

**แนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง
ในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น**
**The interior design service guideline for the vertical residence in the area
of Khon Kaen Municipality, Khon Kaen Province**

อันดามัน สุวรรณสิงห์ และ รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Andaman Suwannasing and Ruchirat Patanathabutr
Khon Kaen University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: Andaman.s@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง และ 2) เพื่อกำหนดแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง ในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยจำนวน 515 คน ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตกแต่งภายใน จำนวน 15 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และลูกค้าที่มีประสบการณ์เป็นเจ้าของที่พักอาศัยแนวตั้งในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 500 คน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสะดวก เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง พบว่า มีทั้งหมด 8 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านหนทางหลักเพื่อการเป็นนักร้องแบบที่ดีที่สุด (2) ด้านจุดกำเนิดของโอกาสที่เพิ่มขึ้น (3) ด้านการบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า (4) ด้านนักร้องแบบที่มีประสบการณ์ (5) ด้านการเรียนรู้งานออกแบบเชิงลึก (6) ด้านการทำตลาดแบบเชิงรุก (7) ด้านการบริการที่มีคุณภาพอย่างไม่หยุดนิ่ง (8) ด้านการออกแบบให้โลกมีสีเขียว โดยให้นิยามองค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในว่า “การออกแบบให้ลูกค้าเหมือนพักอาศัยอยู่ที่บ้าน”

2. แนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง ในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่า มีแนวทางการบริการ 8 แนวทาง ตามองค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่ง

ภายใน เพื่อใช้ในการดำเนินการแนวทางทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง ในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

คำสำคัญ: แนวทางการบริการ; ออกแบบตกแต่งภายใน; ที่พักอาศัยแนวตั้ง; ลูกค้า; นักออกแบบอิสระ

Abstracts

The objectives of this research were 1) The components of The interior design service guidelines for the vertical residence, and 2) The interior design service guideline for the vertical residence in the area of Khon Kaen Municipality, Khon Kaen Province. This research is a Mixed Methods Research of Qualitative Research and Quantitative Research. A sample of 515 people, including 15 interior design experts using a Purposive Sampling, and 500 experienced clients owned vertical residences in Khon Kaen Municipality, Khon Kaen province, using a using a Convenience Sampling collection method. This research tool is interviews and questionnaires, and statistics used for data analysis, including percentages and exploratory component analysis.

The following were the results:

1. The components of The interior design service guidelines for the vertical residence classified 8 elements. There were (1) Highway to be The Best Designer, (2) Origin of Increased Opportunity, (3) Managing to Customer Confidence, (4) Experienced Designer, (5) Learning in-depth Design Work, (6) Active Marketing, (7) Non-Stop Quality Service, (8) Design for Green World. The components of interior design service was “The design gives customers to stay at home”.

2. The interior design service guideline for the vertical residence in the area of Khon Kaen Municipality, Khon Kaen Province had 8 guideline, according to The composition of The composition of interior design service to proceed The interior design service guideline for the

Keywords: Marketing Guideline; Marketing Components; Home Appliances

บทนำ

ที่พักอาศัยในแนวตั้ง เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของที่อยู่อาศัยที่ถือว่าเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยเฉพาะในเมืองกรุงเทพฯ เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ที่พักอาศัยอยู่ในชนบทได้ทำการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานเข้ามาในเมืองมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงชาวต่างชาติที่ได้ทำการเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย อันเนื่องมาจากว่า กรุงเทพฯ ถือเป็นจุดศูนย์กลางที่รวบรวมทุกสิ่งทุกอย่างในด้านต่าง ๆ ของประเทศไทยเอาไว้ ส่งผลให้ขณะเดียวกันที่ดินในกรุงเทพฯ มีราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ค่านิยมที่ทำให้คนอยากจะมีบ้านเดี่ยวเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยคนส่วนใหญ่นิยมพักอยู่อาศัยประเภทอาคาร เช่น คอนโด อพาร์ทเมนต์ หรือหอพักเป็นส่วนใหญ่ อันเนื่องมาจากความสะดวกสบายในเรื่องของการเดินทาง ราคาที่มีให้เลือกในหลายระดับ ส่งผลให้หอสังหาริมทรัพย์เกี่ยวกับที่พักอาศัยแนวตั้ง เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นที่ต้องการอย่างมากในปัจจุบัน (The Urbanis, 2020 : ออนไลน์)

ซึ่งในปัจจุบัน มีประชากรบางส่วนที่เริ่มรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ แล้ว อันเนื่องมาจาก ความแออัด ปัญหาด้านการจราจร มลภาวะ อีกทั้งยังเรื่องของน้ำท่วม รวมไปถึงการเกิดโรคระบาดนั้นเอง จึงทำให้เกิดการย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัยไปยังพื้นที่ที่มีความแออัดน้อยลง แต่ยังคงมีความเจริญในเรื่องต่าง ๆ โดยจังหวัดขอนแก่น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เป็นจุดศูนย์กลางของการค้าในอาเซียนและเป็นเมืองใหญ่อีกหนึ่งแห่งของภาคอีสาน ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะที่ตั้งของภูมิภาค รวมไปถึงในเรื่องของการศึกษา หน่วยงานที่สำคัญต่าง ๆ ของรัฐ โรงพยาบาลขนาดใหญ่ หรือความทันสมัยที่ค่อนข้างครบวงจร โดยจังหวัดขอนแก่นมีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ สังเกตได้จากเรื่องของที่อยู่อาศัยที่เกิดขึ้นมาใหม่อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการบ้านเดี่ยว บ้านแฝด รวมไปถึง ทาวน์โฮมและคอนโด ซึ่งราคาจะอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงมาก หากเทียบกับ กรุงเทพฯ อีกทั้งยังมีการพัฒนาหรือการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มมากยิ่งขึ้น จังหวัดขอนแก่นจึงถือว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการย้ายงาน การเข้ามาทำธุรกิจ หรือการย้ายถิ่นฐาน (Home Buyers Team, 2020 : ออนไลน์) ซึ่งการออกแบบหรือการสร้างสภาพแวดล้อมภายในที่พักอาศัยให้น่าอยู่ถือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องต่อความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้ที่พักอาศัย โดยที่นักออกแบบจะต้องคำนึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา และปัจจัยด้านของรสนิยมความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้ใช้งานหรือผู้อยู่อาศัย เพื่อที่จะออกแบบงานให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ ของผู้ที่อยู่อาศัยได้ (งบุญประชา, 2557 : 3)

โดยผู้ศึกษาได้มีหน้าที่ในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการตกแต่งภายใน และมีความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มผู้พักอาศัยในระดับดี ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงมุ่งศึกษาแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในในพื้นที่พักอาศัยแนวตั้งในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการบริการออกแบบตกแต่งภายในเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้งในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อกำหนดแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้งในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบผสม (Mixed Method) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่มีประสบการณ์เป็นเจ้าของที่พักอาศัยแนวตั้งในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

1.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตกแต่งภายใน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดยการอ้างอิงหลักเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบตามหลักการของคอมเลย์และลี (Comrey & Lee, 1992 : 123-125) ซึ่งจัดเป็นความเหมาะสมในระดับในระดับที่ตีมากในการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีประสบการณ์เป็นเจ้าของที่พักอาศัยแนวตั้งในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยดำเนินการ ดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์ มีลักษณะปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ชื่อสกุล อายุ อาชีพ ประสบการณ์ในการทำงาน สถานที่ทำงาน และเบอร์โทรศัพท์ผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง

2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยแบบสอบถามมีลักษณะปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง มีข้อคำถามจำนวน 33 ข้อ เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญ เพราะเป็นส่วนที่จะช่วยให้เราได้ทราบถึงความเที่ยงตรงเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์และตามความต้องการ (ศิริชัย กาญจนวาสี. 2555 : 193) จากการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา ครอนบัทรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.919 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.800 นั่นคือ แบบทดสอบชุดนี้มีคุณภาพดี สามารถทำการเก็บข้อมูลเพื่อใช้วิจัยเชิงองค์ประกอบได้ (Sekaran & Bougie, 2013: 127)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1. นัดหมายการสัมภาษณ์ 2. ดำเนินการสัมภาษณ์ 3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ต่อไป

3.2 แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1) ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม จำนวน 500 ฉบับ โดยการแจกและเก็บคืนแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของที่พักอาศัยแนวตั้งที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมด 500 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 2) ทำการเก็บแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบเรียบร้อยแล้ว และ 3) ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมทั้งใช้แนวคิดจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นภาพรวมตัวแปรสังเกตได้จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้ 1) ใช้สถิติร้อยละ (Percentage) อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการนำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยายผล 2) ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง ในพื้นที่เทศบาลนคร
ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ตัวแปรแฝง

ตัวแปรสังเกตได้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. องค์ประกอบของทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้งในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่า

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งสิ้น 500 คน ที่พักอาศัยอยู่คอนโดมิเนียมคอนโดมิเนียม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 18 ปี – ไม่เกิน 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอาชีพอิสระและรับจ้าง และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ตั้งแต่ 60,000 บาท – ไม่เกิน 75,000 บาท แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทที่พักอาศัย		
คอนโดมิเนียม	250	50.00
อพาร์ทเมนต์	90	18.00
หอพัก	121	24.20
โรงแรม	35	7.00
อื่น ๆ	4	0.80
เพศ		
ชาย	202	40.40
หญิง	298	59.60
อายุ		
ตั้งแต่ 18 ปี – ไม่เกิน 30 ปี	370	74.00
ตั้งแต่ 30 ปี – ไม่เกิน 40 ปี	110	22.00
ตั้งแต่ 40 ปี – ไม่เกิน 50 ปี	7	1.40
ตั้งแต่ 50 ปี – ไม่เกิน 60 ปี	13	2.60
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3	3	0.60
มัธยมศึกษาปีที่ 3	4	0.80
มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช.	1	0.20
อนุปริญญา / ปวส.	14	2.80

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา (ต่อ)		
ปริญญาตรี	347	69.40
สูงกว่าปริญญาตรี	131	26.20
อาชีพ		
ข้าราชการ	115	23.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	5.60
เจ้าของกิจการ	44	8.80
นักศึกษา	59	11.80
อาชีพอิสระ / รับจ้าง	234	46.80
อื่น ๆ	20	4.00
รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	32	6.40
ตั้งแต่ 30,000 บาท – ไม่เกิน 45,000 บาท	48	9.60
ตั้งแต่ 45,000 บาท – ไม่เกิน 60,000 บาท	35	7.00
ตั้งแต่ 60,000 บาท – ไม่เกิน 75,000 บาท	325	65.00
ตั้งแต่ 75,000 บาท – ไม่เกิน 90,000 บาท	31	6.20
ตั้งแต่ 90,000 บาทขึ้นไป	29	5.80

1.2 องค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง พบว่า การบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้งในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น สามารถจำแนกองค์ประกอบได้เป็น 8 องค์ประกอบ จาก 33 ตัวแปรสังเกตได้ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 องค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง

การบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง	Factor Loading Score
องค์ประกอบที่ 1	
ความรับผิดชอบของผู้ออกแบบ และการไม่ทิ้งงาน	0.753
การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	0.744
การบอกต่อผลงานของผู้ออกแบบ	0.689
การให้คำปรึกษาที่ดีแก่ลูกค้า	0.688
องค์ประกอบที่ 1 (ต่อ)	

การบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง	Factor Loading Score
การออกแบบผลงานได้อย่างตอบโจทย์และสร้างความพึงพอใจ	0.673
การคิดราคาค่าจ้างที่เหมาะสม	0.672
การกำหนดเวลาในการติดต่อสอบถามงานอย่างชัดเจน	0.664
การออกแบบตามกระแส และความนิยม	0.659
การสำรองข้อมูลเพื่อป้องกันข้อมูลงานสูญหาย	0.658
การชี้แจงสำหรับค่ามัดจำในการจ้างงาน	0.656
การสังเกตพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าเพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบ	0.638
การศึกษาที่ตรงตามสายงานออกแบบ	0.634
การออกแบบที่มีผลงานสวยงาม	0.626
ความคิดสร้างสรรค์ที่ดีในงานออกแบบ	0.592
การออกแบบที่ให้ความสำคัญต่อประโยชน์พื้นที่การใช้สอยของลูกค้า	0.574
ช่องทางที่สะดวกและง่ายในการติดต่อจ้างงาน	0.540
มีการเก็บข้อคิดเห็นของลูกค้าเพื่อใช้สำหรับพัฒนาในงาน	0.509
การจัดโปรโมชั่น ลดราคา ค่าจ้างงาน ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	0.503
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาในงานออกแบบ	0.502
องค์ประกอบที่ 2	
การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์	0.617
การมีคู่ค้าที่ดี	0.605
การนำเสนอผลงานได้อย่างน่าสนใจ และน่าดึงดูด	0.573
องค์ประกอบที่ 3	
ระบบความปลอดภัยของที่พักอาศัย	0.576
ความสะดวกสบายของที่พักอาศัย	0.531
การวางแผนการจัดลำดับขั้นตอนในการทำงาน	0.512
องค์ประกอบที่ 4	
ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	0.562
มีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการส่งมอบและแก้ไขงาน	0.553
ความสงบและความเป็นส่วนตัวในที่พักอาศัย	0.559
ประสบการณ์ ในงานออกแบบ	5.511

การบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง	Factor Loading Score
องค์ประกอบที่ 5	
การนำหลักจิตวิทยาไปใช้ในการออกแบบผลงาน	0.685
องค์ประกอบที่ 6	
การประชาสัมพันธ์การตลาดออนไลน์เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าในวงกว้าง	0.533
องค์ประกอบที่ 7	
การให้บริการที่มีคุณภาพ	0.437
องค์ประกอบที่ 8	
การเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	0.476

จากตารางที่ 1 ได้นำองค์ประกอบมานิยามและให้ความหมายองค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้ง ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ตั้งชื่อว่า ถนนหลักเพื่อการเป็นนักออกแบบที่ดีที่สุด (Highway to be The Best Designer) ใช้ตัวย่อว่า “H” หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ในเรื่องของการให้บริการ ราคาค่าจ้างที่มีความสมเหตุสมผล การแก้ไขปัญหาในงาน การเรียนรู้และพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ไปจนถึงการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า เป็นเส้นทางที่จะช่วยให้พนักงานออกแบบทั่วไปกลายเป็มนักออกแบบมืออาชีพได้อย่างดีที่สุด ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 29.755

องค์ประกอบที่ 2 ตั้งชื่อว่า จุดกำเนิดของโอกาสที่เพิ่มขึ้น (Origin of Increased Opportunity) ใช้ตัวย่อว่า “O” หมายถึง การออกแบบและการนำเสนอผลงานให้เป็นที่น่าสนใจจะช่วยเพิ่มช่องทางของโอกาสการทำงานได้มากขึ้น ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 7.558

องค์ประกอบที่ 3 ตั้งชื่อว่า การบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า (Managing to Customer Confidence) ใช้ตัวย่อว่า “M” หมายถึง ความสามารถในการจัดลำดับขั้นตอนการทำงาน ออกแบบหรือการบริการให้มีผลลัพธ์ที่ดีและทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวของนักออกแบบ ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 6.512

องค์ประกอบที่ 4 ตั้งชื่อว่า นักออกแบบที่มีประสบการณ์ (Experienced Designer) ใช้ตัวย่อว่า “E” หมายถึง การสร้างบรรยากาศความรู้สึกที่ประทับใจแก่ลูกค้า ตั้งแต่การรับบริการ ระหว่างรับบริการหรือรวมไปจนถึงหลังการให้บริการ ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 5.739

องค์ประกอบที่ 5 ตั้งชื่อว่า การเรียนรู้งานออกแบบเชิงลึก (Learning in-depth Design Work) ใช้ตัวย่อว่า “L” หมายถึง การเรียนรู้เชิงลึกในเรื่องของพฤติกรรมหรือการบวนการทางความคิดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 4.752

องค์ประกอบที่ 6 ตั้งชื่อว่า การทำการตลาดแบบเชิงรุก (Active Marketing) ใช้ตัวย่อว่า “A” หมายถึง การทำการตลาดแบบพุ่งไปที่เป้าหมายเพื่อให้เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 4.312

องค์ประกอบที่ 7 ตั้งชื่อว่า การบริการที่มีคุณภาพอย่างไม่หยุดนิ่ง (Non-Stop Quality Service) ใช้ตัวย่อว่า “N” หมายถึง การนำข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการใช้บริการของลูกค้ามาปรับใช้เพื่อต่อยอดในการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 3.685

องค์ประกอบที่ 8 ตั้งชื่อว่า การออกแบบให้โลกมีสีเขียว (Design for Green World) ใช้ตัวย่อว่า “D” หมายถึง การออกแบบงานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการเลือกใช้วัสดุของงานเพื่อไม่เกิดมลพิษต่อโลก ซึ่งองค์ประกอบนี้สามารถอธิบาย ได้ร้อยละ 3.191

จากทั้ง 8 องค์ประกอบสามารถอธิบายองค์ประกอบบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแควดจ์ ได้ร้อยละ 65.504

3. แนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแควดจ์ในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่า

จากนิยามขององค์ประกอบของแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแควดจ์ในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้แก่

“H” Highway to be The Best Designer หมายถึง หนทางหลักเพื่อการเป็นนักออกแบบที่ดีที่สุด

“O” Origin of Increased Opportunity หมายถึง จุดกำเนิดของโอกาสที่เพิ่มขึ้น

“M” Managing to Customer Confidence หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า

“E” Experienced Designer หมายถึง นักออกแบบที่มีประสบการณ์

“L” Learning in-depth Design Work หมายถึง การเรียนรู้งานออกแบบเชิงลึก

“A” Active Marketing หมายถึง การทำการตลาดแบบเชิงรุก

“N” Non-Stop Quality Service หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพอย่างไม่หยุดนิ่ง

“D” Design for Green World หมายถึง การออกแบบให้โลกมีสีเขียว

การกำหนดแนวทางการกำหนดแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายใน โดยการนำเอาตัวอักษรภาษาอังกฤษในแต่ละองค์ประกอบมาเรียงกันเป็นคำ “HOMELAND” หรือ “การบริการออกแบบให้ลูกค้าเหมือนพักอาศัยอยู่ที่บ้าน”

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงองค์ประกอบของการบริการออกแบบตกแต่งภายใน สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. **หนทางหลักเพื่อการเป็นนักออกแบบที่ดีที่สุด (Highway to be The Best Designer)** เป็นปัจจัยต่าง ๆ ในเรื่องของการให้บริการ ราคาค่าจ้างที่มีความสมเหตุสมผล การแก้ไขปัญหาในงาน การเรียนรู้และพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ไปจนถึงการสร้างสรรคผลงานที่เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า เป็นเส้นทางที่จะช่วยให้นักออกแบบทั่วไปกลายเป็นนักออกแบบมืออาชีพได้อย่างดีที่สุดในที่สุด สอดคล้องกับ สิริพร กอบนิธิกุลวงศ์ (2560 : 15-30) ได้มีการศึกษาเรื่อง มุมมองของนักวิชาชีพต่อคุณสมบัติของนักออกแบบภายในรุ่นใหม่ พบว่า คุณสมบัติที่มีความสำคัญต่อนักออกแบบรุ่นใหม่ ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ (1) ทักษะต่าง ๆ และความสามารถภายในงานออกแบบ (2) บุคลิกภาพการรู้กาลเทศะของตัวนักออกแบบ (3) จุดแข็งจุดอ่อนในตัวต่อนักออกแบบ โดยทั้ง 3 องค์ประกอบหากมีการฝึกฝนเรียนรู้ปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นอยู่เสมอ จะสามารถยกระดับตัวของนักออกแบบให้ดียิ่งขึ้น

2. **จุดกำเนิดของโอกาสที่เพิ่มขึ้น (Origin of Increased Opportunity)** เป็นการออกแบบและการนำเสนอผลงานให้เป็นที่น่าสนใจจะช่วยเพิ่มช่องทางของโอกาสการทำงานได้มากขึ้น สอดคล้องกับ พิชญ์สินี มะโน (2562 : 7-12) ได้มีการศึกษาเรื่อง คู่มือออกแบบชีวิตด้วย : Design Thinking พบว่า หากเรามีความพยายามโดยไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ เรียนรู้ที่จะหาข้อผิดพลาดในตัวเองมาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาตัวเองอยู่เรื่อย ๆ จะช่วยให้ชีวิตของเราเต็มไปด้วยโอกาสมากมายที่เข้ามาอยู่เสมอ

3. **การบริหารจัดการเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า (Managing to Customer Confidence)** เป็นความสามารถในการจัดลำดับขั้นตอนการทำงานออกแบบหรือการบริการให้มีผลลัพธ์ที่ดีและทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวต่อนักออกแบบ สอดคล้องกับ วชิระ แสงรัศมี (2559 : 15-31) ได้มีการศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการและความพึงใจบ้านสำเร็จรูปขนาดเล็ก พบว่า สถาปนิก วิศวกร รวมไปถึงหน่วยงานในภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงานตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าและพัฒนาเกี่ยวกับคุณภาพของงานโดยการสร้างมาตรฐานให้มีความปลอดภัยและเป็นที่ยอมรับ

4. **นักออกแบบที่มีประสบการณ์ (Experienced Designer)** เป็นการสร้างบรรยากาศความรู้สึกที่ประทับใจแก่ลูกค้า ตั้งแต่การรับบริการ ระหว่างรับบริการหรือรวมไปจนถึงหลังการใช้บริการ สอดคล้องกับ ทิพย์สุนันท์ อินธิประทีป (2556 : 13) ได้มีการศึกษาเรื่อง การใช้สีในการตกแต่งภายในโรงแรมบูติกในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโรงแรมรีเพลคชั่น พบว่า จากการทำการนำเสนอผลงานของนักออกแบบและศิลปินที่มากด้วยประสบการณ์ สามารถสร้างความตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ที่เข้าพักอาศัย โดยการใช้กลวิธีของการใช้สีสำหรับการตกแต่งที่พักอาศัยให้มีความแตกต่างจากชีวิตจริง

5. การเรียนรู้งานออกแบบเชิงลึก (Learning in-depth Design Work) เป็นการเรียนรู้เชิงลึกในเรื่องของพฤติกรรมหรือการบวนการทางความคิดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ สอดคล้องกับ ประชา พิจักขณา , และคณะ (2552 : 14-23) ได้มีการศึกษาเรื่อง การศึกษาจิตวิทยาที่มีผลต่อผู้ที่มีความบกพร่องทางการมองเห็นเลื่อนรางเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ พบว่า ในการศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาสามารถบอกอารมณ์ความรู้สึกได้ว่าสีต่าง ๆ ให้ความรู้สึกแบบใด เช่น สีดำ บ่งบอกถึงความลึกลับน่ากลัว หรือความโศกเศร้า และสีเหลือง บ่งบอกถึงการเกิดความสุขสนุกสนาน หรือการให้ความรู้สึกที่อบอุ่น เป็นต้น

6. การทำการตลาดแบบเชิงรุก (Active Marketing) เป็นการทำการตลาดแบบพุ่งไปที่เป้าหมายเพื่อให้เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง สอดคล้องกับ พัชรี หล้าแหล่ง (2556 : 82) ได้มีการศึกษาเรื่องเส้นทางสู่ความสำเร็จ“อายุน้อย..ร้อยล้าน”พบว่า การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีความทันสมัยเพื่อที่จะทำการเข้าหาและเชื่อมความสัมพันธ์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารประเภทออนไลน์จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วที่สุด

7. การบริการที่มีคุณภาพอย่างไม่หยุดนิ่ง (Non-Stop Quality Service) เป็นการนำข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการใช้บริการของลูกค้ามาปรับใช้เพื่อต่อยอดในการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป สอดคล้องกับ รพีพร โรจรณ์แสงเรือง (2553 : 230) ได้มีการศึกษาเรื่อง การพัฒนางานคุณภาพ พบว่า เครื่องมือสำหรับการพัฒนาคุณภาพ ๆ ประกอบไปด้วย 2 เครื่องมือ (1) The Ishikawa or fishbone diagram คือ การหาเหตุของปัญหาารวมทั้งหมดและทำการคิดวิธีแก้ปัญหาก็จะอย่างจนเกิดผลสำเร็จ (2) Check Sheets คือ การรวบรวมทุกปัญหาเพื่อประเมินว่าปัญหาต้องการที่จะรับการแก้ไขปัญหามากที่สุด

8. การออกแบบให้โลกมีสีเขียว (Design for Green World) การออกแบบงานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการเลือกใช้วัสดุของงานเพื่อไม่เกิดมลพิษต่อโลก สอดคล้องกับ เกชา ธีระโกเมน (2547 : 3) ได้มีการศึกษาเรื่อง การประเมินระดับมาตรฐานอาคารยั่งยืน พบว่า ในทศวรรษที่ผ่านมา มีการนำเสนอถึงแนวทางอาคารสีเขียว เนื่องจากหลายปีที่ผ่านมาการก่อสร้างได้ก่อปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ซึ่งอาคารสีเขียวหรืออาคารยั่งยืนนั้น มีระบบการประเมินที่ชื่อว่า CASBEE ที่เป็นที่ยอมรับอย่างมากในกลุ่มแถบประเทศเอเชีย โดยหลายประเทศได้นำระบบดังกล่าวมาใช้ประยุกต์และพัฒนาไปกับการต่าง ๆ ของประเทศตัวเอง เช่น ประเทศสิงคโปร์ นำไปใช้สำหรับการควบคุมการก่อกำจัดขยะสำหรับการก่อสร้างตัวอาคาร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในสำหรับที่พักอาศัยแนวตั้งในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. **ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้** นักออกแบบอิสระสามารถนำเอาแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในทั้ง 8 องค์ประกอบ ของ “HOMELAND” ไปใช้เป็นแนวทางให้บริการซึ่งสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ

2. **ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป** นักออกแบบอิสระสามารถนำเอาแนวทางการบริการออกแบบตกแต่งภายในทั้ง 8 องค์ประกอบ ของ “HOMELAND” ไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อเป็นประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- เกชา ชีระโกเมน. (2547). *การประเมินระดับมาตรฐานอาคารยั่งยืน*. รายงานวิจัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จง บุญประชา.(2557). *การออกแบบตกแต่งภายใน*. กรุงเทพฯ: คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสถาบันราชภัฏ. สวนสุนันทา.
- ทิพย์สุนทร์ อินธิประทีป. (2556). *การใช้สีในการตกแต่งภายในโรงแรมบูติกในกรุงเทพมหานคร กรณีโรงแรมรีเฟลคชั่น*. รายงานวิจัย สาขาวิชาศิลปะประยุกต์และการออกแบบผลิตภัณฑ์, คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ประชา พิจักขณา และคณะ. (2552). *การศึกษาจิตวิทยาที่มีผลต่อความบกพร่องทางการมองเห็นเลือนรางเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ*. วารสารวิชาการ มทร.พระนคร, 3(2), 14-23.
- พัชรีย์ หล้าแหล่ง. (2556). *เส้นทางสู่ความสำเร็จ “อายุน้อย..ร้อยล้าน”*. รายงานวิจัย สาขาการจัดการ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิชญ์สินี มะโน. (2562). *คู่มือออกแบบชีวิตด้วย : Design Thinking*. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 18(3), 7-12.
- รพีพร โรจน์แสงเรือง และ พบ. (2553). *การพัฒนางานคุณภาพ*. รายงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามธิบดี, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วชิระ แสงรัศมี. (2559). *การศึกษาความต้องการและความพึงใจบ้านสำเร็จรูปขนาดเล็ก*. วารสารวิชาการประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, (30), 15-31.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. *ทฤษฎีการทดสอบแนวใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

- สิริพร กอบนิธิกุลวงศ์. (2560). มุมมองของนักวิชาชีพต่อคุณสมบัติของนักออกแบบภายในรุ่นใหม่. วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/ผังเมือง, 14(2), 15-30.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis (2nd ed.)*. Hillsdale, NJ :Lawrence Erlbaum.
- Home Buyers Team. (2020). ขอนแก่น อนาคตเมืองอัจฉริยะน่าอยู่. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.home.co.th/hometips/topic-52312>.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. (6th ed). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- The Urbanis. (2020). เมือง 4.0 : จะอยู่อย่างไรในแนวตั้ง. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://theurbanis.com/public-realm/10/01/2020/161>.