรรม(Literature Review)

แสงสว่าง

ลักษณะงาน	ความเข้มของแสง (LUX)
อาคารที่พักและโรงแรม	
โรงแรม	
ห้องโถงทางเข้า	300
ห้องอาหาร	200
ห้องครัว	500
ห้องนอน ห้องน้ำ	
ทั่วไป	100
เฉพาะตำแหน่ง	300

วิศวกรรมการส่องสว่าง (Illumination Engineering) โดย ศุภี บรรจงจิตร ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง บทที่ 6 ชีบบังคับแสงสว่าง 109-110 :2542

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ดุลวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

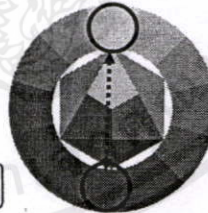
ทบทวนวรรณกรรม(Literature Review)

โครงสี

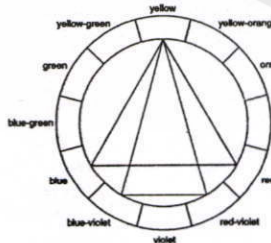
จากทฤษฎีสี ของโยฮาน อิตเตน แบล โดยอาจารย์ธเนศ อ่าวสินธุศิริ และคณะ 110 : 2542



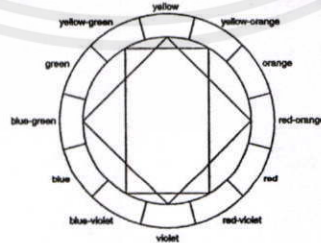
วงจรงสี



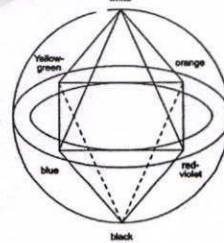
โครงสี 2 สี



โครงสี 3 สี



โครงสี 4 สี



โครงสี 6 สี

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ดุลวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

งานด้านการค้า
นำไปใช้

ทบทวนวรรณกรรม(Literature Review)

จากทฤษฎีของโยฮาน อิตเตน แปล โดยอาจารย์เนศ ชำวสินธุศิริ และคณะ 110 : 2542

โครงสร้าง

สีโทนเย็น สีโทนร้อน

สีโทนสว่าง
สีโทนมืด

โครงสร้าง ร้อน-เย็น

โครงสร้าง มีด-สว่าง

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณนพ ทุลวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เครื่องมือในการวิจัย(Research Tools)

This Questionnaire is a part of Data collecting process of a Master's Thesis in Interior architecture program, King Mongkut Institute of Technology Ladkrabang.

Contact the researcher at Mobile Number 081-6682416 or ronnapee.t@bu.ac.th

Dear Guest,

We would appreciate your sincerely answer to this questions;

1. You are female male age under 25 25-40 over 40.
2. You came from Asian European American other country.
3. You come to Thailand for the first time more than one time.
4. The trip is business only leisure only both leisure and business.
5. The trip last less than 3 days less than 1 week more than 1 week.
6. You come to Bangkok only Bangkok and other provinces.
7. There are (is) only you just two more than three in your group.
8. You stay at this hotel for the first time more than one time.
9. You stay in the room type standard suite other _____
10. You chose this hotel from internet advertising tour agency.
 other _____
11. Do you like this hotel yes no
12. You like this hotel because of service interior design both.
13. The part of this hotel you like the most lobby room restaurant
 other _____

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณนพ ทุลวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เครื่องมือในการวิจัย(Research Tools)

11. Do you like this hotel yes no

12. You like this hotel because of service Interior design both.

13. The part of this hotel you like the most lobby room restaurant
Other _____

	Excellent	Good	Fair	Poor	Very poor
Room atmosphere					
Size of the room					
Room layout					
Room Space					
Color scheme					
Furniture size					
Furniture style					
Bathroom size					
Bathroom style					

14. Will you come to this hotel again? yes no

15. Will you come to Thailand again? Yes no

16. What would you suggest to improve this hotel?

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เครื่องมือในการวิจัย(Research Tools)

Please Determine these questions as your experience of staying at this hotel	Absolutely	Very	Quite	between	Quite	Very	Absolutely
The level of the answers	1	2	3	4	5		
Do you think the room is							bright
Do you think color of the room is							warm
Do you think the room is							monotone
Do you think the room is							spacious
Do you think the room is							wide
Do you think style of the room is							Modern
Do you think style of the room is							Contemporary
Do you think the room decoration is							Unique
Do you think style of the room is							Formal
Do you think style of the room is							Elegant
Do you think the furniture is							comfortable
Do you think the style of furniture is							Luxury
Do you think the number of furniture is							Too much
Do you think the size of furniture is							Too big

Thank you very much for dedicating your valuable time to answer this questionnaire. Your comment is very welcome because it is the most valuable information for the further improvement. We hope that you would have a present journey and enjoy staying at the hotel.

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การเลือกโรงแรมกรณีศึกษา

1. ลักษณะของโรงแรม เป็นโรงแรมประเภทธุรกิจ และท่องเที่ยว
2. ที่ตั้งของโรงแรม อยู่ในเขตเมืองหลวง กรุงเทพมหานคร และอยู่ในย่านธุรกิจที่มีรถไฟฟ้าผ่านโดยเฉพาะถนนสุขุมวิท
3. จำนวนห้องพักประมาณ 50-70 ห้อง
4. ลักษณะการตกแต่งโรงแรม แบบบูติกไฮเต็ล
5. ระยะเวลาเปิดทำการ ไม่เกิน 2 ปี
6. เป็นโรงแรมที่มี เว็บไซต์ บนอินเทอร์เน็ต

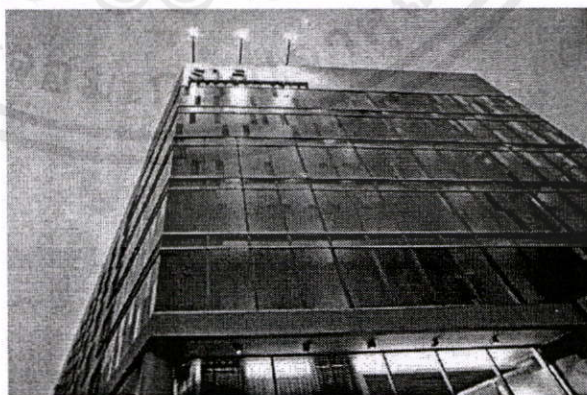
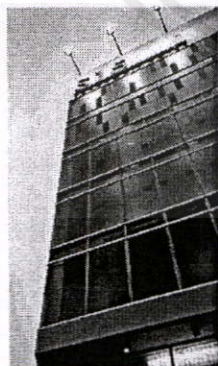
การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ดุสรรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรณีศึกษา โรงแรมที่ 1 S15 Sukhumvit15

S15
SUKHUMVIT HOTEL



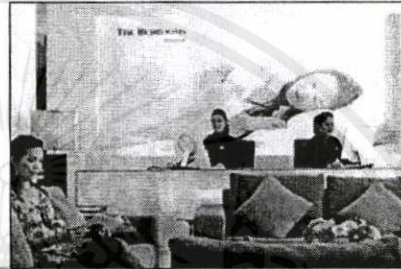
การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ดุสรรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรณีศึกษา โรงแรมที่ 2 The Bedroom Bangkok

THE BEDROOMS
BOUTIQUE HOTEL
BANGKOK



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรณีศึกษา โรงแรมที่ 3 IMM Fusion Sukhumvit



imm fusion
SUKHUMVIT



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่... โปรดใช้...
ไม่ว่ากรณีใดๆ... นำไปใช้

การเปรียบเทียบกรณีศึกษา Case Study Comparison				
ความสว่าง	Lux	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
Overall		218	169	127
Bed		328	201	132
Dress/work area		365	129	328
Bath room		425	169	55

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุลวรรณะ
 วิทยาลัยพระตำหนักบริเวณท่าเรือ สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การเปรียบเทียบกรณีศึกษา Case Study Comparison				
ขนาดห้อง	ตารางเมตร	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
Overall area		30.40	18.00	18.80
Bath room		8.22	3.75	3.32

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุลวรรณะ
 วิทยาลัยพระตำหนักบริเวณท่าเรือ สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ

การเปรียบเทียบกรณีศึกษา Case Study Comparison

โครงสร้าง	จำนวนสี	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
Overall area		3 สี	3 สี	7 สี
Bath room		8.32	3.75	3.32

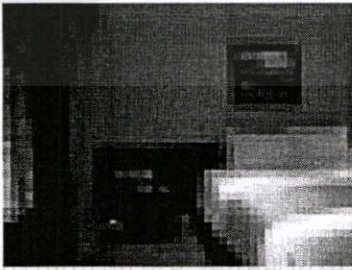
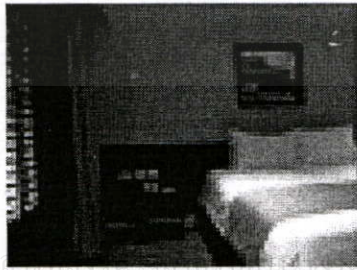
การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุสิตวรรณ
 วิทยาลัยนวัตกรรมการบริการ สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การเปรียบเทียบกรณีศึกษา Case Study Comparison



S15 Sukhumvit Hotel

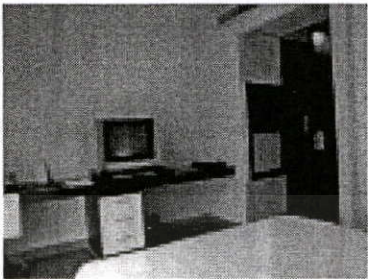
3 สี Monotone




การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุสิตวรรณ
 วิทยาลัยนวัตกรรมการบริการ สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำออกไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า นำไปใช้

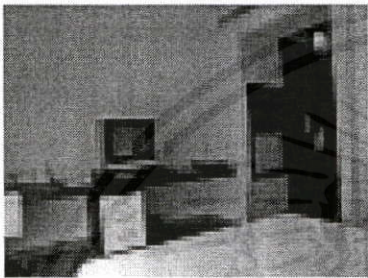

การเปรียบเทียบกรณีศึกษา Case Study Comparison



The Bedroom
Boutique Hotel

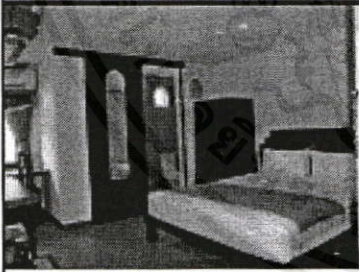


3 สี Monotone

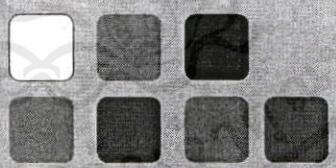



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

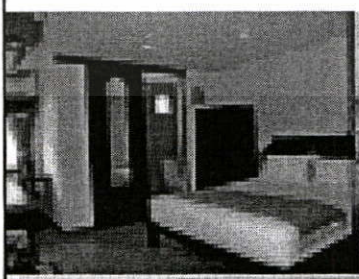
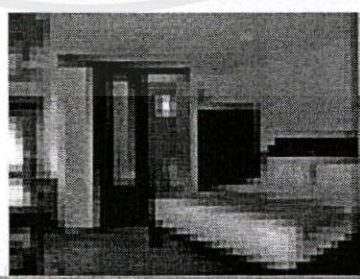
การเปรียบเทียบกรณีศึกษา Case Study Comparison



Imm Fusion Sukhumvit Hotel



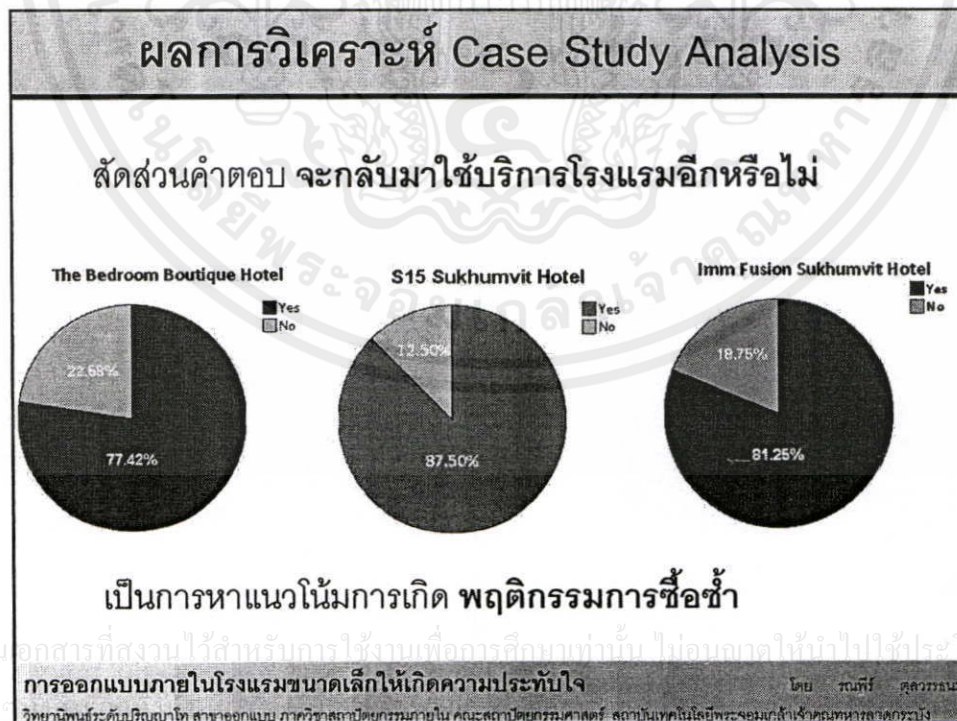
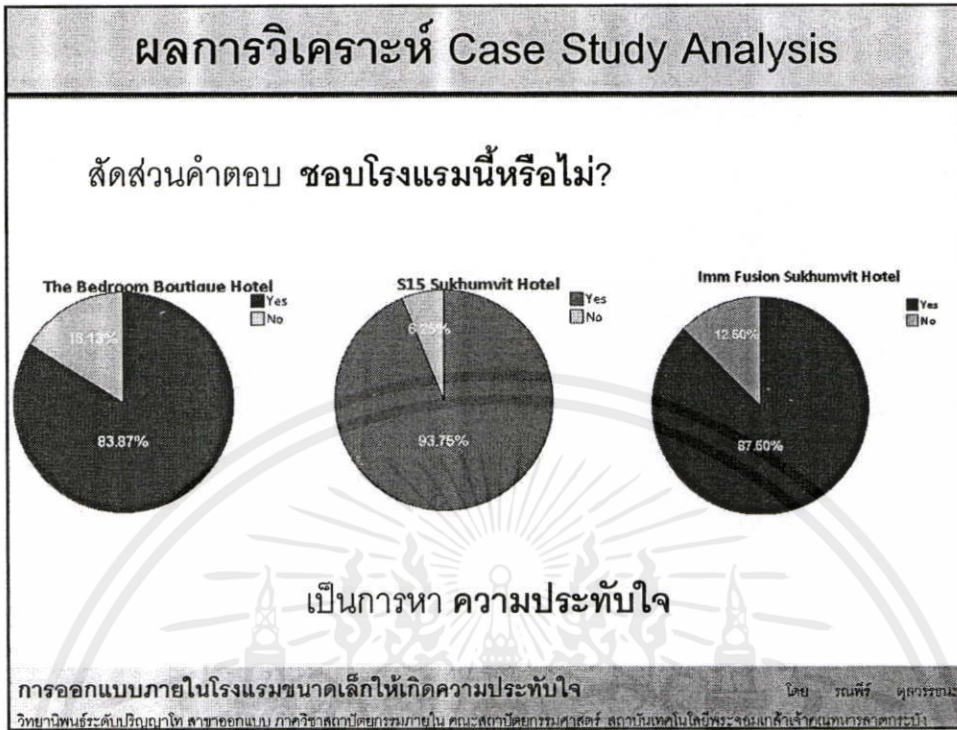
7 สี Colorful

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

ใช้ไปใช้ไป
ชนด้านการค้า
นำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรรมสิทธิ์ นำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis			
ขนาดห้อง ตารางเมตร	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
Literature Review	Small hotel 20 - 30		
POE	30.40	18.00	18.80
Questionnaire (Mean : scale 1 to 5)	4.19	3.32	1.62

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis			
	S 15 Sukhumvit	The Bedroom Boutique	Imm Fusion Sukhumvit
Room Atmosphere	4.25	4.06	3.94
Room Size	4.56	3.58	2.62
Room Layout	4.25	4.00	3.75
Room Space	4.56	3.55	2.81
Color Scheme	4.25	4.03	3.87
Lighting Design	4.38	3.68	3.94
Furniture Size	4.38	4.03	3.88
Furniture Style	4.44	3.97	3.69
Bathroom Size	4.69	3.58	3.81
Bathroom Style	4.50	3.74	3.75

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis			
ความสว่าง Lux	S 15 Hotel	The Bedroom	Imm Fusion
Literature Review	100 (Min.) to 300 (Recommended)		
POE	328	155	132
Questionnaire (Mean : scale 1 to 5)	4.75	3.10	3.12

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis		
ความสว่าง (ในห้อง)	จำนวนหลอด	อุปกรณ์
S15	6	Incandescent 12 V. 50 Watts.
The Bed Room	4	Incandescent 220 V. 40 Watts.
Imm Fusion	3	Compact Fluorescent 18 Watts.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ ไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำ
ไปใช้

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis				
โครงสร้าง	จำนวนสี	S 15 Sukumvit	The Bedroom	Imm Fusion
Literature Review		น้อยกว่า 3(monotone) มากกว่า 3 (Colorful)		
POE		3 สี	3 สี	7 สี
Questionnaire (Mean : scale 1 to 5)		4.25	4.03	3.87

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis				
จากการเปรียบเทียบด้วยหลักทางสถิติแบบ การวิเคราะห์ เพื่อเปรียบเทียบเพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ตอบว่าประทับใจและไม่ประทับใจ มีนัยยะสำคัญในปัจจัยต่างๆดังนี้				
ค่านัยยะสำคัญ	S 15 Sukhumvit	The Bedroom	Imm Fusion	
ขนาดห้อง	0.000	0.000	0.000	
โครงสร้าง	0.002	0.214	0.010	
แสงสว่าง	0.000	0.004	0.005	
การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ				
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง				

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

โดย รณพีร์ ตูลวรรณะ

ชั้นด้านการค้า
นำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ Case Study Analysis

	S 15 Sukhumvit	The Bedroom Boutique	Imm Fusion Sukhumvit
Luminance	4.75	3.10	3.12
Color Cold/Warm	3.94	3.45	4.19
Colorful / Monotone	4.63	4.10	2.06
Space Tiny/ Spacious	4.19	3.32	1.62
Space Narrow/ Wide	4.19	3.29	2.50
Style Classic/Modern	3.06	3.32	3.31
Style Old fashion/Contem	3.94	3.68	3.00
Style Typical/Unique	4.12	3.39	3.88
Style Formal/Informal	3.00	3.10	3.00
Style Casual/Elegant	3.69	3.13	2.56

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สรุปผลการวิเคราะห์ Analysis Summary

สามารถจะสรุปเป็นข้อแนะนำในการออกแบบได้ดังนี้

1. ผู้เข้าพักโรงแรมมีความประทับใจกับการออกแบบห้องพักที่มีขนาดห้องพักมากกว่า 30 ตารางเมตร
2. ผู้เข้าพักโรงแรมมีความประทับใจกับการออกแบบห้องพักที่มีความสว่างของห้องพัก มากกว่า 300 Lux
3. ผู้เข้าพักโรงแรมมีความประทับใจกับการออกแบบห้องพักที่มีโครงสร้างแบบโทนเดียว Monotone color scheme ที่มีจำนวนสี 3 สี

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ

โดย รณพีร์ ศุภวรรณะ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สรุปผลการวิเคราะห์ Analysis Summary

ขนาดห้อง

→

มากกว่า 30 ตร.ม

แสงสว่าง

→

มากกว่า 300 Lux

โครงสี

→

3 สี Monotone

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุจรอรรถนะ
 วิทยาลัยนวัตน์เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

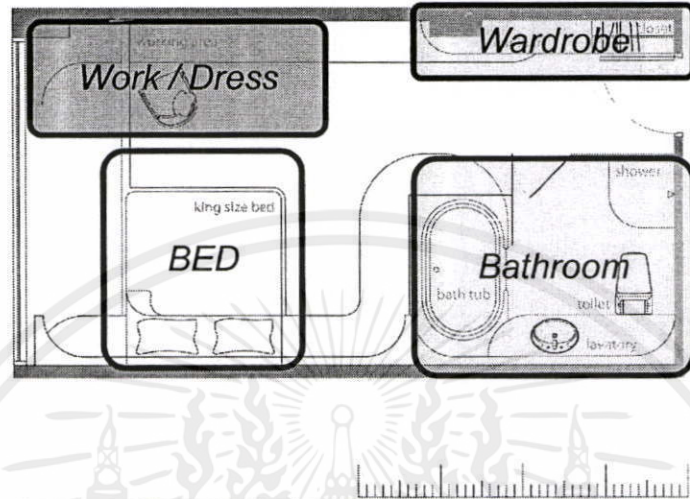
การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design

ในการออกแบบ
ได้เลือกเอาห้องแบบ
Standard ของโรงแรมS
15 Sukhumvit Hotel มา
ใช้เป็นห้องตัวอย่างใน
การออกแบบตาม
แนวความคิด ที่
สอดคล้องกับ
ข้อเสนอแนะ

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ดุจรอรรถนะ
 วิทยาลัยนวัตน์เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

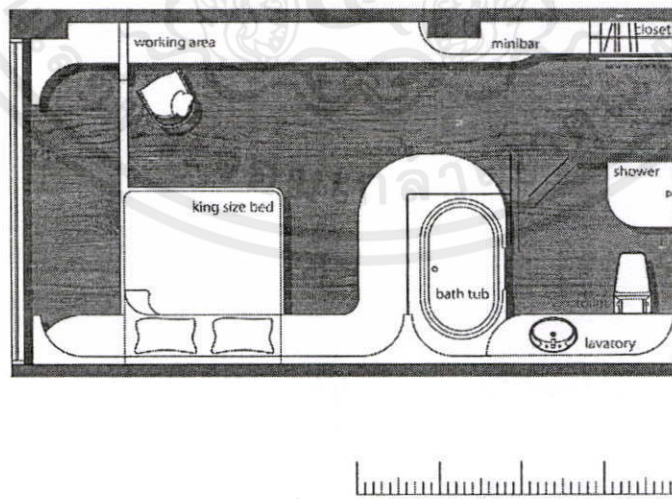
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อให้นักศึกษาใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น การนำเอกสารนี้ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ตูลารวณะ
 วิทยาลัยพระระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ตูลารวณะ
 วิทยาลัยพระระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้เพื่อประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ

การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ตูตวรธรรมะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

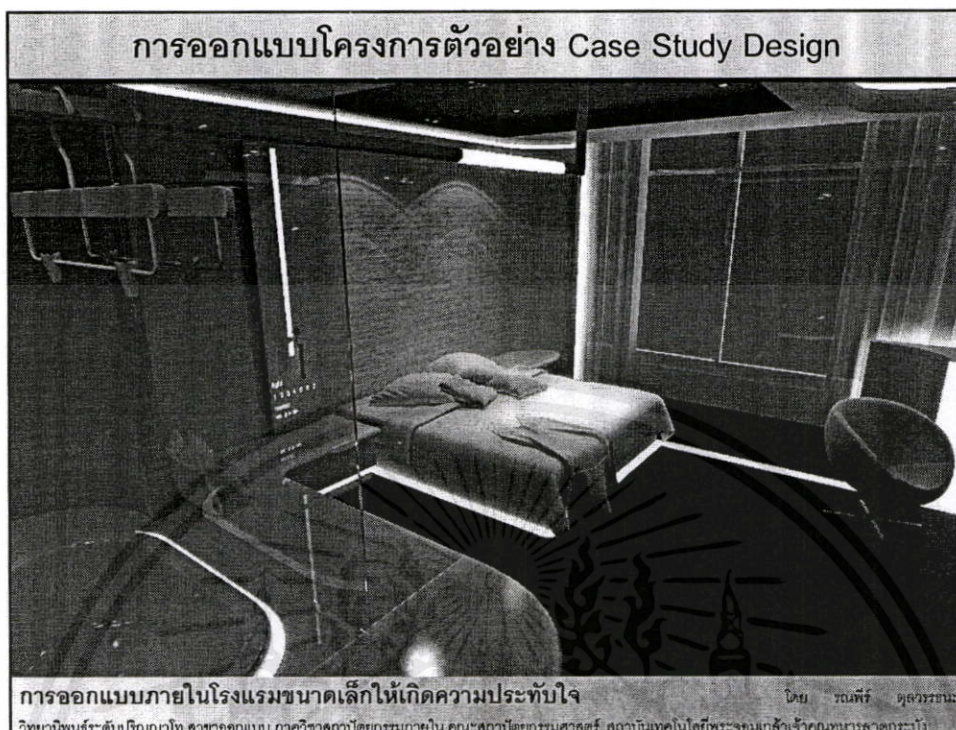
การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณพีร์ ตูตวรธรรมะ
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

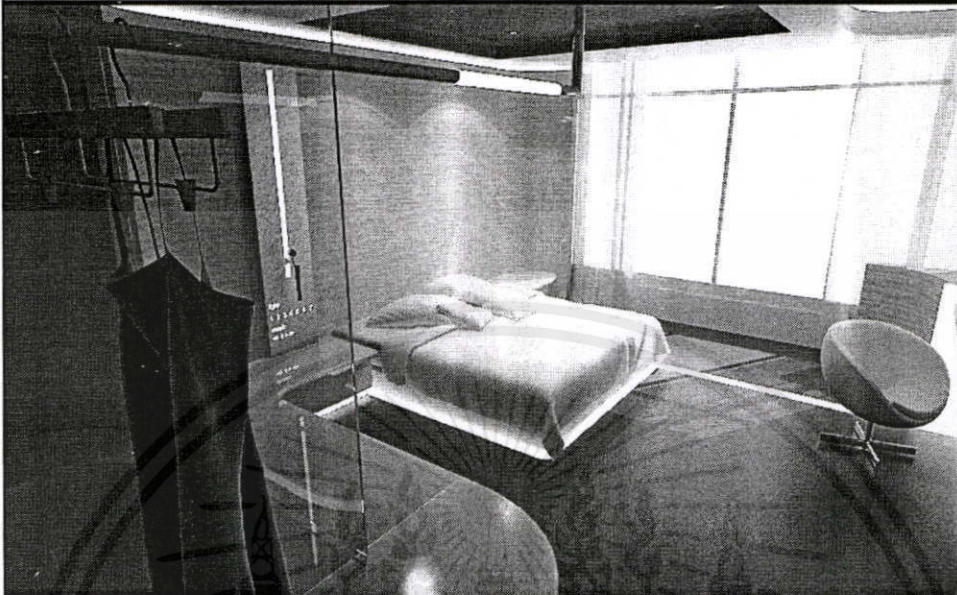
ฉบับนี้
ชั้นด้านการค้า
นำไปใช้



เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใดๆ

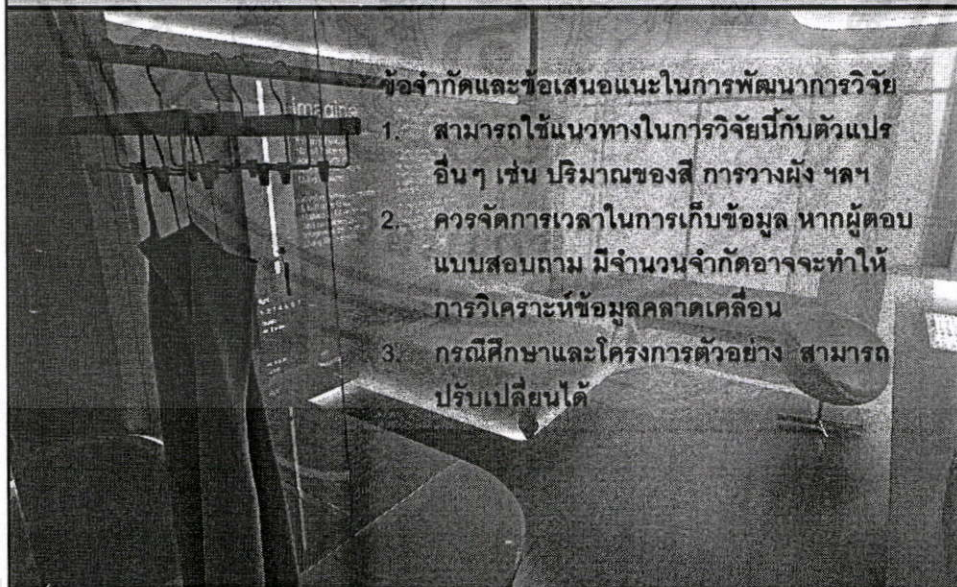
หน้าด้านการค้า
ถ้าไปใช้

การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design



การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณศิริ ศุภวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การออกแบบโครงการตัวอย่าง Case Study Design



ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการวิจัย

1. สามารถใช้แนวทางในการวิจัยนี้กับตัวแปรอื่นๆ เช่น ปริมาณของสี การวางผัง ฯลฯ
2. ควรจัดการเวลาในการเก็บข้อมูล หากผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนจำกัดอาจจะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลคลาดเคลื่อน
3. กรณีศึกษาและโครงการตัวอย่าง สามารถปรับเปลี่ยนได้

การออกแบบภายในโรงแรมขนาดเล็กให้เกิดความประทับใจ โดย รณศิริ ศุภวรรณะ
 วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาออกแบบ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

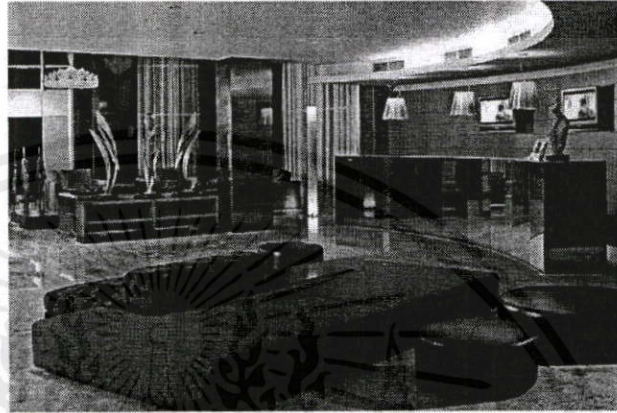
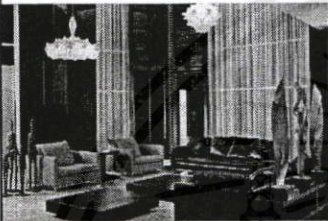
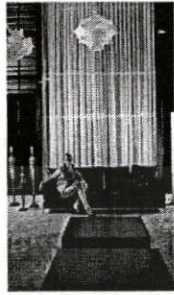
เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใดๆ

ชนด้านการค้า
นำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นการผิดกฎหมายและต้องแจ้งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีคนนำไปใช้

โรงแรม S15 Sukhumvit15 Hotel



LOBBY

โรงแรม S15 Sukhumvit15 Hotel



LOBBY

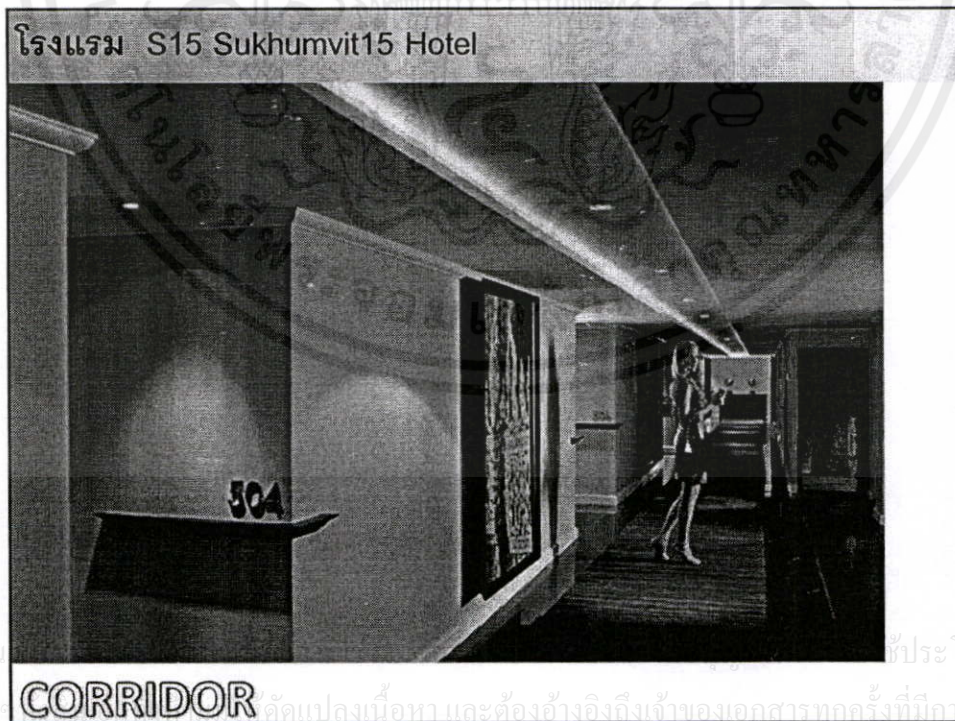
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใด ห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกานำไปใช้



เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

ประโยชน์ด้านการค้า
นำไปได้

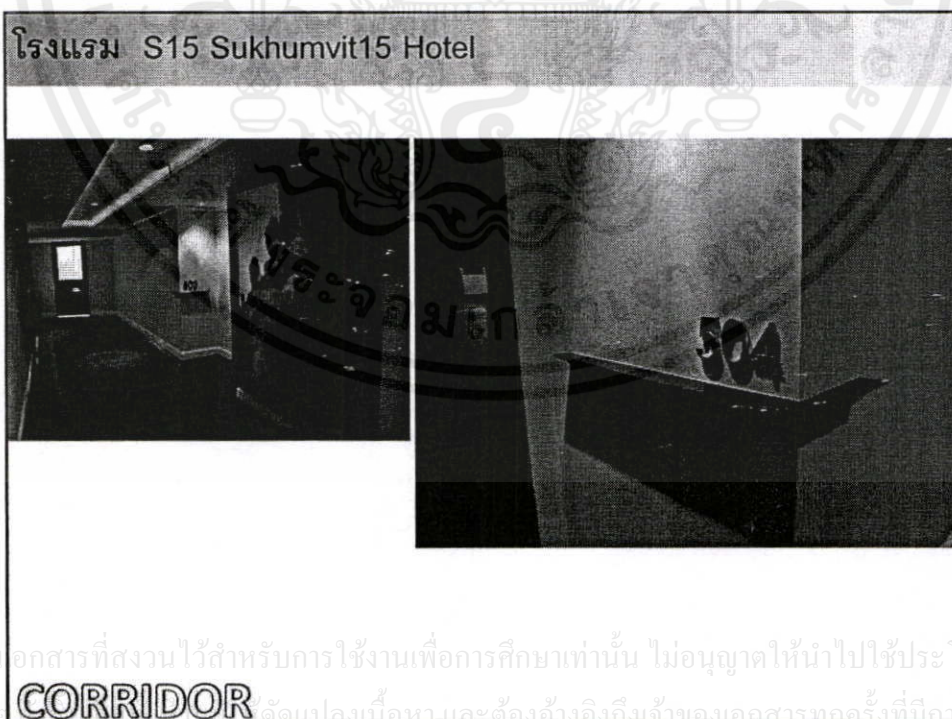


เอกสารนี้เป็น

ไม่ว่ากรณีใด

ที่ประโยชน์ด้านการค้า

ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีให้นำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด



โรงแรม S15 Sukhumvit15 Hotel

ประเภทของห้อง

De Luxe	Junior Suite	S15 Suite
---------	--------------	-----------

GUEST ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ ขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกานำไปใช้

โรงแรม S15 Sukhumvit15 Hotel

ขนาดห้อง

33.5 Sq.M 35.5 Sq.M 46.5 Sq.M

GUEST ROOM

โรงแรม S15 Sukhumvit15 Hotel

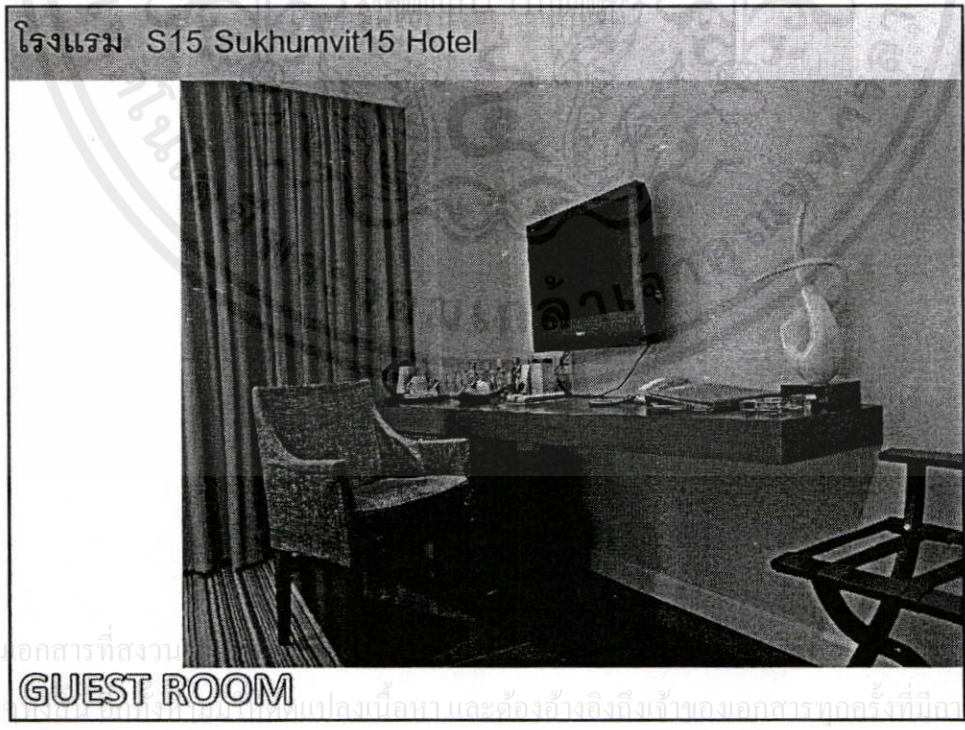
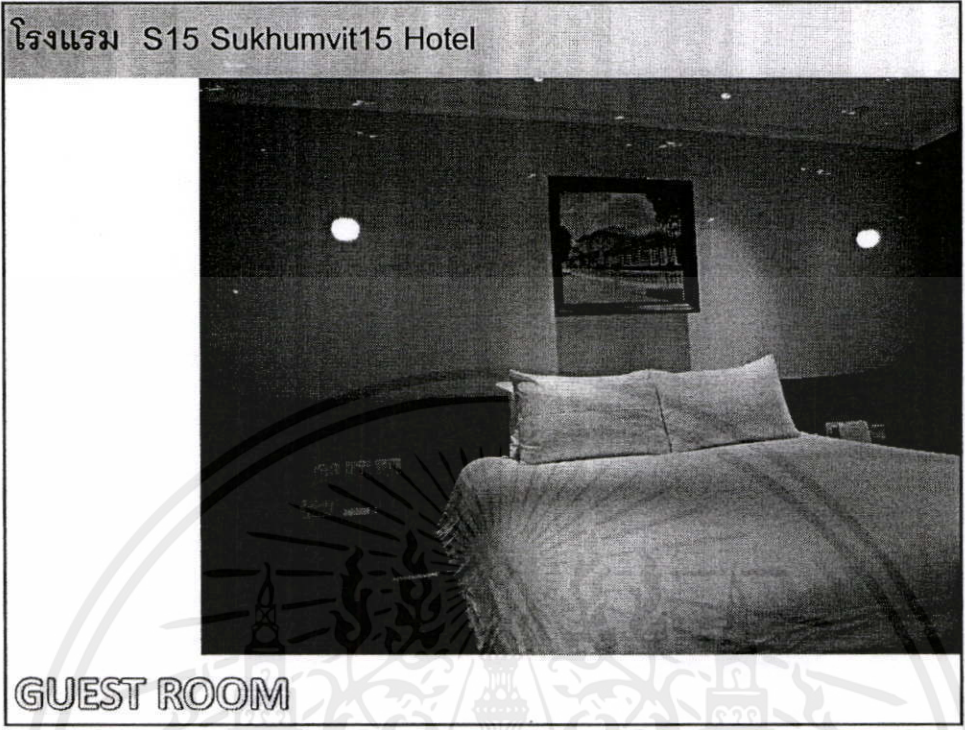
Standard Room length 7.60 M.

Width 4.00 M.

30.4 Sq.M

GUEST ROOM

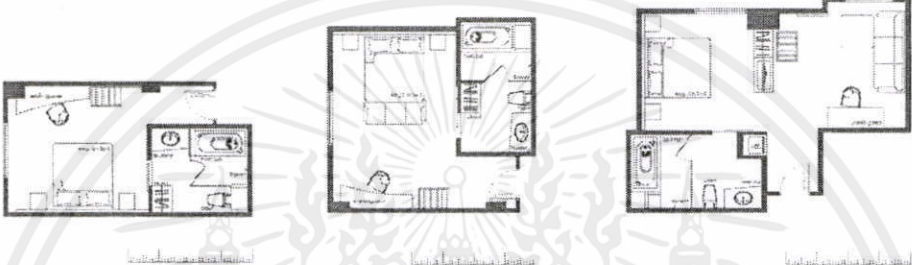
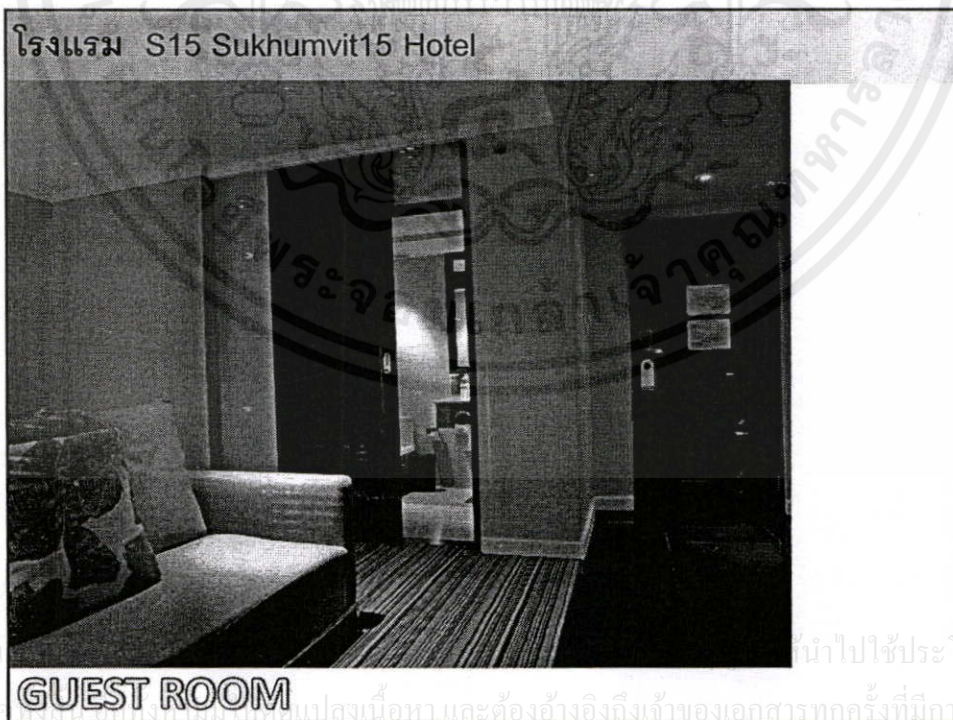
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายการตลาด โทร. 02-262-1111

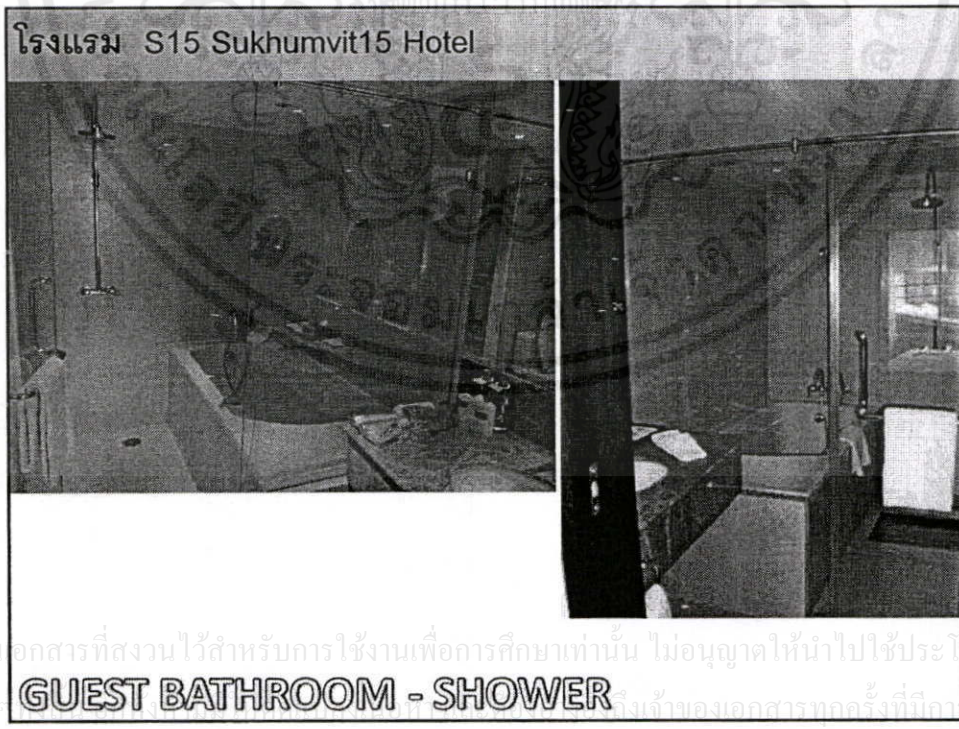
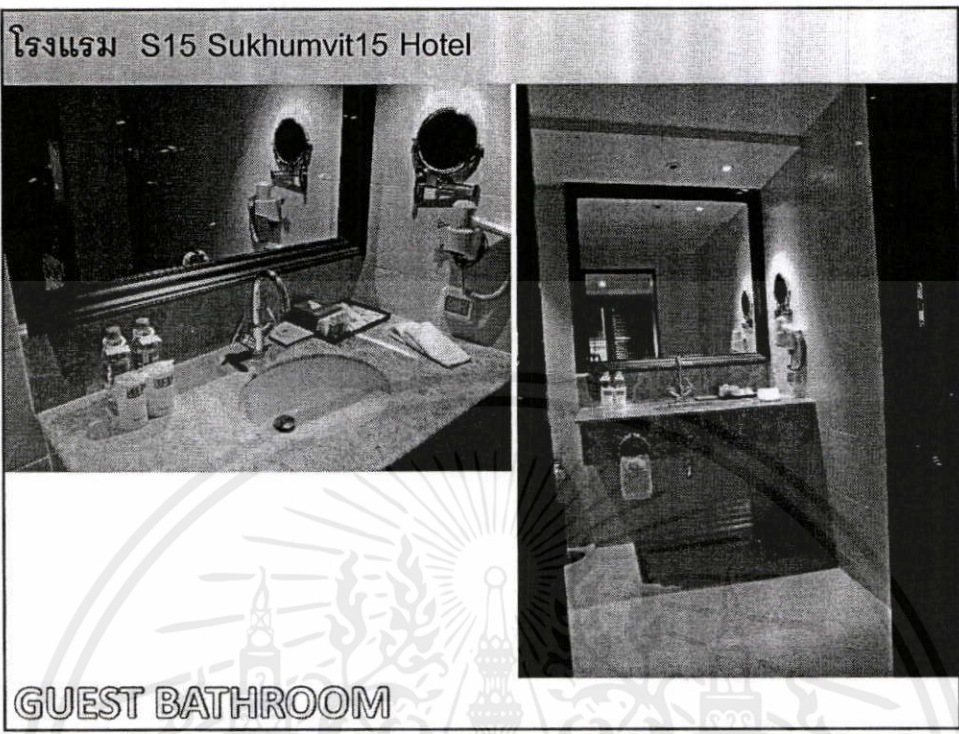


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้นด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดก็ตามหากมีการนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงแรม S15 Sukhumvit15 Hotel

ขนาดห้อง (ตารางเมตร)	Standard	Junior	Suite
Overall area	30.4	35.5	46.5
Bath room	8.2	9.5	9.8



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ ไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดจากการนำเอกสารนี้ไปใช้



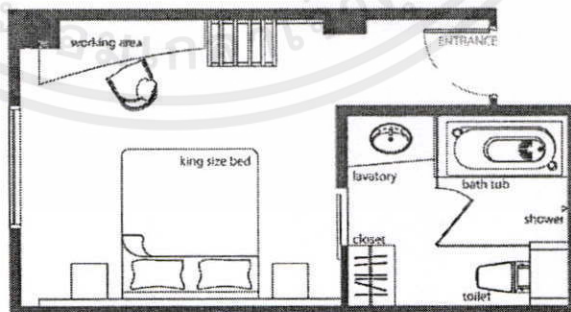
กรณีศึกษา โรงแรมที่ 1 The Bedroom Bangkok

ความสว่าง

Entrance 218 lux

Working 365 lux

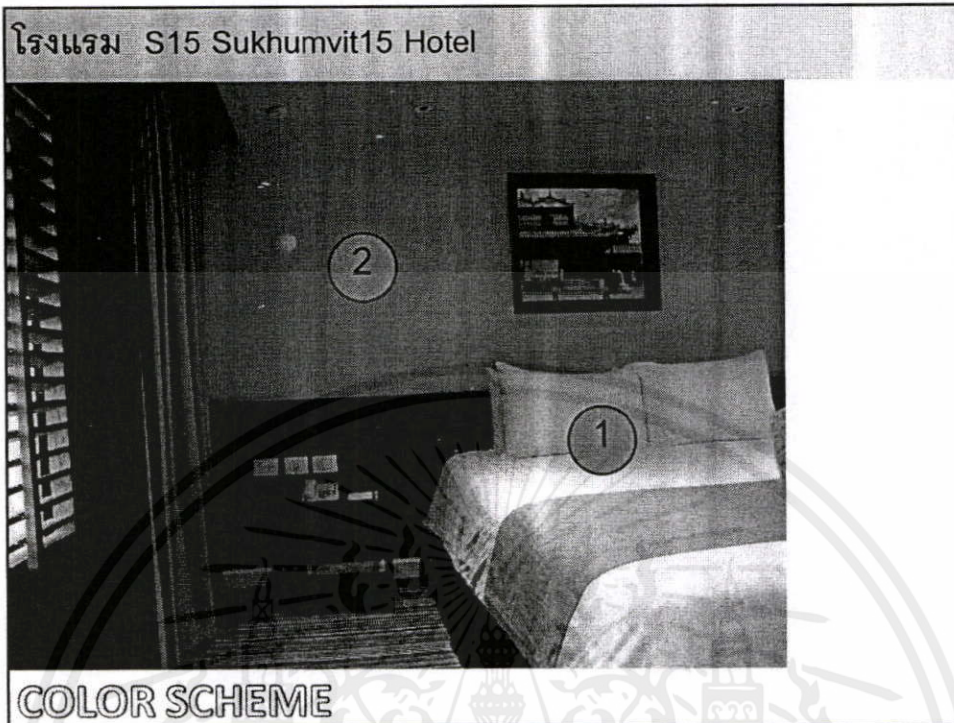
Bed 328 lux



Bathroom 425 lux

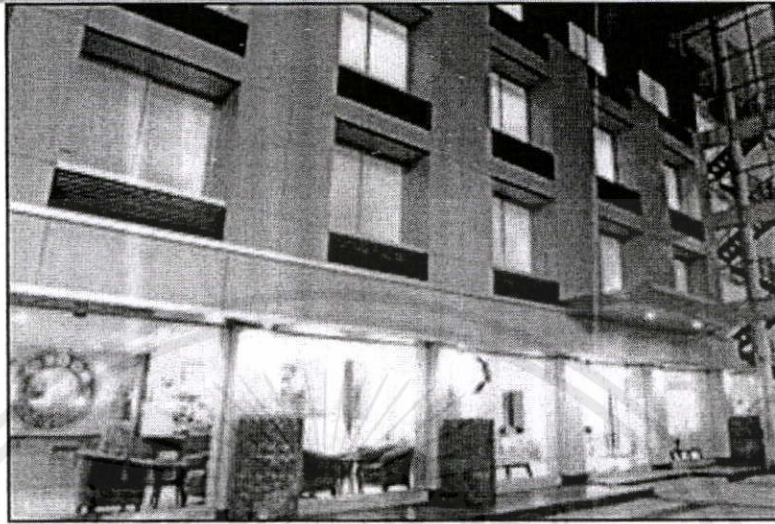
GUEST ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ ก็ตาม หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อผู้จัดทำเอกสาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel

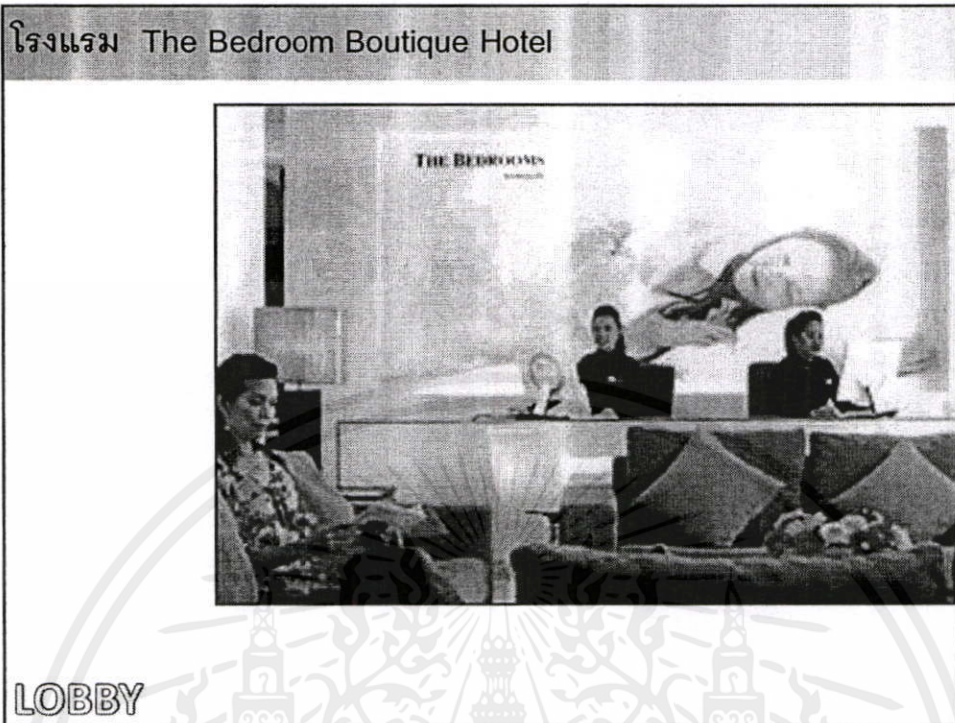


THE BEDROOMS
BOUTIQUE HOTEL
BANGKOK

โรงแรม The Bedrcom Boutique Hotel

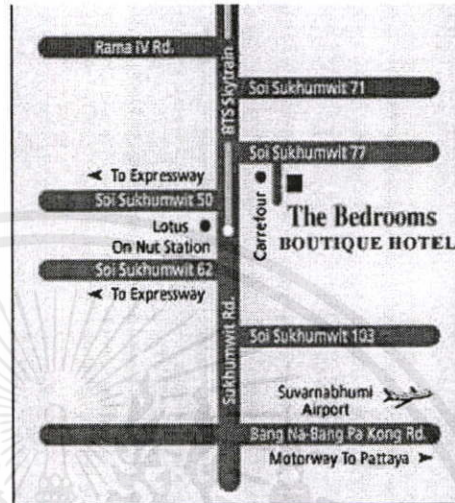
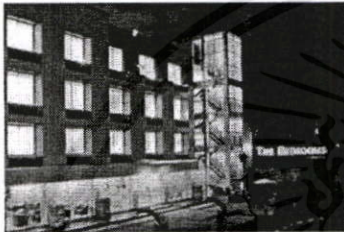


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่เพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้
 ไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม หากมีผู้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสนำไปใช้

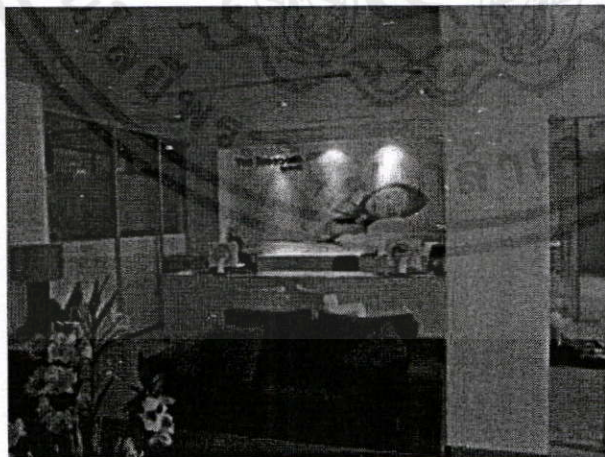


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่ยื่นนำไปใช้

กรณีศึกษา โรงแรมที่ 1 The Bedroom Bangkok

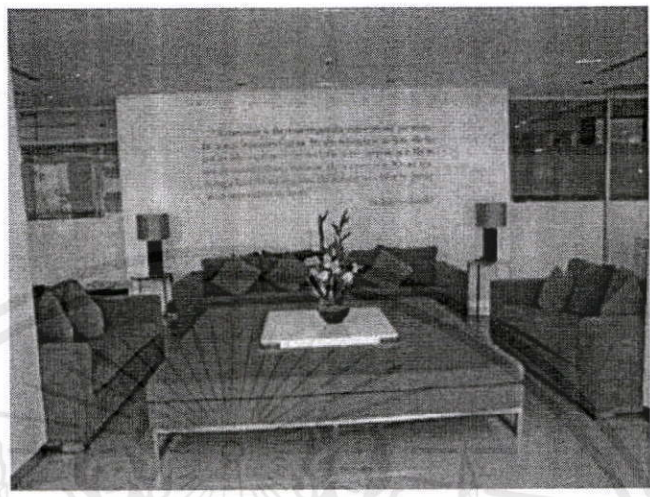


กรณีศึกษา โรงแรมที่ 1 The Bedroom Bangkok



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใด **Lobby** หน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสนำไปใช้

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel



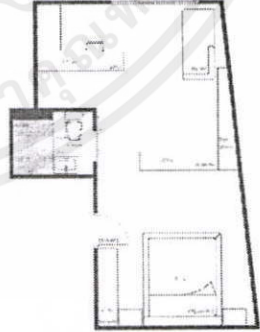
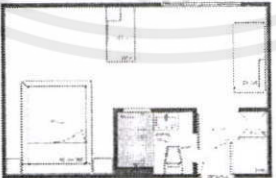
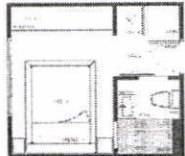
Lobby

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel

ประเภทของห้อง

Standard

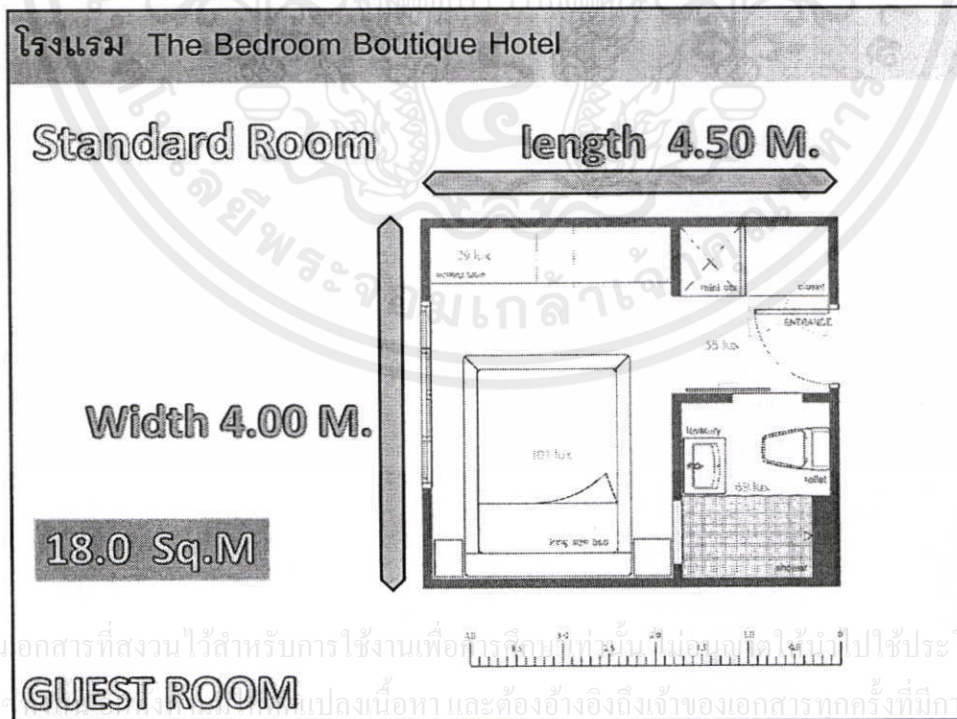
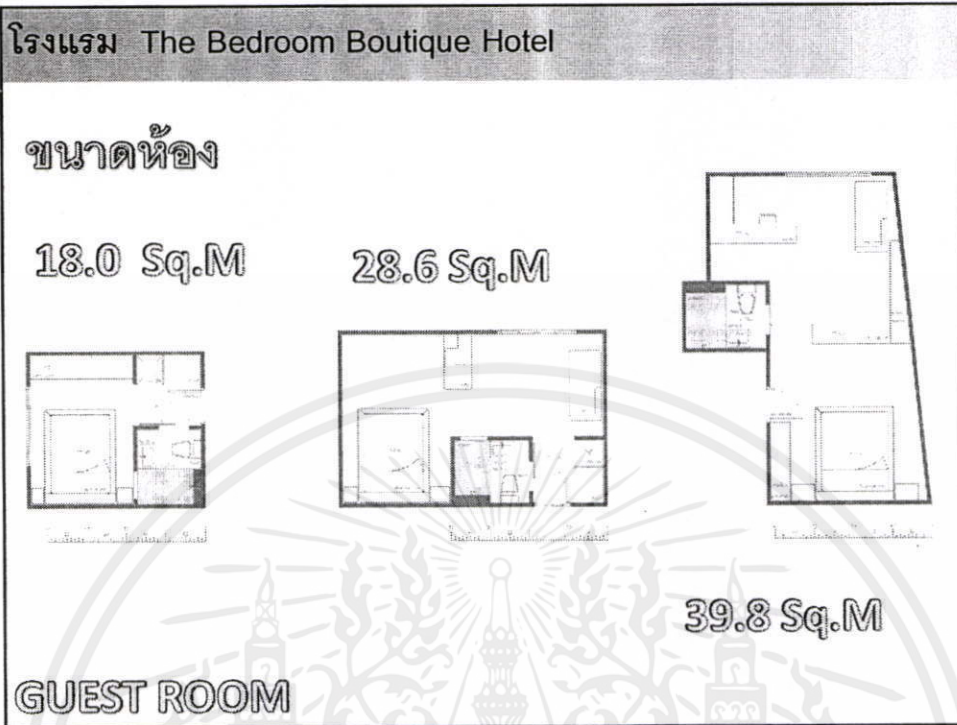
DeLuxe



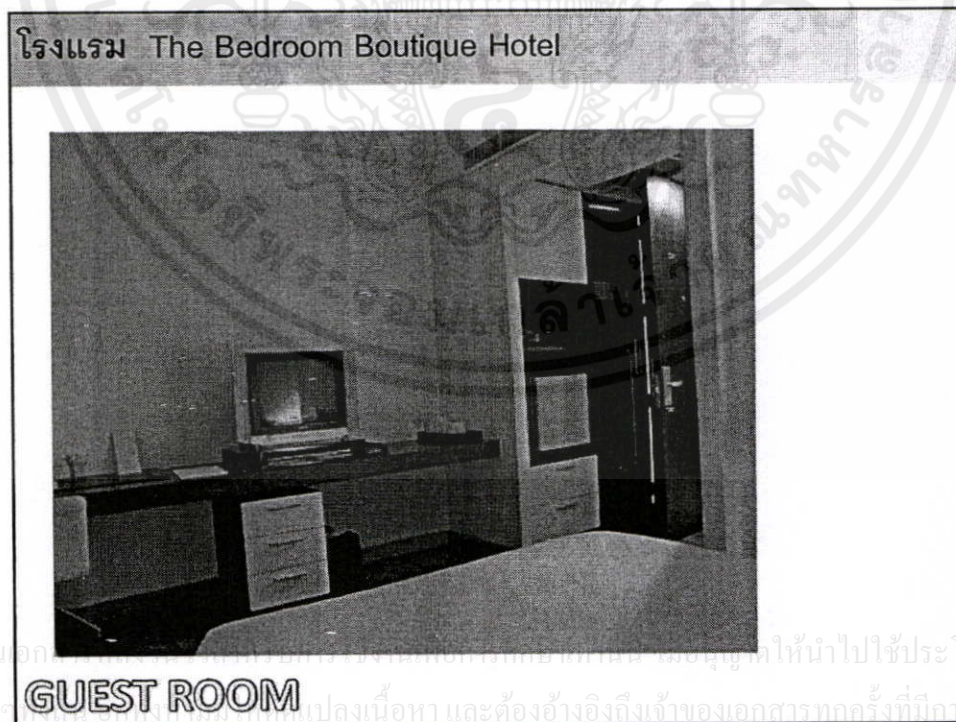
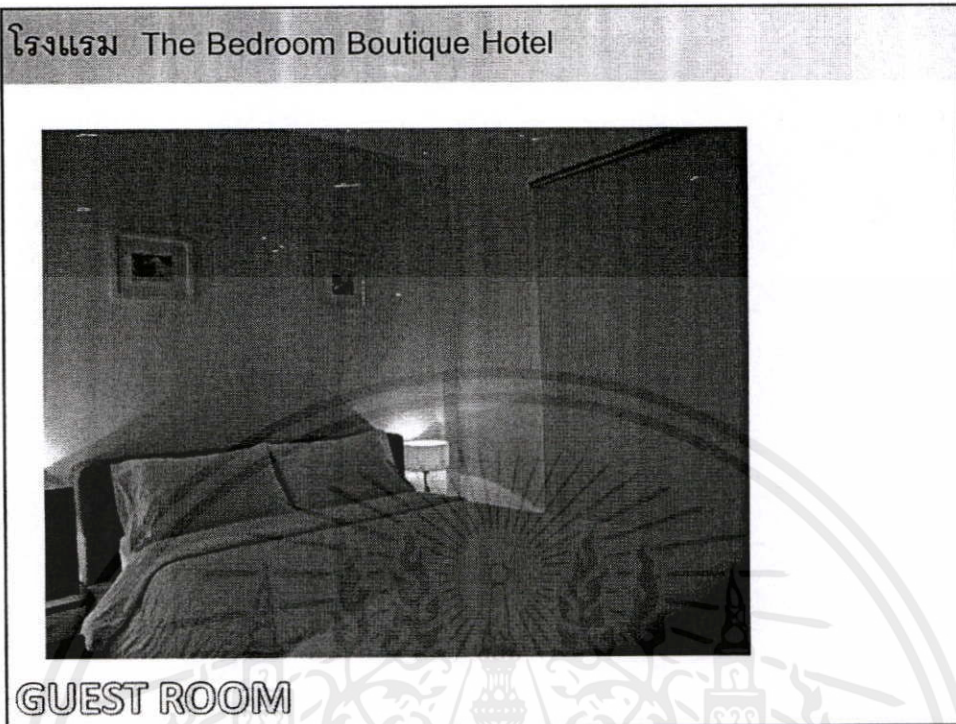
De Luxe Suite

GUEST ROOM

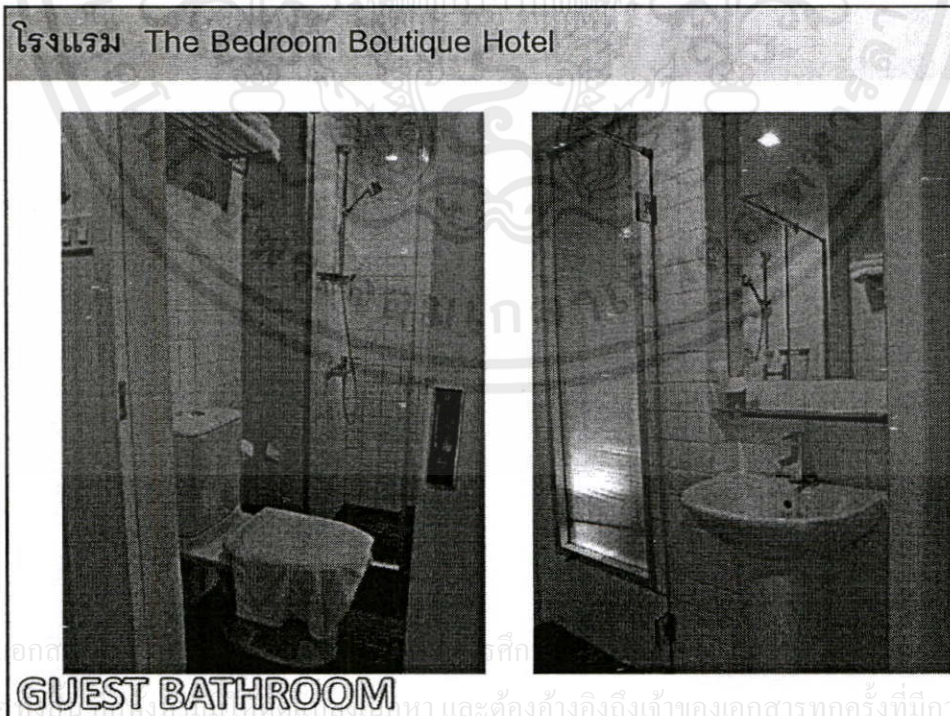
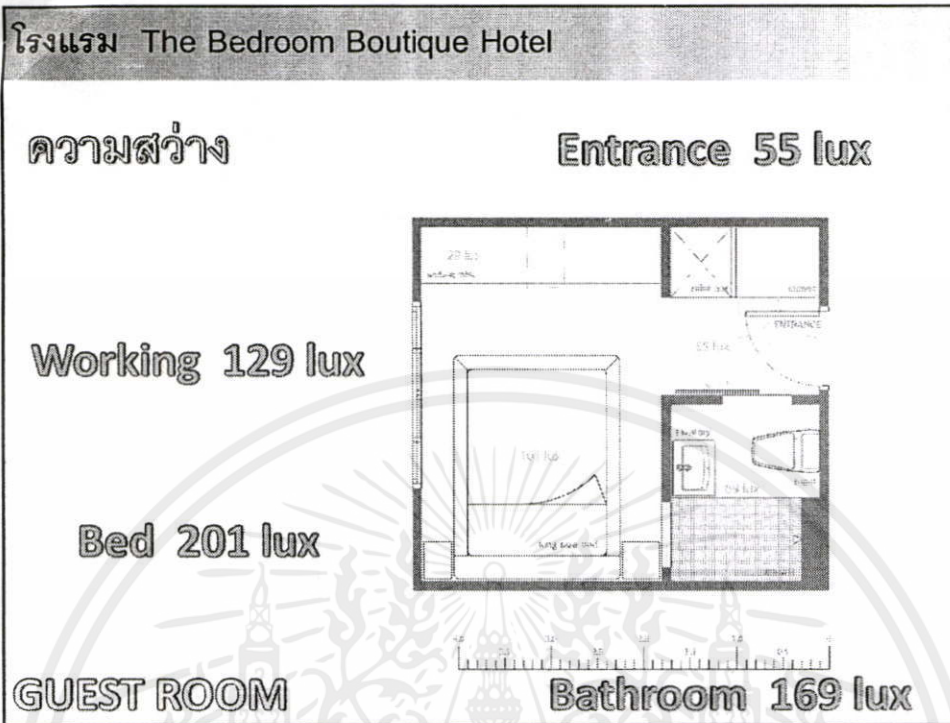
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด



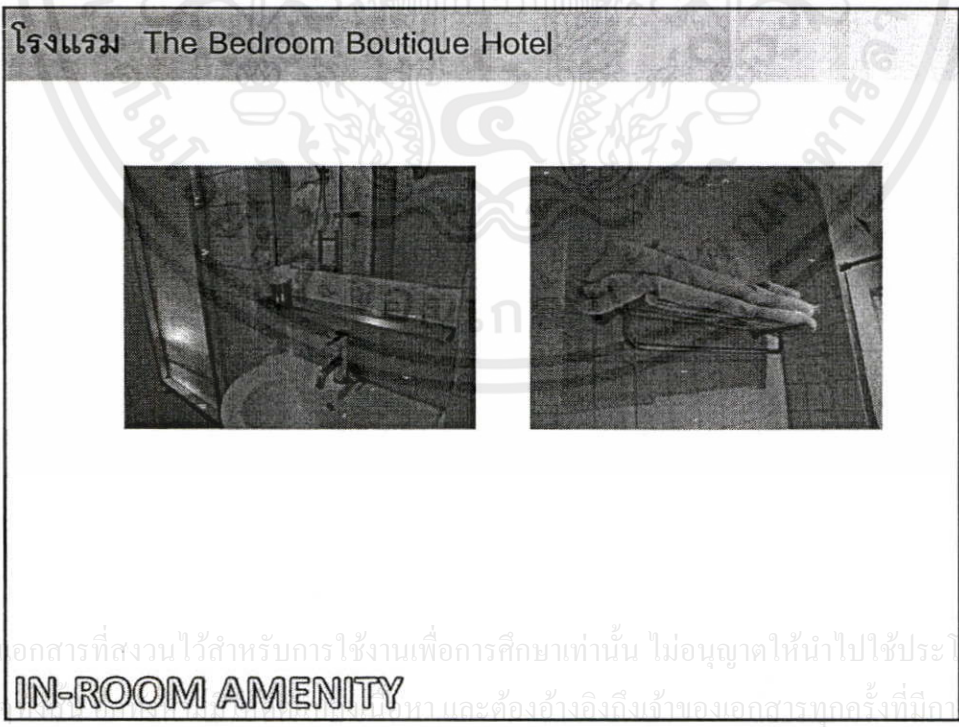
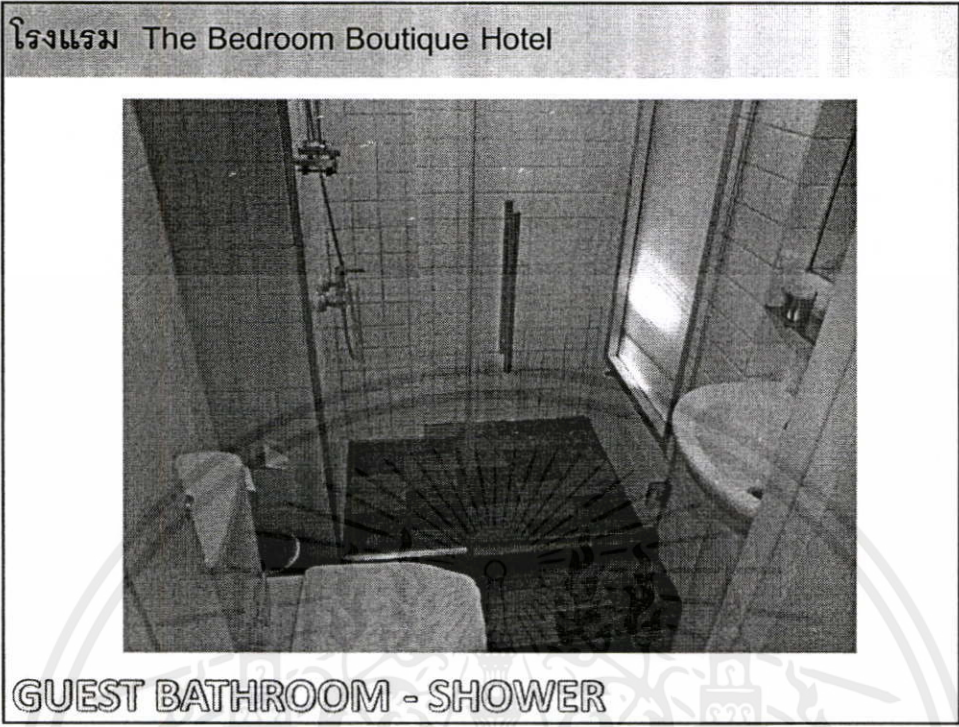
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสนำไปใช้



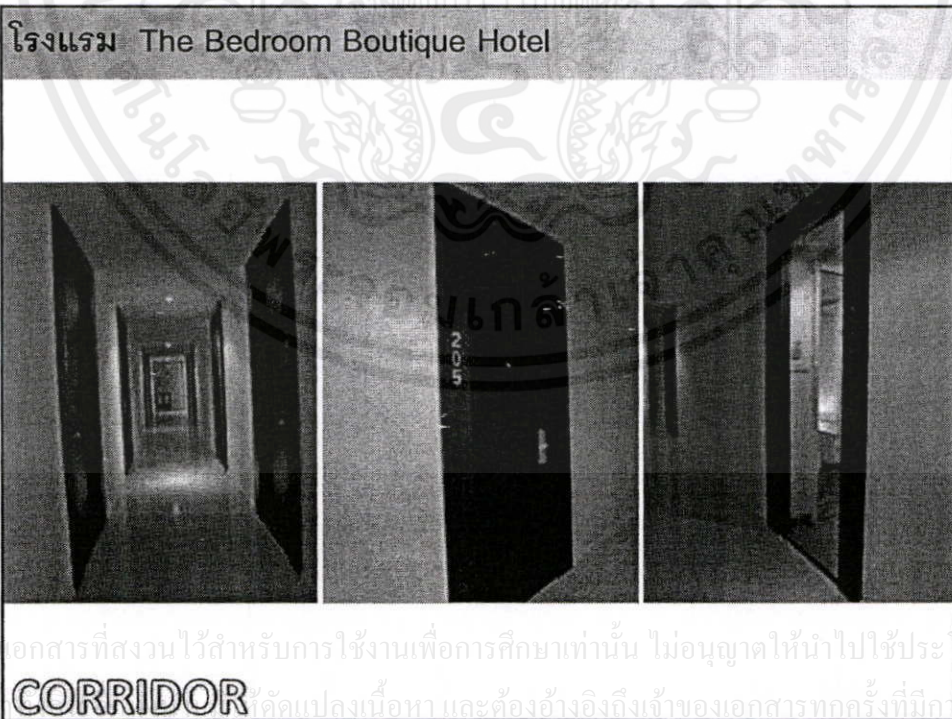
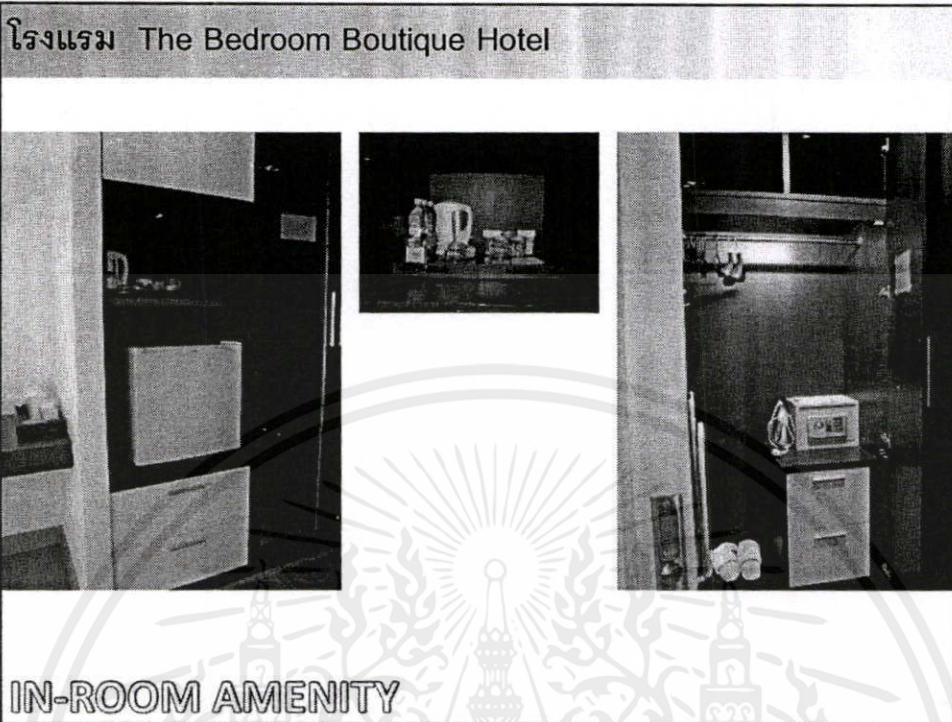
เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการนำเสนอเท่านั้น การตีพิมพ์หรือการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

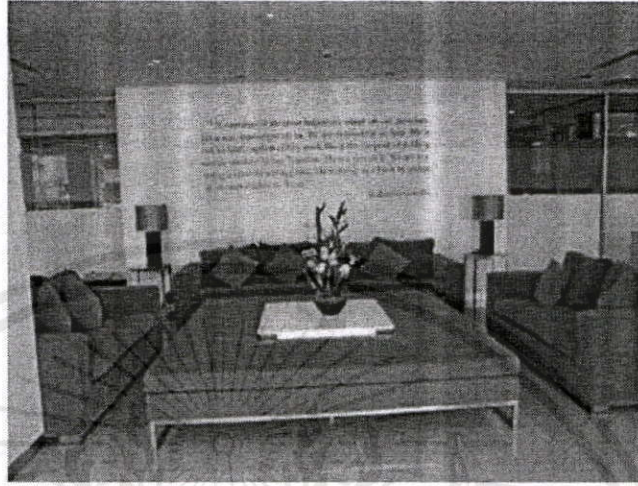


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด ๆ และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกานำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด **CORRIDOR** ด้ดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกานำไปใช้

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel




Lobby

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใด **COLOR SCHEME** ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกานำไปใช้

โรงแรม The Bedroom Boutique Hotel			
ขนาดห้อง (ตารางเมตร)	Standard	Deluxe	Suite
Overall area	18.0	28.6	39.8
Bath room	3.25	4.5	4.5



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษา
 ไม่ว่าการมีได้นั้นดิน อีกนั้นนั้นเป็นให้ดัดแปลงเพื่อกน และดัดง

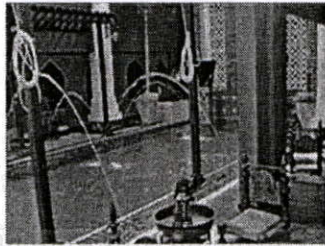
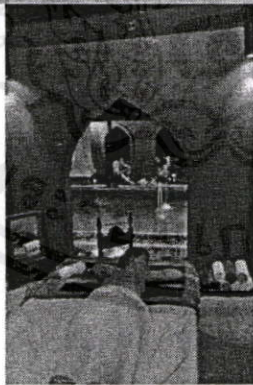
ยชนด้านการค้า
 นำไปใช้

โรงแรม Imm Fusion Sukhunvit Hotel



LOBBY

โรงแรม Imm Fusion Sukhunvit Hotel



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ถือทั้งห้าเป็นให้

ยชน์ด้านการค้า
นำไปใช้

โรงแรม Imm Fusion Sukhunvit Hotel

ประเภทของห้อง

Standard De Luxe Connecting Twin bed

GUEST ROOM

โรงแรม Imm Fusion Sukhunvit Hotel

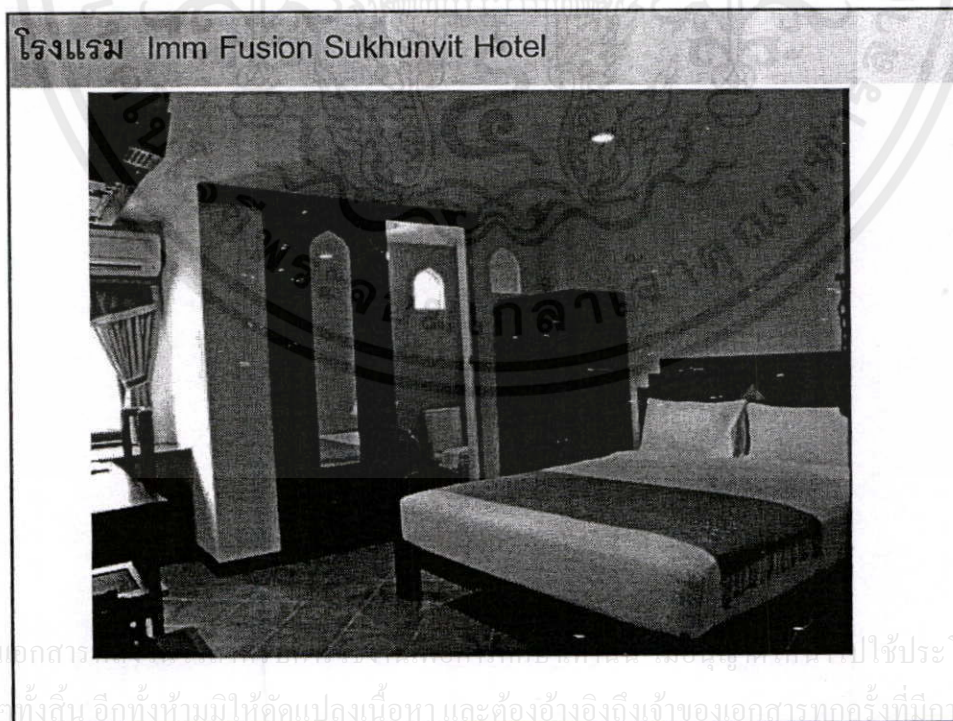
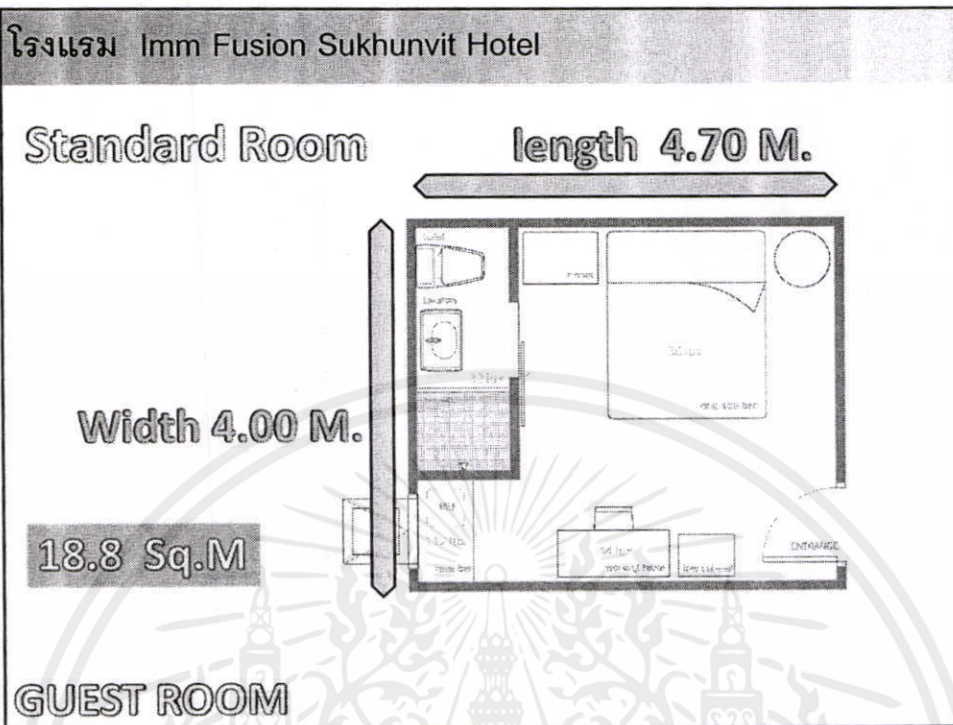
ขนาดห้อง

18.8 Sq.M 37.2 Sq.M 18.8 Sq.M

18.8 Sq.M

GUEST ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสาร
 ไม่ว่าการตีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสนำไปใช้

โรงแรม Imm Fusion Sukhunvit Hotel



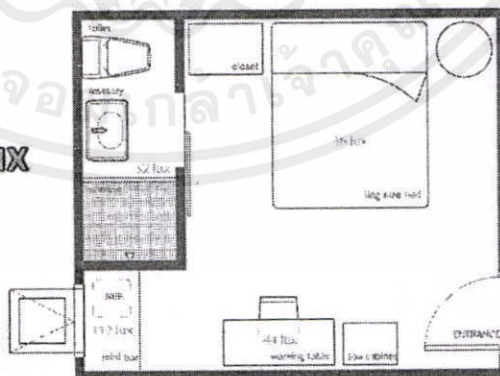
โรงแรม Imm Fusion Sukhunvit Hotel

ความสว่าง

Bed 36 lux

Bathroom 32 lux

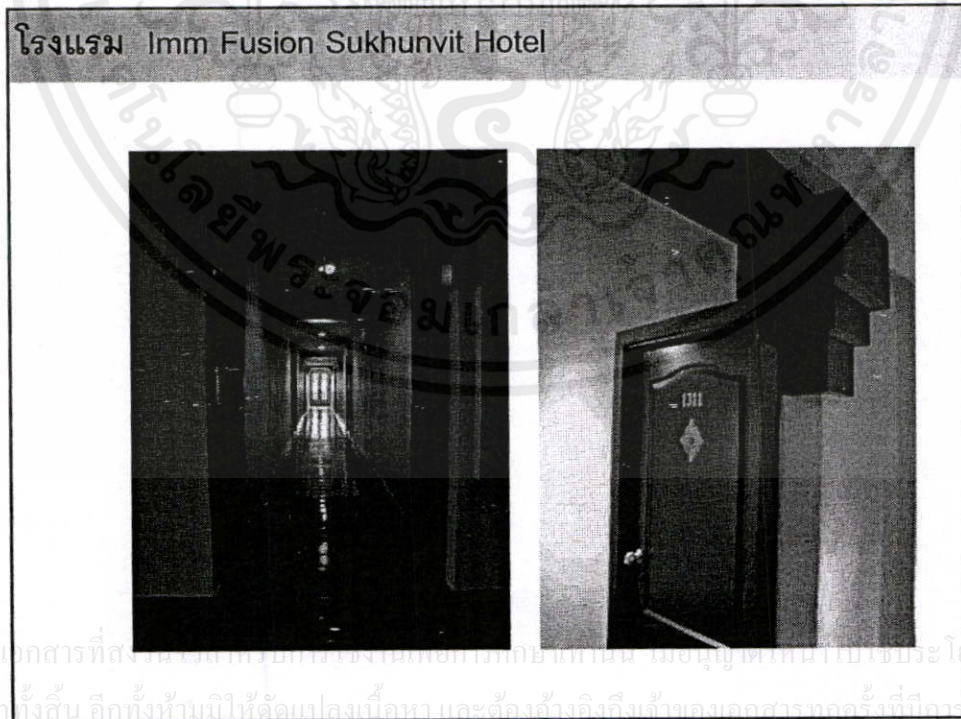
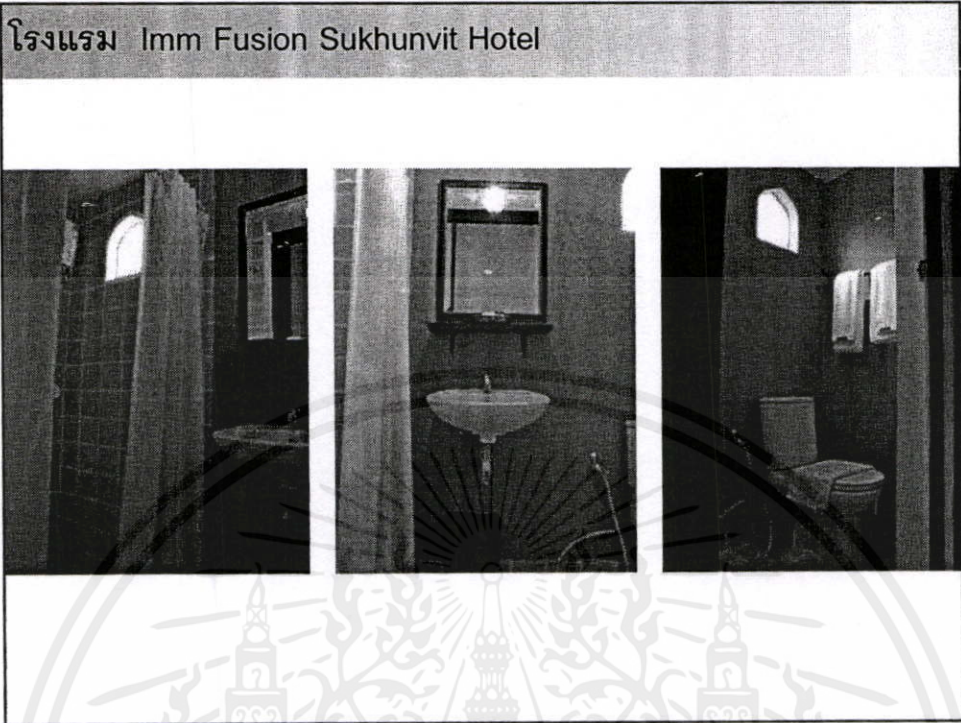
Dress 112 lux



GUEST ROOM

Working 44 lux

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลและต้องอ้างอิงที่มาของข้อมูล

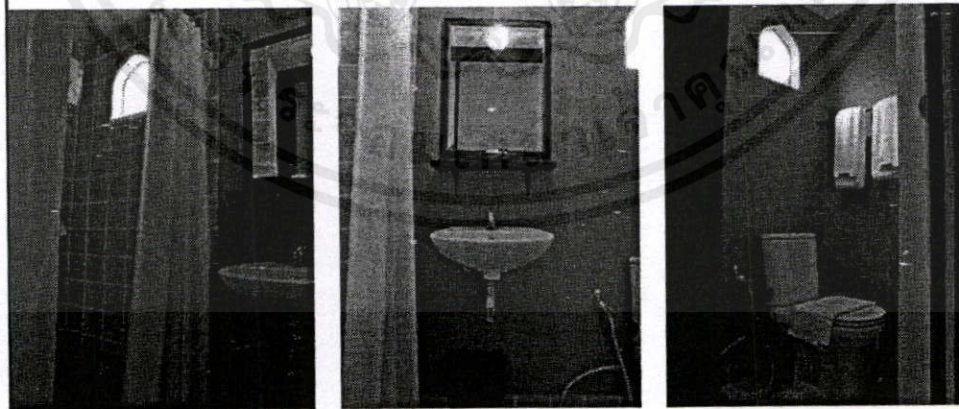


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การเชิงพาณิชย์เพื่อการก๊อปปี้เท่านั้น เมื่อผู้เช่าได้เช่าเรียบร้อยแล้ว กรุณาแจ้งคืน เอกสารนี้ให้เจ้าของโครงการและแจ้งช่างติดตั้งงานตามจุดที่ระบุไว้ไปใช้

โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel

ขนาดห้อง (ตารางเมตร)	Standard	Twin bed	Deluxe	Suite
Overall area	18.8	37.2	18.8	18.8
Bath room	3.25	6.5	3.25	3.25

กรณีศึกษา โรงแรมที่ 3 IMM Fusion Sukhumvit

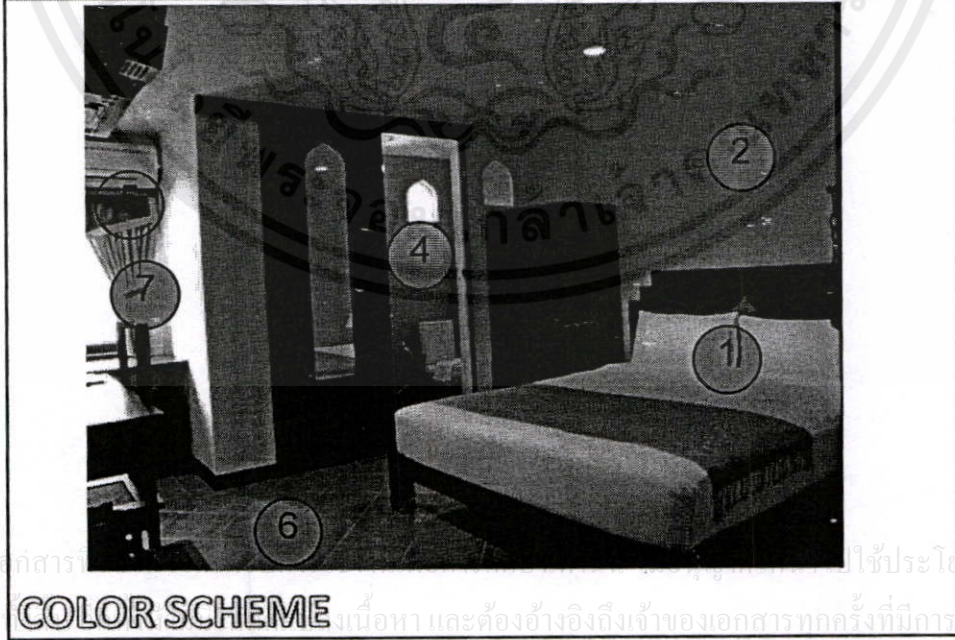


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีศึกษา โรงแรมที่ 3 IMM Fusion Sukhumvit



โรงแรม Imm Fusion Sukhumvit Hotel



เอกสารนี้เป็นเอกสาร... ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ... COLOR SCHEME... เนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายรณพีร์ ตูลวรรณะ
วัน เดือน ปีเกิด 24 กุมภาพันธ์ 2508 ที่กรุงเทพฯ
ที่อยู่ 414 หมู่บ้านมิตรภาพ 2 ถนนสุขุมวิท 77 แขวงหนองบอน เขตประเวศ
กรุงเทพฯ 10250 โทร.081-6682416

ประวัติการศึกษา 2531 สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สถาปัตยกรรมภายใน
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2535 Bachelor of Arts Furniture and Related Product Design
Ravensbourne College of Design and Communication
Bromley, Greater London United Kingdom

ความชำนาญเฉพาะด้าน 1.) การออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน
2.) การออกแบบเฟอร์นิเจอร์
3.) การออกแบบสำนักงาน

ประสบการณ์การทำงานและผลงานออกแบบ

- พ.ศ.2531-2532 ตำแหน่งสถาปนิกภายใน บริษัท คลาสโก จำกัด
- ผลงานการออกแบบบ้านพัก
- พ.ศ.2536-2538 ตำแหน่งสถาปนิกภายใน หัวหน้าแผนกออกแบบภายใน
บริษัท ซีวิล ดีไซน์ จำกัด
- ผลงานการออกแบบห้องตัวอย่างโครงการคอนโดมิเนียม สุขุมวิท 39-49
- พ.ศ.2538-2539 ตำแหน่งนักออกแบบเฟอร์นิเจอร์ หัวหน้าแผนกออกแบบเฟอร์นิเจอร์
ภายในบ้าน บริษัท เอสทีเอ 1990 จำกัด มหาชน
- ผลงานการออกแบบชุดเฟอร์นิเจอร์ จัดจำหน่ายโดย บริษัท ออกัสดี จำกัด
- พ.ศ.2539-2541 ตำแหน่งสถาปนิกภายใน บริษัท อินทีเรีย อาร์คิเทคเจอร์ 103 จำกัด
- ผลงานการออกแบบสำนักงานบริษัท คอสโมออลีย์ จำกัด
- พ.ศ.2543-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำภาควิชาการออกแบบภายใน
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พ.ศ.2537-ปัจจุบัน ตำแหน่งสถาปนิกภายในอาวุโส และผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบ
บริษัท ไฮเปอร์ วิชั่น จำกัด
- ผลงานการออกแบบสำนักงาน บริษัท ปตท.สำรวจและผลิต จำกัด มหาชน
- พ.ศ.2547 -ปัจจุบัน กรรมการกลาง สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย

ใบอนุญาตผู้ประกอบอาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม เลขที่ ว-สน 139 วุฒิสถาปนิกภายใน สถาสถาปนิก