

แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมิน ซิตี้ และ  
โรงแรมซัมเมอร์เซ็ท เลค พ้อยท์ กรุงเทพมหานคร



นางสาวสาธิตา เองกิจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ADAPTATION GUIDELINES FOR SERVICED APARTMENT HOTEL: A CASE STUDY OF JASMINE CITY HOTEL AND SOMERSET LAKE POINT BANGKOK HOTEL, BANGKOK

Miss Sathiya Hengkij



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Housing Development Program in Real Estate

Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กิ่ง  
โรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมิน ซิตี และโรงแรม  
ซัมเมอร์เซ็ท เลค พ้อยท์ กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสาธิตา เฮงกิจ

สาขาวิชา

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจิติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์ เลอสม สถาปิตานนท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ไตรรัตน์ จารุทัศน์)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ มานพ พงศทัต)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ดร.บุญยิ่ง คงอาษาภัทร)

สาธิตา เฮงกิจ : แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมิน ซิตี้ และโรงแรมซัมเมอร์เซ็ท เลค พ้อยท์ กรุงเทพมหานคร (ADAPTATION GUIDELINES FOR SERVICED APARTMENT HOTEL: A CASE STUDY OF JASMINE CITY HOTEL AND SOMERSET LAKE POINT BANGKOK HOTEL, BANGKOK) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 130 หน้า.

การศึกษาในวิทยานิพนธ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การปรับเปลี่ยน 2. การบริหารจัดการ 3. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของห้องพัก และ 4. วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่อเสนอข้อเสนอแนะ ของการปรับเปลี่ยนจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยแบบแบบระยะสั้น(รายวัน)นั้นส่วนมากพักห้องแบบสตูดิโอ และผู้พักระยะยาว(รายเดือน)ส่วนมากพักห้องพักแบบหนึ่งห้องนอน เหตุผลที่เลือกเข้ามาพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง โรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างโครงการที่สองคือ โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพ้อยท์ กรุงเทพ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากตอบว่า ทางด้านการบริการ และพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยของโรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล ให้ความสำคัญกับสวนครัว ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพ้อยท์ กรุงเทพ ที่ให้ความสำคัญกับ สวนครัวเป็นอันดับแรก โดยพื้นที่ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดของโรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล คือรถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร และพื้นที่ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดของโรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพ้อยท์ กรุงเทพ คือสนามเด็กเล่น รองลงมาคือรถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า ส่วนใหญ่พบว่าปัญหาคือ ราคาที่สูงเกินไป และการมีเสียงดังรบกวน เมื่อศึกษาแนวทางแก้ไขพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการพักอาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน แต่ไม่ต้องการให้มีคนแปลกหน้ามาพักอาศัยอยู่ในบริเวณชั้นเดียวกัน และต้องการความเป็นส่วนตัวมาก การแบ่งแยกกระดืบชั้นพักอาศัยที่ชัดเจนจากลักษณะการเข้าพักเป็นการแก้ไขที่เลือกนำมาใช้ได้เบื้องต้น

สรุปผลการศึกษา พบว่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีแนวโน้มในอนาคตที่น่าสนใจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จึงมีการปรับเปลี่ยนเป็นกึ่งโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการที่จะลดความเสี่ยงจากอัตราการเข้าพัก ซึ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และโรงแรมนั้นเปรียบเสมือนสินค้าที่ทดแทนกันได้ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัยจึงควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานและความต้องการที่แท้จริงของผู้พักอาศัยเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เป็น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

ภาควิชา เคหการ

ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

ปีการศึกษา 2558

# # 5773343325 : MAJOR REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS:

SATHIYA HENGKIJ: ADAPTATION GUIDELINES FOR SERVICED APARTMENT HOTEL: A CASE STUDY OF JASMINE CITY HOTEL AND SOMERSET LAKE POINT BANGKOK HOTEL, BANGKOK. ADVISOR: ASSOC. PROF. TRIRAT JARUTACH, 130 pp.

The study aims at examining the adaptation, management, physical changes of apartments, and analyzing the problems and solutions as suggestions on adaptation from serviced apartments to serviced apartment hotels.

The results showed that the sample group who had short-term (daily) stays mostly stayed in studios, and that those who had long-term (monthly) stays mostly stayed in one-bedroom apartments. The reason why the former group chose to stay at the Jasmine City Hotel was the convenience of the location, whereas the latter decided to stay in the Somerset Lake Point Bangkok Hotel due largely to the services. In addition, it was found that the sample group staying at the Jasmine City Hotel placed prime importance on the level of quality of its kitchens, which was similar to those who stayed at the Somerset Lake Point Bangkok Hotel. One service to which the subject group staying at the Jasmine City Hotel gave primary importance was the use of shuttle busses to skytrain stations. Secondary importance was given to a convenience store on the first floor of the same hotel. The subject group living in the Somerset Lake Point Bangkok Hotel attached primary importance to a playground, and they attributed secondary importance to shuttle busses to and from skytrain stations. A problem with the hotels was its high price and noise. When the researcher attempted to find a solution, it was found that the sample groups wanted to stay at a serviced apartment hotel to use its full facilities. However, the sample did not like to have strangers staying on the same floor and wanted more privacy. Living on separate floors based on the types of residency, therefore, seemed to be a possible solution.

The findings demonstrated that serviced apartments are likely to have a promising future in that they are adapted to serviced apartment hotels to service foreign travelers. This is also good for hotel entrepreneurs to reduce the risks of having vacant rooms. Since serviced apartments and hotels were considered substitutes, the entrepreneurs should fulfill the standard of services and the residents' real needs in order to convert serviced apartments to serviced apartment hotels.

Department: Housing

Student's Signature .....

Field of Study: Real Estate Development

Advisor's Signature .....

Academic Year: 2015

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ไตรรัตน์ จารุทัศน์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์เสมอมา รวมถึงดูแล ทั้งเรื่องงานและเรื่องต่างๆมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ท่านศาสตราจารย์ เลอสม สถา ปิตานนท์ ท่านรองศาสตราจารย์ มานพ พงศทัต ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกรียงไกร บุญเลิศ อุทัย ท่านอาจารย์ ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร ที่ทุกท่านได้ให้คำแนะนำชี้แนะเพื่อให้วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหารและพนักงาน โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล และ พนักงาน โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยด์กรุงเทพฯ ที่กรุณาเสียสละเวลาในการสัมภาษณ์ รวมถึงความ ช่วยเหลือและให้ความร่วมมือด้านการเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ภาควิชาเคหการทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดระยะเวลาที่เข้าศึกษา รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาคทุกท่านที่อำนวยความสะดวกตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนๆรุ่น c27ทุกคน ด้วยรัก และรุ่นพี่ศิษย์เก่าที่คอยเป็นกำลังใจ และให้ ความช่วยเหลือทุกท่าน ขอขอบคุณจริงๆ

ขอบคุณพื้นที่ที่ให้ความสุขสงบในการทำวิทยานิพนธ์ทุกที่ที่ข้าพเจ้าไป

ขอขอบพระคุณ คุณแม่จรรยา พรหมดี ที่คอยเป็นกำลังใจในการเรียนเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวของข้าพเจ้า ที่คอยให้กำลังใจและคอยสนับสนุนมา โดยตลอด

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	1
สารบัญรูปภาพ.....	4
บทที่ 1 .....	5
บทนำ.....	5
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	5
2. วัตถุประสงค์.....	11
3. ขอบเขตการศึกษา.....	11
ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	11
ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา.....	11
4. คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา.....	12
5. วิธีดำเนินการศึกษา.....	13
5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	13
5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	13
6. เปรียบเทียบวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
7. กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	16
8. ตัวแปรและเครื่องมือในการวิจัย.....	17
9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
บทที่ 2 .....	19

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	19
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเช่าอยู่อาศัย.....	20
2.1.1 ความสัมพันธ์ของแหล่งงานและการเช่าอาศัย .....	20
2.1.2 ความสัมพันธ์ของรายได้และการเช่าอยู่อาศัย.....	20
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอพาร์ทเมนต์ และ ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และ ธุรกิจบริการ .	21
2.2.1 ความหมายของอพาร์ทเมนต์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ .....	21
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ของอพาร์ทเมนต์.....	22
2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ .....	23
2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการและธุรกิจอพาร์ทเมนต์ .....	24
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม .....	24
2.3.1 แนวความคิดด้านอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจโรงแรม.....	25
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมาย.....	26
2.5 แนวคิดการตลาด (ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค) .....	27
2.6 แนวคิดการตลาด .....	29
2.7 แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	34
2.8 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	34
2.8.1 ความหมายของการจัดการ .....	34
2.8.2 กระบวนการและหน้าที่ของการจัดการ(Functions of Management).....	35
2.9 วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง.....	35
บทที่ 3 .....	37
วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	37
3.1 กระบวนการดำเนินงานวิทยานิพนธ์.....	38
3.2 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	41



3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	42
3.3.1 แบบสอบถาม .....	42
3.3.2 แบบสัมภาษณ์ .....	43
3.3.3 แบบสังเกต .....	43
3.3.4 แบบสำรวจ.....	43
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	43
3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	47
3.6 การเลือกและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง .....	48
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	48
3.8 การนำเสนอผลการศึกษา .....	48
บทที่ 4 .....	49
ข้อมูลทั่วไปกรณีศึกษา.....	49
4.1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่กรณีศึกษา.....	49
4.2 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษา.....	52
4.2.1 กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล .....	52
4.2.2 กรณีศึกษา โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพ .....	59
บทที่ 5 .....	69
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	69
5.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม .....	69
5.1.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจจากข้อมูลทั่วไป ,ข้อมูลสภาพการอยู่อาศัย และบทสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ.....	69
5.2 ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม .....	78

5.2.1	ศึกษาการบริหารจากพฤติกรรมการอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ.....	78
5.3	วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม .....	90
5.3.1	ศึกษาด้านกายภาพและการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของห้องพักและส่วนกลาง จากพฤติกรรมการอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ.....	90
5.4	วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม .....	102
5.4.1	วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขจากแบบสอบถามผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ.....	102
5.5	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	105
บทที่ 6	.....	110
อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	.....	110
6.1	สรุปผลการศึกษา .....	111
6.1.1	ศึกษาการปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจจากข้อมูลทั่วไป ,ข้อมูลสภาพการอยู่อาศัย และบทสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ.....	111
6.1.2	ศึกษาการบริหารจากพฤติกรรมการอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ.....	113
6.1.3	วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของห้องพักจากพฤติกรรมการอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ .....	114
6.1.4	วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขจากแบบสอบถามผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ.....	115
6.2	ข้อเสนอแนะ .....	117
6.3	ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป .....	117

รายการอ้างอิง .....	118
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	130



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนอุทยานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครแยกตามเขตต่างๆ ไตรมาสที่ 2 ปี 2558.....	7
ตารางที่ 2 ตารางแสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของ 5Ps และ 5Cs .....	30
ตารางที่ 4 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	39
ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนอพาร์ทเมนต์ที่เข้าข่ายกรณีศึกษา 10 แห่ง .....	45
ตารางที่ 6 ตารางแสดงรูปแบบห้องพัก โรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล .....	55
ตารางที่ 7 ตารางแสดงรูปแบบห้องพัก โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพ.....	61
ตารางที่ 8 ตารางเปรียบเทียบ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ .....	65
ตารางที่ 9 ตารางเปรียบเทียบ ข้อมูลพื้นฐานของโครงการกรณีศึกษา .....	67
ตารางที่ 10 ตารางเปรียบเทียบ ข้อมูลประเภท ขนาด และระดับราคาของห้องพักในโครงการกรณีศึกษา.....	67
ตารางที่ 11 แสดงภาษาที่ใช้สื่อสารของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	69
ตารางที่ 12 แสดงช่วงอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีโฮเทล .....	70
ตารางที่ 13 แสดงช่วงอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยด์กรุงเทพ.....	70
ตารางที่ 14 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	71
ตารางที่ 15 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีโฮเทล.....	71
ตารางที่ 16 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยด์กรุงเทพ.....	72
ตารางที่ 17 แสดงระดับรายได้ครอบครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	72

ตารางที่ 18 แสดงบุคคลที่อาศัยร่วมกันในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	73
ตารางที่ 19 แสดงจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	74
ตารางที่ 20 แสดงพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ....	74
ตารางที่ 21 แสดงพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ .....	75
ตารางที่ 22 แสดงพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันหยุดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	75
ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลพื้นฐานของโครงการกลุ่มตัวอย่าง .....	78
ตารางที่ 24 แสดงตำแหน่งงาน เวลาและส่วนรับผิดชอบของพนักงานในโครงการกลุ่มตัวอย่าง .	80
ตารางที่ 25 แสดงประสบการณ์การรู้จักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	83
ตารางที่ 26 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล .....	84
ตารางที่ 27 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ.....	84
ตารางที่ 28 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมและแบบห้องที่เลือกเข้าพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล .....	85
ตารางที่ 29 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมและแบบห้องที่เลือกเข้าพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ.....	85
ตารางที่ 30 แสดงเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล.....	86
ตารางที่ 31 แสดงเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ .....	87
ตารางที่ 32 แสดงพื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล.....	88

ตารางที่ 33 แสดงพื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลตพอยด์ กรุงเทพฯ.....	89
ตารางที่ 34 แสดงพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก.....	90
ตารางที่ 35 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล.....	94
ตารางที่ 36 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซท เลตพอยด์ กรุงเทพฯ.....	95
ตารางที่ 37 แสดงพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ(ส่วนกลาง).....	96
ตารางที่ 38 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล.....	100
ตารางที่ 39 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซท เลตพอยด์ กรุงเทพฯ.....	101
ตารางที่ 40 แสดงประสบการณ์การใช้ห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	102
ตารางที่ 41 แสดงความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล.....	103
ตารางที่ 42 แสดงความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลตพอยด์ กรุงเทพฯ.....	104
ตารางที่ 43 แสดงปัญหาภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล.....	104
ตารางที่ 44 แสดงปัญหาภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซทเลตพอยด์กรุงเทพฯ.....	105

## สารบัญรูปร่างภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 จำนวน ชาวต่างชาติ ในกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี 2547 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี 2558.....	6
ภาพที่ 2 จำนวนผู้โดยสารระหว่างประเทศ ในสนามบิน(กรุงเทพมหานคร) ปี 2557 ไตรมาสที่ 2 ปี 2558 <sup>6</sup> .....	9
ภาพที่ 3 อุปทานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ไตรมาสที่2 ปี 2558 .....	9
ภาพที่ 4 แสดงกลยุทธ์แบบ SWOT .....	31
ภาพที่ 5 แสดงกลยุทธ์แบบ TOWS.....	32
ภาพที่ 6 แสดงปัจจัยทั้ง 5 ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร .....	33
ภาพที่ 7 แสดงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่พบใน เขต สุขุมวิท .....	44
ภาพที่ 8 แสดงอุปทานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในย่านสุขุมวิท งานวิจัย CBRE .....	50
ภาพที่ 9 แสดงการแบ่งย่านของ งานวิจัยจาก CBRE .....	50
ภาพที่ 10 แสดงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมที่อยู่โดยรอบ ย่าน สุขุมวิท 10 แห่ง .....	51
ภาพที่ 11 แสดงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมที่ใช้เป็นกรณีศึกษา .....	52
ภาพที่ 12 แสดงผังอาคารโครงการ จัสมิน ซิตี้ โฮเทล.....	53
ภาพที่ 13 แสดงแผนที่ที่ตั้ง(ทางคมนาคม) โรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล.....	54
ภาพที่ 14 แสดงแผนที่ตั้งโรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล.....	54
ภาพที่ 15 แสดงผังอาคารโครงการ ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ.....	59
ภาพที่ 16 แสดงแผนที่ที่ตั้ง(ทางคมนาคม)โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ.....	59
ภาพที่ 17 แสดงแผนที่ตั้งโรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ .....	60
ภาพที่ 18 แสดงแผนผังองค์กรโดยสรุปการสำรวจโครงการกลุ่มตัวอย่าง .....	80
ภาพที่ 19 แสดงช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนของกรณีศึกษาจนถึงปัจจุบัน .....	112

## บทที่ 1

### บทนำ

การศึกษา แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิติ โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ มีลำดับขั้นตอนความเป็นมาและความสำคัญในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา
3. ขอบเขตของการศึกษา
4. คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา
5. วิธีการดำเนินการศึกษา
6. เปรียบเทียบวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดงานวิจัย
8. ตัวแปรและเครื่องมือในการวิจัย
9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากแนวโน้มประชากรชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยที่มีมากขึ้น ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศไทยให้เติบโตเป็นอย่างมาก จากรายงานการวิจัยของ CB Richard Ellis<sup>1</sup> ได้พบว่า ในไตรมาสที่ 2 ปี 2558 จำนวนชาวต่างชาติ ที่มีใบอนุญาตทำงานอยู่ในกรุงเทพฯ เป็นจำนวน 79,395 คน และจำนวนของผู้โดยสารถาเข้าระหว่างประเทศ ที่สนามบินกรุงเทพฯ เป็น 7,261,898 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และร้อยละ 31 ตามลำดับ โดยชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยนั้น เลือที่จะอาศัยอยู่ในสามพื้นที่หลักจากสี่พื้นที่ ที่ CB Richard Ellis จำกัดความไว้ให้ในแต่ละเขต คือ สุขุมวิท ซอย1-63 และ ซอย2-42 สีลม สาทร และ เซนทรัลลุมพินี โดย

<sup>1</sup> Market Overview for Super Tower , A Report From CBRE,p.58 (28<sup>th</sup> August 2015)



ในพื้นที่หลักสุขุมวิทนั้น มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เยอะสูงสุดถึง 9,000 ยูนิต

โดยคำจำกัดความที่ CB Richard Ellis ให้ไว้ในพื้นที่แต่ละเขต มีดังนี้

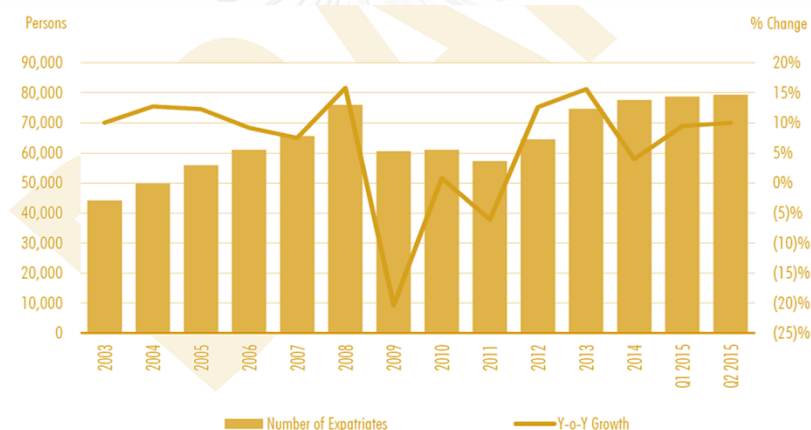
**สุขุมวิท** พื้นที่ ตามแนว ถนนสุขุมวิท จาก ซอย 1-65 และ 2-42 และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

**สีลม สาทร** พื้นที่ สีลม สาทร สุรวงศ์ และส่วนต้นถนนพระรามที่ 4 และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

**เซนต์หลุยส์** พื้นที่ ถนนวิฑูย์ เพลินจิต ราชดำริ ซิตลุม หลังสวน สารสิน ซอยร่วมฤดี และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

**ริเวอร์ไซด์ พระรามที่3** พื้นที่บริเวณ ถนนเจริญกรุง เจริญนคร พระรามที่ 3 และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

ภาพที่ 1 จำนวน ชาวต่างชาติ ในกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี 2547 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี 2558<sup>2</sup>



ขณะที่ ไตรมาสที่ 2 ของ ปี 2558 อุปทานรวมของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในสถานที่ที่ชาวต่างชาตินิยมในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 14,143 หน่วย ส่วนใหญ่ของอุปทานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ตั้งอยู่ในย่านสุขุมวิท สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของชาวต่างชาติ ในหมู่นักท่องเที่ยวที่โดยพื้นที่สุขุมวิท คิดเป็น 63 % ของอุปทานทั้งหมดหรือ 8,868 ยูนิต

ตารางที่ 1 จำนวนอุปทานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครแยกตามเขตต่างๆ ไตรมาสที่ 2 ปี 2558<sup>3</sup>

LOCATION	SUKHUMVIT	SILOM/SATHORN	CENTRAL LUMPINI	RIVERSIDE/RAMA III	TOTAL
Downtown (units)	8,868	1,938	2,516	821	14,143
Grade A	4,215	1,076	1,941	0	7,232
Grade B	4,653	862	575	821	6,911
Market Share	63%	14%	18%	5%	100%

Source: CBRE Consulting

ปัจจุบันธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์(Service apartment) มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น ทั้งจากเจ้าของคนไทยและเซนต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในไทย จากเดิมที่เคยจับกลุ่มลูกค้าเฉพาะนักธุรกิจต่างชาติที่เดินเข้าทางเข้ามาในประเทศไทย ได้เปลี่ยนแปลงขยายฐานลูกค้ามายังกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งการแข่งขันนั้นมาจากทั้งคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันและธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน อย่างห้องชุดคอนโดมิเนียมหรืออพาร์ทเมนท์ ระดับ ไฮเอนด์ (hi-end apartment) แทนการอยู่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เพราะค่าเช่าที่ถูกกว่ามากแต่อยู่ในทำเลเดียวกัน สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการก็มีเหมือนกัน ซึ่งทั้งสองประเภทนี้จะยังเป็นคู่แข่งสำคัญของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในปีนี้และในอนาคต<sup>4</sup>

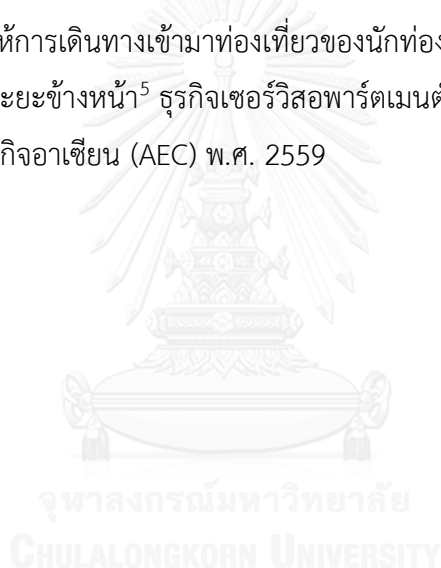
ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในปัจจุบันจึงกลายเป็นธุรกิจบริการห้องพักให้เช่า ที่ผสมผสานระหว่างการบริการที่คล้ายโรงแรมและอพาร์ทเมนต์โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะเน้นกลุ่มนักธุรกิจชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาทำงานในประเทศไทย อย่างไรก็ตามในระยะหลังธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะปรับแผนการดำเนินธุรกิจมาจับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นทั้งกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพักระยะสั้นถึงระยะยาวสำหรับภาพโดยรวมของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์นั้น ตลาดส่วนใหญ่จะอยู่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีจำนวนชาวต่างชาติเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมากและในกรุงเทพมหานคร ก็เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ระดับภูมิภาคเอเชียของบริษัทต่างชาติรายใหญ่ๆ ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จึงมีราคาค่อนข้างสูงซึ่งปกติการพัฒนาเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้ศูนย์กลางธุรกิจที่มีชาวต่างชาติทำงานเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามการพัฒนาเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีการขยายตัวออกสู่นอกเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะตามแนวรถไฟฟ้าชานเมือง ที่ทำให้การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น ขณะที่การพัฒนาธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในต่างจังหวัดก็จะอยู่ในจังหวัดที่มีกิจกรรมการลงทุนของต่างชาติที่สูง เช่น จังหวัดที่เป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมที่มีโรงงานต่างชาติตั้งกันเป็นจำนวนมาก เป็นต้น นอกจากนี้

<sup>3</sup> CBRE Consulting

<sup>4</sup>วารสารแผนธุรกิจปีที่1ฉบับที่ 1(ตุลาคม-ธันวาคม2556)

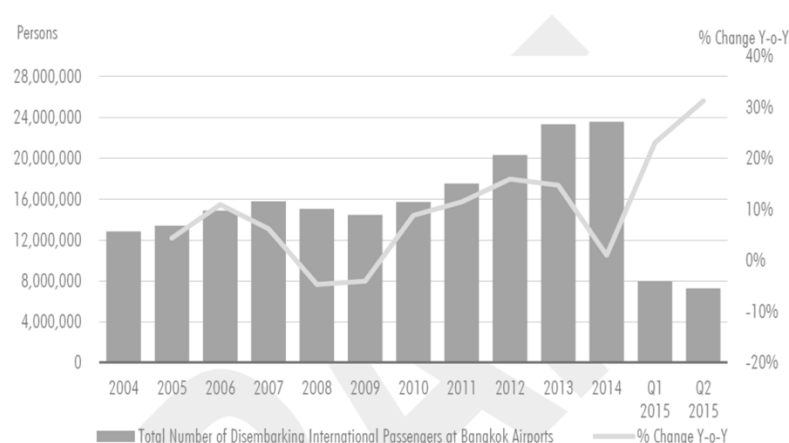
เมืองท่องเที่ยวที่สำคัญยังมีการพัฒนาที่พึกในรูปแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เช่นกัน

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2559 (AEC) มีแนวโน้มจะส่งผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เนื่องจากการเปิดการค้าเสรี ทำให้เกิดการโยกย้ายกำลังแรงงาน โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ นอกจากนี้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุนต่างชาติอื่นๆที่ไม่ใช่สมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สนใจเข้ามาขยายฐานการลงทุนหรือการตั้งสำนักงานใหญ่ (ระดับภูมิภาคเอเชีย) ในไทยซึ่งที่ผ่านมา มีบริษัทต่างชาติหลายแห่ง เลือไทยเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากมองว่าประเทศไทยมีระบบสาธารณูปโภคที่เปรียบพร้อมทั้งระบบโทรคมนาคม และระบบการขนส่ง อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับสภาพแวดล้อมในด้านอื่น เช่น กฎหมาย ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวันของไทย ยังถูกกว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในสมาชิกอาเซียนด้วยกัน ขณะเดียวกันการรวมกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่นำจะเพิ่มขึ้น ซึ่งก็น่าจะเปิดโอกาสในการทำธุรกิจในระยะข้างหน้า<sup>5</sup> ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จึงเกิดการปรับเปลี่ยนสู่โรงแรมกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พ.ศ. 2559



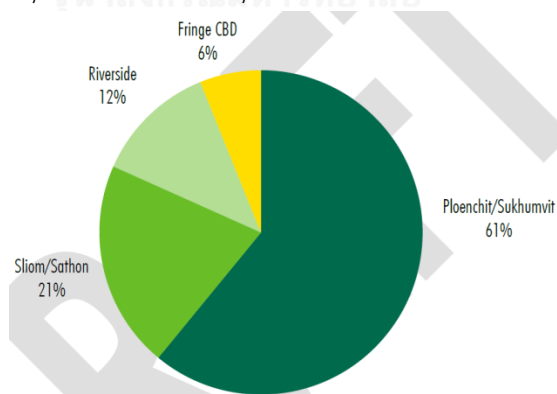
ในมุมมองของตลาดธุรกิจโรงแรมนั้น จากรายงานการวิจัยของ CB Richard Ellis<sup>6</sup>พบว่า ในไตรมาสที่ 2 ปี 2558 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยโดยเครื่องบิน(สนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมือง) มีจำนวน 7,261,898 คน เพิ่มขึ้นถึง 31% จากไตรมาสแรกของปีเดียวกัน

ภาพที่ 2 จำนวนผู้โดยสารระหว่างประเทศ ในสนามบิน(กรุงเทพมหานคร) ปี 2557 ไตรมาสที่ 2 ปี 2558<sup>6</sup>



โดยส่วนใหญ่แล้วนั้น โรงแรมทั้งหมดจะกระจุกตัวอยู่ในเมือง บริเวณพื้นที่ เฟลินจิต สุขุมวิท สีลม สาทร สูงถึง 61% คือมีทั้งหมด 8,803 ยูนิต

ภาพที่ 3 อุปทานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ไตรมาสที่ 2 ปี 2558<sup>7</sup>



<sup>6</sup> Market Overview for Super Tower , A Report From CBRE,p.49(28<sup>th</sup> August 2015)

<sup>7</sup> Market Overview for Super Tower , A Report From CBRE,p.50(28<sup>th</sup> August 2015)

จากการวิจัยของ CB Richard Ellis ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าการเติบโตของธุรกิจโรงแรมนั้นยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีการปรับตัวเข้าสู่การเป็นโรงแรมเพื่อขยายตลาดในการรองรับชาวต่างชาติที่จะเข้ามาในประเทศไทยให้หลากหลายขึ้น สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรม จัสมิน ซิตี้โฮเทลแบงคอก (วันที่ 1 กันยายน 2558) คุณ ธงชัย หาญทวีวัฒนา กล่าวว่าธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของโรงแรม จัสมิน ซิตี้ แบงคอกโฮเทล ก็ได้ปรับเปลี่ยนสู่การเป็นโรงแรมเพื่อเพิ่มมูลค่า และเพื่อตอบรับลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น การรักษาสภาพคล่องของโครงการ และการขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มอัตราการเข้าพัก ทำให้เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจที่สามารถรับลูกค้ารายวันได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จึงเกิดการปรับเปลี่ยนสู่โรงแรม

ตารางที่ 2 ตารางแสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปี	ชื่อผู้แต่ง	งานวิจัย
2552	ถิรวุฒิ ธนวิชิเพียรพาก	แนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัด : กรณีศึกษา พื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา
2545	ภูวิชัย เอี่ยมพิงพร	ปัจจัยการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของชาวต่างชาติในเขตศูนย์กลางธุรกิจ: กรณีศึกษาบ้านวนพลู เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
2547	ต่อศักดิ์ มีสุข	ผลกระทบต่อที่อยู่อาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ให้เช่า ในเขตห้วยขวางเมื่อมีระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน
2550	สุชาดา สนธยางกุล	ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า : กรณีศึกษา บริเวณถนนอ่อนนุช
2551	พัชรินทร์ ผดุงญาติ	ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวทางธุรกิจ เพศหญิงที่เข้ามาพักที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในเครือของ ดี แอสคอต กรุ๊ป
2552	มาลี แซ่ตั้ง	แนวทางการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร
2556	โนริโกะ โอชิ	สภาพการอยู่อาศัยและพฤติกรรมสุขภาพของชาวญี่ปุ่นในอาคารอยู่อาศัยรวมเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนายถิรวุฒิ(2552) พบว่า การมีชื่อเสียงของโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญรองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ โดยการวิจัยดังกล่าว มุ่งเน้นไปที่การปรับตัวของโรงแรมที่เคยเป็นโรงแรมมาก่อนให้ดียิ่งขึ้น

ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม และงานวิจัยของนายภูวิชัย(2545) พบว่า ปัจจัยการเช่าอพาร์ทเมนต์ของชาวต่างชาติ คือทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย โดยสองงานวิจัยนี้ได้พูดถึงพฤติกรรมของชาวต่างชาติที่ทำให้เกิดแนวทางการปรับตัวและปัจจัยการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ไว้ด้วยและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น พบว่ามีการทำวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยการเช่า ผลกระทบการอยู่อาศัย และความต้องการเกี่ยวกับเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ โดยพบผลสรุปที่ตรงกันคือ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่สำคัญ โดยเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์นั้นได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นตามกาลเวลา และ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์นั้นเป็นธุรกิจบริการอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงได้สนใจการเปลี่ยนแปลงนี้และ มุ่งเน้นศึกษาไปที่การปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

## 2. วัตถุประสงค์

- 1) ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 2) ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 3) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของห้องพักเมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 4) วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

## 3. ขอบเขตการศึกษา

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1). ด้านผู้ประกอบการ มีการศึกษาถึงแนวความคิดในการปรับเปลี่ยนจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์สู่การเป็นกึ่งโรงแรม
- 2). ด้านการบริหาร มีการศึกษาถึงการบริหารจัดการภายในเมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 3). อุปสรรคในการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ของห้องพัก เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

### ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

- 1). ศึกษาโดยโครงการอยู่ในระดับ 4 ดาวตามมาตรฐานสากล และมีขนาดของโครงการไม่น้อยกว่า 200 ห้อง โดยเลือกโครงการที่เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มาก่อนจึงปรับตัวเป็นธุรกิจกึ่ง

โรงแรมภายหลัง ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมแล้วและมีอัตราสัดส่วนการบริการเป็น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มากกว่าโรงแรม ที่อยู่ในเขตสุขุมวิท

#### 4. คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

**เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์** หมายถึงตามคำจำกัดความของ CB Richard Ellis (2005) และ Sue Foxley (2001) เป็นที่พักอาศัยให้เช่าระยะสั้นหรือระยะยาวที่ตกแต่งไว้เรียบร้อยแล้วโดยภายในตัวห้องพักจะมีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยออกเป็นส่วนๆเช่นมีพื้นที่สำหรับการทำครัวหรือห้องครัวที่มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้านอกจากนี้ยังมีการให้บริการต่างๆเหมือนกับโรงแรมแต่มีความเป็นส่วนตัวมากกว่าโรงแรม จากวารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 69 กล่าวถึงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไว้ว่า จะมีที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย และบริการพิเศษอื่นๆ คล้ายกับการให้บริการของ โรงแรม เช่น มีสระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส สนามกีฬา คอฟฟี่ช็อป มินิมาร์ท มินิเธียร์เตอร์ บิวตี้ซาลอน จานดาวเทียมและเคเบิลทีวี บริการซักรีด บริการทำความสะอาด มีโทรทัศน์?วงจรปิดและระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เป็นต้น

**โรงแรม** โดยความหมายของโรงแรมตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา3 จึงให้ความหมายว่า “โรงแรม หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว” (พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3) จากความหมายดังกล่าวแล้ว โรงแรมจึงหมายถึงสถานที่ทุกประเภทอาจเรียกชื่อว่า โรงแรม หรือไม่เรียกชื่อโรงแรม เช่น อาจเรียกว่า รีสอร์ท (Resorts) หรือบ้านพักตากอากาศ แต่จัดบริการเพื่อเรียกเก็บค่าเช่า และอาจจัดบริการอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การซักรีด การขายสินค้าที่ระลึก ฯลฯ ก็เป็นลักษณะของโรงแรมทั้งสิ้นและความหมายของโรงแรมในสากล ก็มีลักษณะคล้ายกับโรงแรมในความหมายของไทย แต่ได้ยกตัวอย่างการบริการประกอบความหมายชัดเจนกว่า เช่น ได้ให้ความหมายว่า โรงแรม คือ สถานที่ประกอบการที่ผู้ให้บริการต้องจัดให้มีบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการแก่นักเดินทางที่ต้องจ่ายค่าบริการ หรือโรงแรม คือ สถานที่ซึ่งจัดบริการด้านที่พักอาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ักเดินทาง

**เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม** หมายถึง ที่พักอาศัยให้เช่าระยะสั้นหรือระยะยาวที่ตกแต่งไว้เรียบร้อยแล้วโดยภายในตัวห้องพักจะมีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยออกเป็นส่วนๆเช่นมีพื้นที่สำหรับการทำครัวหรือห้องครัวที่มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้านอกจากนี้ยังมีการให้บริการต่างๆเหมือนกับโรงแรม โดยเริ่มก่อตั้งเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และปรับเปลี่ยนในภายหลังและได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมเรียบร้อยแล้ว เรียกว่า *เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม* โดยมีอัตราสัดส่วนการบริการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มากกว่าโรงแรม

## 5. วิธีดำเนินการศึกษา

### 5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

5.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1.2 รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง

5.1.3 ศึกษา และ สํารวจข้อมูลเบื้องต้นของจำนวนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ในเขตสุขุมวิท และรูปแบบ, ราคา, อัตราการเข้าพัก , สถิติข้อมูลชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

5.1.4 จัดแบ่งกลุ่มของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ในแต่ละระดับราคา และ พื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงประชากร หลักในการวิจัย

5.1.5 ขอข้อมูลรายละเอียดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ที่ต้องการศึกษา พร้อมการจัดทำแบบสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ รวมไปถึงพนักงานในองค์กร และจัดทำแบบสอบถามผู้เข้าพักอาศัย

5.1.6 วิเคราะห์ข้อมูลและเปรียบเทียบการบริหารเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

5.1.7 นำผลที่ได้ไปสัมภาษณ์ ขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านที่พักอาศัยเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

5.1.8 วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

### 5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

5.2.1 แบบสอบถามและแบบสำรวจเก็บข้อมูลลักษณะโครงการ

ลำดับ	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง
1	แบบสัมภาษณ์	เจ้าของโครงการ
2	แบบสัมภาษณ์	พนักงาน
3	แบบสอบถาม	ผู้เข้าพักอาศัย โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง ที่มีเกณฑ์วัดจาก ผู้เข้าพักระยะยาว และ ผู้เข้าพักระยะสั้น ทั้งหมดไม่น้อยกว่า 250 ชุด
4	แบบสำรวจและสังเกต	กรณีศึกษาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

5.2.2 การสัมภาษณ์ โดยการสอบถามและสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประมวลผลความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการปรับเปลี่ยนโครงการ วิสัยทัศน์ พันธกิจ การลงทุน การบริการ เรื่องการตลาด โรงแรมและเรื่องการดูแลและปรับปรุงโครงการ จากผู้ประกอบการ โรงแรม พนักงาน รวมไปถึงการ



สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอสังหาริมทรัพย์ประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และ โรงแรม

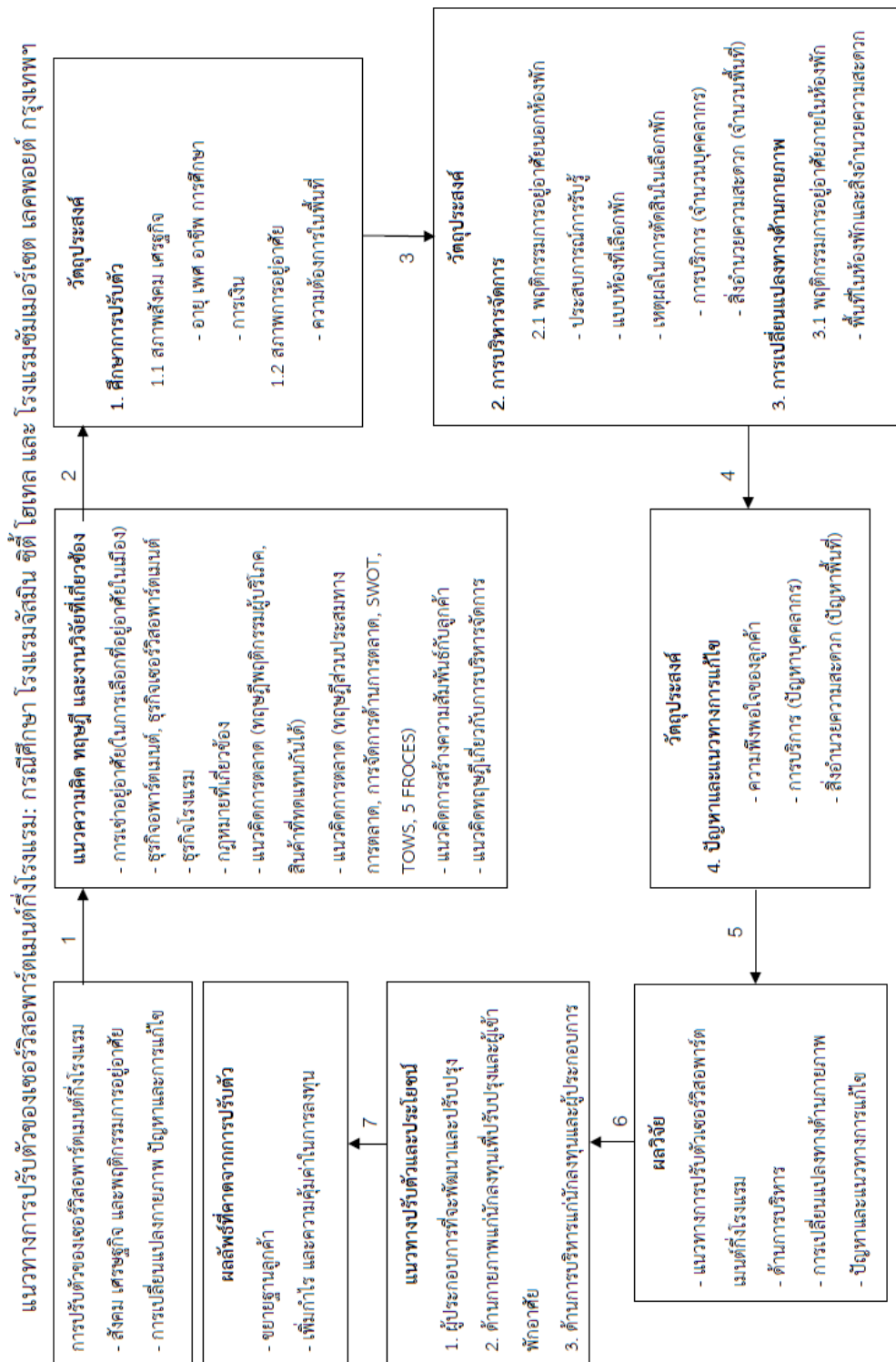
6. เปรียบเทียบวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปี	ชื่อผู้แต่ง	งานวิจัย	ข้อสรุป
2552	ถิรวิมล ธานี ชเพียรพาก	แนวทางการปรับตัวของ โรงแรมท้องถิ่นระดับราคา ประหยัด : กรณีศึกษา พื้นที่ เขตกรุงเทพมหานคร และ เมืองพัทยา	ศึกษาโดยวิเคราะห์ด้านกลยุทธ์การตลาด การแข่งขัน รวมถึงปัญหาและอุปสรรค โดยสรุปได้ว่า ด้านการมีชื่อเสียงของ โรงแรมเป็นสิ่งสำคัญรองลงมาคือ การ ส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้าน ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเล ที่ตั้ง และด้านราคา รองลงมาตามลำดับ
2545	ภูวิชัย เอี่ยมพิง พร	ปัจจัยการตัดสินใจเช่าอ พาร์ทเมนต์ของชาวต่างชาติ ในเขตศูนย์กลาง ธุรกิจ: กรณีศึกษาร้านสวนพลู เขต สาทร กรุงเทพมหานคร	สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่า คือ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก การรักษาความปลอดภัย และยังมีปัจจัย อย่างอื่น เช่น สภาพแวดล้อมของ ธรรมชาติ สภาพสังคมชุมชน ที่ผลต่อการ ตัดสินใจอีกด้วย
2547	ต่อศักดิ์ มีสุข	ผลกระทบต่อที่อยู่อาศัย ประเภท อพาร์ทเมนต์ให้เช่า ในเขตห้วยขวางเมื่อมีระบบ รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน	พบว่า ทำเลในวันนี้ไม่ใช่ของวันพุ่งนี้ ตลอดไป เมื่อทำเลเปลี่ยน ความต้องการ ก็เปลี่ยนไปด้วย เมื่อมีระบบขนส่งมวลชน เข้ามาในทำเลที่ตั้งเดิมธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ให้เช่าจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วย คือ ราคาที่ดินสูงขึ้น ทำให้การกำหนดค่าเช่า สูงขึ้นตามการลงทุน
2550	สุชาดา สนธยางกุล	ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้เช่า อาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า : กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อน	พบว่านอกเหนือจากการเลือกทำเลเช่า อาศัยแล้ว ผู้เช่ายังต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆอีกด้วย ดังนั้นการ ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

		นุช	เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ลงทุนต้องมีให้ผู้เช่าเพื่อสร้างความพึงพอใจในการอยู่อาศัยและต้องให้เกิดการเช่าอยู่ต่อไป
2551	พัชรินทร์ ผดุงญาติ	ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าพักของนักท่องเที่ยวทางธุรกิจ เพศหญิงที่เข้ามาพักที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในเครือของ ดีแอสคอต กรุ๊ป	พบว่า ปัจจัยเรื่อง ราคาและสถานที่ตั้งสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเช่าพัก ตามมาด้วยปัจจัยเรื่อง การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และตราสินค้า ตามลำดับ และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวทางธุรกิจเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย
2552	มาลี แซ่ตั้ง	แนวทางการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร	สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเช่าอาศัยเหล่านี้เป็นไปได้ทั้งปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านกายภาพที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพึงพอใจ ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์คือธุรกิจการให้บริการอย่างแท้จริง
2556	โนริโกะ โอชิ	สภาพการอยู่อาศัยและพฤติกรรมสุขภาพของชาวญี่ปุ่นในอาคารอยู่อาศัยรวมเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	สรุปข้อมูลสภาพการอยู่อาศัยพบว่า ส่วนใหญ่ รู้จักการพำนักระยะยาว รับข้อมูลพิจารณาจากนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ใช้เหตุผลจากค่าใช้จ่ายที่พำนักที่เหมาะสม รองลงมาคือด้านสังคม และคำนึงถึงความปลอดภัย

7. กรอบแนวคิดในงานวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับเปลี่ยนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม :กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี ไฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ



## 8. ตัวแปรและเครื่องมือในการวิจัย

วัตถุประสงค์	ตัวแปรหลัก	ตัวแปรรอง	เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง
ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ข้อมูลทางเศรษฐกิจ	- ด้านสังคม - ด้านเศรษฐกิจ - ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการอยู่อาศัย	การสัมภาษณ์ แบบมี โครงสร้างและ การสำรวจ	- ผู้บริหาร - ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ - ผู้จัดการและ/หรือพนักงาน
ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ข้อมูลด้านการบริหาร	- โครงสร้างการบริหาร - จำนวนพนักงานที่เปลี่ยนแปลง - การวางแผนการตลาด	การสัมภาษณ์ แบบมี โครงสร้างและ การสำรวจ	- ผู้บริหาร - ผู้จัดการและ/หรือพนักงาน
วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ข้อมูลทั่วไปของอาคาร ส่วนกลาง และห้องพัก	- รูปแบบของห้องพัก - รูปแบบส่วนกลางและกิจกรรม	การสัมภาษณ์ แบบมี โครงสร้างการสำรวจและการสังเกต	- ผู้บริหาร - พฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าพักอาศัย - ผู้จัดการและฝ่ายขาย - พนักงานยกกระเป๋าปกร.แม่บ้าน

วิเคราะห์ปัญหาและ เสนอแนะแนว ทางการแก้ไขของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ที่ปรับเปลี่ยนเป็น ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ท เมนต์กึ่งโรงแรม	พฤติกรรม ของผู้อยู่ อาศัยและ การตกแต่ง	- ปัญหาในการใช้ งานพื้นที่หรือ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	การสัมภาษณ์ แบบมี โครงสร้าง และ การสังเกต	- ผู้บริหาร - ผู้จัดการและ/ หรือพนักงาน - ความพึงพอใจ ของผู้เข้าพักอาศัย
---	---	--	--	--

#### 9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 9.1 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะพัฒนาและปรับปรุงโครงการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้พักอาศัย เพื่อเพิ่มผลกำไร และประสิทธิผลสูงสุดให้กับโครงการ
- 9.2 เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกที่พักอาศัยของผู้เข้าพักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 9.3 เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักลงทุนหรือผู้ประกอบการ ได้ทราบถึงการบริหารจัดการของ ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

## บทที่ 2

## แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมิน ซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ มีแนวความคิด ทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

## แนวความคิด ทฤษฎี

วัตถุประสงค์	แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม</li> </ul>	<p>แนวคิดเกี่ยวกับการเช่าอยู่อาศัยในการเลือกที่อยู่อาศัยในเมือง)</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอพาร์ทเมนต์ และ ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมาย</p> <p>แนวคิดการตลาด (ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค , สินค้าที่ทดแทนกันได้)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม</li> <li>- วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ของห้องพักและส่วนกลางเมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม</li> <li>- วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม</li> </ul>	<p>แนวคิดการตลาด (ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด, การจัดการด้านการตลาด, SWOT, TOWS, 5 FROCES)</p> <p>แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ</p>

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเช่าอยู่อาศัย

### 2.1.1 ความสัมพันธ์ของแหล่งงานและการเช่าอาศัย

การศึกษาของ เซอร์แมน และเบนจามิน (Jud G. Donald and John D. Benjamin and G. Stacy Sirmans, 1996) พบว่า เวลาที่ใช้ในการเดินทางไปทำงานมีผลต่อการเช่า

มานพ พงศทัต (มานพ พงศทัต, 2527) คิดเห็นไว้ว่า สิ่งสำคัญคู่กับที่อยู่อาศัยคือการทำงาน ดังนั้นแล้ว ทำเลที่ตั้งและการเดินทางเป็นปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยและที่เช่าอาศัย “Live where you work or work where you live”

### 2.1.2 ความสัมพันธ์ของรายได้และการเช่าอยู่อาศัย

บอทดอน และ โพลเลียน (Bogdon and Follain, 1996) กล่าวว่า ปัจจัยด้านประชากรและเศรษฐกิจมีผลต่อความต้องการของอพาร์ทเมนต์ และจากการศึกษาพบว่า อาคารอยู่อาศัยรวมมักตั้งอยู่ในพื้นที่ของประชากรผู้มีรายได้น้อย มีอัตราความยากจนสูง มีอัตราความเป็นเจ้าของต่ำ และมีการรวมกันอยู่อาศัยสูง

เอมิลี เอ็น ซีท (Emily N. Zietz, 2003) กล่าวว่าอาคารรวมอยู่อาศัยได้กลายเป็นที่อยู่อาศัยแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประชากรในทุกๆระดับรายได้ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิต การไม่ต้องการเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องการดูแลรักษาที่อยู่อาศัย การย้ายที่ทำงาน และความสะดวกในการเดินทาง อีกทั้งจำนวนประชากรที่ไม่แต่งงานมีมากขึ้น และมีความต้องการเช่าอาศัยมากกว่าความต้องการเป็นเจ้าของ

การศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) พบว่า อพาร์ทเมนต์ให้เช่าของผู้มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูงส่วนใหญ่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าผู้มีรายได้น้อย มีลักษณะอาคารคล้ายคลึงกับอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม โดยมีห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องครัว และห้องน้ำ และมักตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ

ทีมธุรกิจบิสซิเดย์ (ทีมธุรกิจBusy-Day, 2548) พบว่าผู้เช่าที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมที่ดีในที่พัก มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทันสมัยและต้องการสิ่งที่มีคุณภาพที่จะตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตและสร้างคุณภาพชีวิตให้กับผู้เช่ากลุ่มนี้ เช่น ระบบความปลอดภัย ที่จอดรถ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และบริการเสริมที่จำเป็นต่างๆ เช่น ซักอบรีด ร้านอาหาร ฟิตเนส สระว่ายน้ำ ฯลฯ

ผลการศึกษาของ เซอร์แมน และ เบนจามิน (Sirman G. Stacy and Jonh D. Benjamin, 1991) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเช่าอยู่อาศัย มี 3 สิ่ง ดังนี้ 1. สิ่งอำนวยความสะดวก บริการ และลักษณะทางกายภาพของที่พัก 2. ที่ตั้งของที่พัก และ 3. ลักษณะของผู้เช่าและความเต็มใจในการชำระค่าเช่า และใน (Sirman G. Stacy and Sirmans C. F. and Jonh D. Benjamin, 1989) กล่าว

ว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ เช่น ที่จอดรถในที่ร่ม ห้องครัวที่ทันสมัย การบริการของแม่บ้าน กฎระเบียบการเช่าอาศัย และองค์ประกอบปัจจัยภายนอก เช่น การจราจรที่แออัด ที่ทำงานใกล้ไกล และระบบขนส่งมวลชน เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเช่าของผู้เช่า

จากการศึกษาของ เบนจามิน เซอร์แมน และ ซีท (John D. Benjamin and G. Stacy Sirmans and Emily Norman Zietz, 1997) เกี่ยวกับตลาดอพาร์ทเมนต์ พบว่า ระบบความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ส่งผลดีต่อความต้องการเช่า ในขณะที่การมีผู้จัดการและการมีเคาน์เตอร์ในอพาร์ทเมนต์ไม่ส่งผลต่อความต้องการเช่า อย่างไรก็ตามตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้ส่งผลต่ออัตราการเช่าพัก

ซาเธอร์ เมอร์ฟี บัททอน อาลอนโซ และ แคลร์ (ต่อศักดิ์ มีสุข, 2547) กล่าวถึงความสำคัญของทำเลที่ตั้งของที่พักอาศัย โดยคำนึงถึงตัวอาคาร และสภาวะแวดล้อมในทางกายภาพและคุณภาพชีวิต รวมถึงความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านในบริเวณที่อยู่อาศัยด้วย สอดคล้องกับความเห็นของ ซีท (Emily N. Zietz, 2003) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจในรูปแบบการใช้ชีวิตและผลกระทบจากเพื่อนบ้าน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเช่าอยู่อาศัยในอาคารอยู่อาศัยรวม

ชามิธซ์ (Adrienne Schmitz, 2000) กล่าวว่า อพาร์ทเมนต์เป็นธุรกิจบริการที่เช่าอาศัยทันที ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้เช่าขึ้นอยู่กับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน และ เพียร์เซอร์ และ ซาเวนกี (Richard B. Peiser and Dean Schwanke, 1992) กล่าวว่า ปัญหาของการจัดการที่เช่าอาศัยนั้น มักเป็นปัญหาเกี่ยวกับมนุษย์มากกว่าปัญหาด้านกายภาพของที่เช่า

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอพาร์ทเมนต์ และ ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และ ธุรกิจบริการ

### 2.2.1 ความหมายของอพาร์ทเมนต์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

อพาร์ทเมนต์ (Apartments) เป็นอาคารที่อยู่อาศัยที่มีการแบ่งห้องพักเป็นหน่วยอยู่อาศัยหลายหน่วย โดยปกติมักจะมากกว่า 4 หน่วยขึ้นไปเพื่อการเช่า แต่ละหน่วยอาจมีการแบ่งเป็นห้องตั้งแต่เป็นห้องเดี่ยวอนุกรมประสงค์ หรือมี 1 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ 20-45 ตารางเมตร หรือมีหลายห้องนอน ได้แก่ 2-3-4 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 30 - มากกว่า 100 ตารางเมตร ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับคุณภาพหรือระดับราคาห้องเช่า อย่างไรก็ตาม แต่ละหน่วยอยู่อาศัยจะมีห้องน้ำและส่วนพื้นที่ของการทำครัว รวมถึงส่วนนอนพักอาศัยเป็นพื้นฐาน

อพาร์ทเมนต์อาจเป็นห้องที่ได้รับการตกแต่ง หรือไม่มีการตกแต่งก็ได้ ห้องที่ได้รับการตกแต่งมักมีเฟอร์นิเจอร์พื้นฐาน เช่น ตู้ เตียง พร้อมติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำร้อน รวมถึงอาจมีเครื่องอำนวยความสะดวกอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์และเคเบิลทีวี เครื่องเล่นดีวีดี อุปกรณ์ในครัว เป็นต้น

อพาร์ทเมนต์ราคาแพง โดยเฉพาะที่เรียกว่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ จะมีที่จอดรถและมีสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการพิเศษอื่นๆ คล้ายกับการให้บริการของโรงแรม เช่น มีสระว่ายน้ำ ห้อง



ฟิตเนส สนามกีฬา คอฟฟี่ช็อป มินิมาร์ท มินิเธียร์เธอร์ บิวตี้ซาลอน เคเบิลทีวี บริการซักอบรีด บริการทำความสะอาด มีระบบกล้องวงจรปิดและระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง เป็นต้น.

อพาร์ทเมนต์อาจมีทำเลตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้ศูนย์การค้า อยู่ในย่านธุรกิจหรืออยู่ในย่านชุมชนชานเมือง ที่เป็นย่านนิคมอุตสาหกรรมก็ได้ (ธอส, 2555)

โดยจากการแบ่งประเภทของ CB Richard Ellis (CB Richard Ellis, 2015) เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เกรดต่างๆได้ถูกจำแนก ดังนี้

เกรด A : โครงการจะตั้งอยู่บนถนนสายหลัก หรือ ซอยระหว่างถนนสายหลักในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) เข้าถึงง่าย และมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เช่าอยู่อาศัยมีความเป็นส่วนตัว ลักษณะตัวอาคาร มีการออกแบบตกแต่งที่ดี และมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี โดยอาจเป็นผู้ประกอบการจากแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ หรือเป็นเจ้าของโดยคนท้องถิ่นก็ได้ มีการบริหารจัดการและบริการเทียบเคียงกับโรงแรมชั้นหนึ่ง เช่น ลีมูซีน และมีที่จอดรถเพียงพอ โดยเปรียบเทียบกับ Emporium Suites หรือ Somerset Thonglor (โรงแรม 4-5 ดาว)

เกรด B : โครงการจะตั้งอยู่ในซอยระหว่างถนนสายหลัก ในย่านธุรกิจที่มีความง่ายต่อการเข้าถึง และมีการให้บริการในระดับปานกลาง มีการรักษาความปลอดภัยของอาคารในระดับปานกลาง มีการออกแบบตกแต่งที่ดี และมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี โดยอาจเป็นผู้ประกอบการจากแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ หรือเป็นเจ้าของโดยคนท้องถิ่นก็ได้ มีที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งจะต้องมีสระว่ายน้ำและศูนย์ออกกำลังกาย ด้วย โดยเปรียบเทียบกับ Citi Resort Sukhumvit 39 Annex หรือ Luxx XL (โรงแรม 3-4 ดาว)

## 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ของอพาร์ทเมนต์

### 2.2.2.1 ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์

การเพิ่มขึ้นและลดลงของประชากร การย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัย การเคลื่อนย้ายแรงงาน สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยต่อความต้องการในการเช่าอพาร์ทเมนต์ (สุกัญญา เขียวพิจกุล, 2548)

### 2.2.2.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้เช่า

(สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ คือ 1. ทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง 2. สภาพแวดล้อมและบริเวณที่ตั้งของอพาร์ทเมนต์ 3. รูปแบบอพาร์ทเมนต์ที่มีความสวยงามและทันสมัย 4. ความสะอาดเรียบร้อยในห้องพัก 5. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก 6. อัตราค่าเช่าพัก และ 7. ระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

### 2.2.2.3 สาเหตุที่ทำให้ผู้เช่าต้องการย้ายไปเช่าที่ใหม่

(ทิมธูริก Busy-Day, 2548) พบว่า การเปลี่ยนแปลงที่ทำงานเป็นสาเหตุสำคัญที่สุดของการย้ายอพาร์ทเมนต์ ส่วนสาเหตุที่สำคัญอื่นๆ คือ 1. ราคาเช่าแพง 2. สภาพแวดล้อมไม่ดี 3. หน่วยค่าน้ำค่าไฟแพง 4. มีปัญหากับผู้ดูแลอพาร์ทเมนต์ 5. มีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมห้อง 6. เพื่อนบ้านไม่ดี และ 7. อพาร์ทเมนต์เก่า ล้าสมัย

ชามิธซ์ (Adrienne Schmitz, 2000) ให้เหตุผลสำคัญที่ลูกค้าย้ายออก คือ 1. การเปลี่ยนงาน/ตงาน 2. ผู้เช่ากลายเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยแทนการเช่าอาศัย 3. ไม่พึงพอใจกับห้องเช่า สิ่งอำนวยความสะดวก หรือการจัดการ 4. มีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนเช่าอื่น 5. คู่แข่งในตลาดอพาร์ทเมนต์ และ 6. ขาดการคัดสรรผู้เช่าที่ดีมีคุณภาพ

### 2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์

#### 2.2.3.1 ความหมายของธุรกิจอพาร์ทเมนต์

ธุรกิจอพาร์ทเมนต์คือ การลงทุนให้เช่าที่อยู่อาศัยในอาคารรวม โดยได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนคือ ค่าเช่า ซึ่งเป็นรายได้หลักและค่าบริการพิเศษอื่นๆเช่น ชักอบริด หรือค่าเช่าจากร้านค้าภายในอาคาร เป็นรายได้เสริมเพิ่มขึ้น การลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์นี้เรียกว่า การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ (พัลลภ กฤตยานวิช, 2548)

#### 2.2.3.2 เหตุผลการลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า

พัลลภ (พัลลภ กฤตยานวิช, 2548) กล่าวว่า การลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ นอกจากจะได้อผลตอบแทนจากค่าเช่าแล้ว ยังได้ผลตอบแทนจากมูลค่าเพิ่มของสินทรัพย์อีกด้วย เมื่อที่ดินเป็นทรัพยากรที่จำกัดและค่าวัสดุก่อสร้างรวมถึงค่าแรงช่างมีราคาที่สูงขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตามมูลค่าของอพาร์ทเมนต์ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำรายได้จากค่าเช่าเป็นสำคัญ ดังนั้น การทำให้มีผู้เช่ามากที่สุดเพื่อรายได้ที่มากที่สุดมีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการ

ทิมธูริก ปีสซีเดีย (ทิมธูริก Busy-Day, 2548) ให้ความเห็นไว้ว่า ธุรกิจอพาร์ทเมนต์เป็นธุรกิจที่เติบโต ควบคู่กับความต้องการที่อยู่อาศัยของคนในประเทศและสามารถตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของคนในประเทศและสามารถตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของแรงงานทั้งในประเทศและแรงงานจากต่างประเทศ

จากหนังสือ ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์แบบมืออาชีพ (อนุชา กุหลิวสิทธิ์, 2551) กล่าวว่า การลงทุนให้เช่าบ้านประเภทอพาร์ทเมนต์นั้น ผู้ลงทุนได้ค่าเช่ามาผ่อนชำระเงินกู้ซึ่งเท่ากับผู้เช่าเป็นผู้ซื้อบ้านให้กับผู้ลงทุนนั่นเอง อย่างไรก็ตาม ในการลงทุนระยะยาวนั้น มักมีความเสี่ยงเกิดขึ้นจาก การดูแลรักษาผู้เช่าไม่ดี การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในตลาดและการจัดการสินทรัพย์ที่ไม่ดีเหล่านี้เป็นสาเหตุให้การลงทุนไม่มีประสิทธิภาพหรืออาจขาดทุนได้

#### 2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการและธุรกิจอพาร์ทเมนต์

จากหนังสือ การบริหารธุรกิจขนาดย่อม (สมชาย หิรัญกิตติ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542) กล่าวว่า อพาร์ทเมนต์เป็นธุรกิจที่อยู่อาศัยที่จัดอยู่ในประเภทธุรกิจบริการ ซามิธซ์ (Adrienne Schmitz, 2000) ให้ความเห็นว่า เมื่ออาคารอพาร์ทเมนต์สร้างเสร็จ มันกลายเป็นธุรกิจบริการที่ให้เช่าอาศัยทันที

##### 2.2.4.1 ความหมายของธุรกิจบริการที่มีต่อธุรกิจอพาร์ทเมนต์

จากหนังสือ การตลาดธุรกิจบริการ (วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547) ได้ให้ความหมายคำว่า บริการ ไว้ว่า “การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่เสนอให้ นั้น เป็นการกระทำ พฤติกรรม การปฏิบัติ การซึ่งไม่สามารถเป็นเจ้าของได้”

##### 2.2.4.2 ความสำคัญของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในฐานะเป็นธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ จากสถิติการบันทึกของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523-2547 พบว่า รายได้ของประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 50 ของรายได้ทั้งหมดมาจากรายได้ของภาคบริการ นอกจากนั้นแล้วธุรกิจบริการอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญต่อรายได้จากภาคบริการคือ เป็นรายได้จำนวนมากถึง 1 ใน 4 ของรายได้จากภาคบริการทั้งหมด

#### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

แบ่งกลุ่มตามวิธีการบริหารจัดการ ได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) โรงแรมที่บริหารจัดการโดยเจ้าของ หรือโรงแรมอิสระ (Independent Hotels) หมายถึง โรงแรมที่ไม่มีความเป็นเจ้าของร่วม หรือข้อผูกพันทางด้านการบริหารจัดการกับโรงแรมอื่น เจ้าของโรงแรมจึงสามารถกำหนดนโยบาย และวิธีการบริหารของตนได้อย่างอิสระ ทั้งนี้เจ้าของอาจมีการจ้างผู้มีความรู้เข้ามาเป็นผู้จัดการหรือตำแหน่งอื่นๆซึ่งโรงแรมในกลุ่มนี้มีทั้งโรงแรมขนาดใหญ่ในระดับหรูหร่า ไปจนถึงโรงแรมขนาดเล็กทั่วไป
- 2) โรงแรมที่บริหารจัดการโดยเครือข่ายการจัดการของท้องถิ่น (Local Chains) เครือข่ายโรงแรมท้องถิ่นพัฒนาขึ้นพร้อมๆกับการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เจ้าของโรงแรมที่ประสบความสำเร็จจากโรงแรมแห่งแรกของตน เริ่มขยายธุรกิจโดยการสร้างห้องพักเพิ่ม หรือเปิดโรงแรมแห่งใหม่ของตน และอาจยังขยายธุรกิจโดยการขายสิทธิในการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้า (franchise) เช่น กลุ่มโรงแรมในเครือดุสิต เครืออิมพีเรียล เครือเซนทารา เป็นต้น
- 3) โรงแรมที่บริหารโดยเครือข่ายต่างประเทศ (International Chains) โรงแรมในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ และมีมาตรฐานโรงแรมสูง ประเทศไทยนั้นมีเครือข่ายโรงแรมต่างประเทศ

ที่สำคัญเกือบทุกเครือข่าย เช่น Marriott, Ascott, Accor เป็นต้น

โดยจากการแบ่งประเภทของ CB Richard Ellis (CB Richard Ellis, 2015) โรงแรมเกรดต่างๆ ได้ถูกจำแนก ดังนี้

โรงแรมหรู (4-5 ดาว) : เฉลี่ยราคาขายวันอยู่ที่ 5,500 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ โรงแรมจะตั้งอยู่บนถนนสายหลักในย่านศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) และมีการจัดการโดยโรงแรมระดับนานาชาติ มีผู้ประกอบการเป็นแบรนด์โรงแรมชั้นนำ ตลาดเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และผู้บริหาร

โรงแรมชั้นหนึ่ง (3-4 ดาว) : เฉลี่ยราคาอยู่ที่ 4,500-5,500 บาท ส่วนใหญ่โรงแรมชั้นหนึ่ง จะตั้งอยู่บนถนนสายหลักในย่านศูนย์กลางธุรกิจ โดยอาจเป็นผู้ประกอบการจากแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ หรือเป็นเจ้าของโดยคนท้องถิ่นก็ได้ ตลาดเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยว ที่มีรายได้ปานกลางไปถึงสูง และนักธุรกิจ

โรงแรมระดับกลาง (2-3 ดาว) : เฉลี่ยราคาอยู่ที่ 2,500-4,500 บาท โดยโรงแรมอาจตั้งอยู่บนถนนสายหลัก หรือในระหว่างซอย ในย่านธุรกิจ หรือบริเวณใกล้เคียง โดยอาจเป็นผู้ประกอบการจากแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ หรือเป็นเจ้าของโดยคนท้องถิ่นก็ได้ เป้าหมาย คือนักท่องเที่ยว ที่มีรายได้ปานกลาง และนักธุรกิจ

โรงแรมชั้นประหยัด (1-2 ดาว) : เฉลี่ยราคาอยู่ที่ 1,000-2,500 บาท โดยโรงแรมอาจตั้งอยู่ในระหว่างซอย ในย่านธุรกิจ หรือบริเวณใกล้เคียง โดยอาจเป็นผู้ประกอบการจากแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ หรือเป็นเจ้าของโดยคนท้องถิ่นก็ได้ เป้าหมาย คือนักท่องเที่ยว ที่มีรายได้ปานกลาง และนักธุรกิจ

### 2.3.1 แนวความคิดด้านอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจโรงแรม

#### 2.3.1.1 อุปสงค์

##### 2.3.1.1.1 อุปสงค์ของธุรกิจโรงแรม

ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการของโรงแรมโดยผู้ซื้อหรือผู้รับบริการเต็มใจที่จะจ่ายและมีอำนาจซื้อสนับสนุน

##### 2.3.1.1.2 อุปสงค์เชิงการตลาดท่องเที่ยว

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย(2527) ได้นิยามไว้ว่า อุปสงค์เชิงการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความปรารถนาของคนที่จ่ายเงินส่วนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยว โดยปัจจัยคือ 1. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2. ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงานและการบริการ 3. ปัจจัยด้านอัตราค่าที่พัก 4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

#### 2.3.1.2 อุปทาน

##### 2.3.1.2.1 อุปทานของธุรกิจโรงแรม

ผลิตภัณฑ์หรือบริการของโรงแรมที่พร้อมจะเสนอขายให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ ได้แก่ ห้องพัก อาหาร เครื่องดื่ม ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม สระว่ายน้ำและบริการอื่นๆ

#### 2.3.1.2.2 อุปทานการท่องเที่ยว

กล่าวว่าอุปทานการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษ บริการการท่องเที่ยวเก็บไม่ได้ แหล่งท่องเที่ยวอยู่ที่ไหนก็อยู่ที่นั่น จะย้ายไปไหนไม่ได้ การบริการการท่องเที่ยวกระทำได้โดยการเดินทางเท่านั้น บริการท่องเที่ยวประกอบขึ้นจากสินค้าที่เป็นทั้งเชิงเศรษฐกิจ (ซึ่งวัดได้) และเชิงจิตวิทยา (วัดไม่ได้) บริการท่องเที่ยวมักจัดเป็นเรื่องพิเศษ โดยทั่วไปราคาสินค้าและบริการในสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวราคาหนึ่งและสำหรับนักท่องเที่ยวอีกราคาหนึ่ง อุปทานการท่องเที่ยวหลายอย่างยืดหยุ่นได้น้อย เพราะสร้างขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

#### 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมาย

##### อพาร์ทเมนต์

ตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 55 พ.ศ. 2543 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 นั้น อาคารหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของอาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยสำหรับหลายครอบครัว โดยแบ่งออกเป็นหน่วยแยกจากกันสำหรับแต่ละครอบครัว อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร และ ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตรและมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร

##### โรงแรม

พระราชบัญญัติโรงแรมพ.ศ.๒๕๔๗มาตรา๔ได้ให้ความหมายของคำว่า “โรงแรม” ไว้ให้หมายถึง “สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทนและได้ยกเว้นสถานที่พักไม่เป็นโรงแรมไว้๓ลักษณะคือ

- 1).สถานที่พักของส่วนราชการรัฐวิสาหกิจองค์การมหาชนหรือหน่วยงานอื่นของรัฐหรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษาที่มีใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกันสถานที่พักประเภทนี้หากพบว่ามี การนำรายได้หรือกำไรมาแบ่งปันกันเมื่อไหร่ก็ถือว่าเป็นโรงแรม
- 2).สถานที่พักที่คิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปการยกเว้นตาม (2.) นี้เน้นการคิดค่าบริการให้เช่าที่ พักหากคิดเป็นรายเดือนรายปีก็ไม่เป็นโรงแรมแต่หากคิดค่าบริการต่ำกว่ารายเดือนลงมาเช่นราย สัปดาห์รายวันรายชั่วโมงหรือคิดค่าบริการปันกันทั้งรายเดือนและต่ำกว่ารายเดือนก็จะถือว่าเป็น โรงแรมต้องขออนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมตามกฎหมาย
- 3).สถานที่พักอื่นที่กำหนดในกฎกระทรวงกฎหมายให้อำนาจรัฐมนตรีที่จะกำหนดยกเว้นสถานที่พัก ประเภทใดบ้างไม่ให้เป็นโรงแรมตามกฎหมายโดยจะต้องออกเป็นกฎกระทรวงเท่านั้น

สรุปองค์ประกอบของโรงแรมได้ดังนี้

- 1).เป็นสถานที่พัก
- 2).มีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ
- 3).สำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใด
- 4).เรียกเก็บค่าที่พักต่ำกว่าเดือน

หากครบองค์ประกอบทั้งสี่ประการจึงถือเป็นโรงแรมและต้องยื่นขออนุญาตประกอบธุรกิจ

โรงแรมตามพระราชบัญญัติโรงแรมพ.ศ.๒๕๔๗

## 2.5 แนวคิดการตลาด (ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค)

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการของตนรวมถึงผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภค และสังคมแวดล้อมด้วย พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ผู้วิจัยจึงสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

โดย ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์
2. ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน
3. ดุลยภาพของผู้บริโภค

โดยทั้ง 3 ส่วน สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมี 2 ทฤษฎีคือ (1) ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) และ (2) ทฤษฎีว่าด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน (The Indifference Curve Theory) (1) ทฤษฎีอรรถประโยชน์ หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภค ได้รับจากการบริโภคสินค้า โดยความพอใจวัดเป็นตัวเลขได้ มีหน่วยวัดเรียกว่า ยูทิล(Util) มีข้อ สมมติพื้นฐานดังนี้ (1.1) ความพอใจของผู้บริโภควัดเป็นหน่วยได้ (1.2) อรรถประโยชน์เพิ่มจะลดน้อยถอยลง (1.3) ความพอใจในการบริโภคสินค้าแต่ละชนิด เป็นอิสระต่อกัน (4) ผู้บริโภคแสวงหาความพอใจสูงสุด

- อรรถประโยชน์เพิ่ม (Marginal Utility) คือ ความพึงพอใจที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นทีละหน่วย คำนวณจาก  $MU = \Delta TU / \Delta Q$  หรือ  $MU = TU_n - TU_{n-1}$

- อรรถประโยชน์รวม (Total Utility) คือ ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้า ทุกหน่วย

$$TU_n = \sum MU_i$$

- กฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลง ของอรรถประโยชน์เพิ่ม คือ เมื่อผู้บริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อรรถประโยชน์ที่ได้รับแต่ละหน่วยจะลดลงเช่น  $MU_1 = 10$  ยูทิล ,  $MU_2 = 8$  ยูทิล ,  $MU_3 = 6$  ยูทิล เป็นต้น

- คุณภาพของผู้บริโภค คือการที่ผู้บริโภคสินค้าและบริการ ต้องการแสวงหาความพอใจสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดต่างๆเช่น (1) กรณีสินค้าชนิดเดียว : ไม่นำเอาราคาและงบประมาณมารวมพิจารณา คุณภาพอยู่ที่ค่า  $TU$  สูงสุดและ  $MU$  กับศูนย์ (2) กรณีสินค้าชนิดเดียว : นำราคาสินค้ามารวมพิจารณา คุณภาพอยู่ที่  $MU_x = MU_y = \dots = MU_n$  (4) กรณีสินค้ามากกว่า 1 ชนิด และราคาสินค้าไม่เท่ากัน คุณภาพอยู่ที่  $MU_x/P_x = MU_y/P_n = \dots = MU_n/P_n$

- ส่วนเกินของผู้บริโภค คือ อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าเกินจากเงินที่จ่ายไปจริง เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ส่วนเกินผู้บริโภคจะลดลง หรือราคาสินค้าลดลง ส่วนเกินผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้น

(2) เส้นความพอใจเท่ากัน คือ เส้นที่แสดงส่วนประกอบต่างๆของสินค้า 2 ชนิด ที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากัน โดยมีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้ (1) ผู้บริโภคจะแสวงหาความพอใจสูงสุด โดยมีงบประมาณจำกัด (2) ความพอใจในสินค้าเรียงลำดับได้ (3) ความพอใจถ่ายทอดได้(Transitivity) (4)สินค้าทุกชนิดแบ่งเป็นหน่วยย่อยได้

- เส้นความพอใจเท่ากัน มีคุณสมบัติสำคัญดังนี้ (1)เป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา (2) เส้นความพอใจเท่ากันมีได้หลายเส้นและเส้นทางขวามือจะมีค่าความพอใจมากกว่า (3)เส้นความพอใจเท่ากันจะไม่ตัดกัน

- เส้นความพอใจเท่ากันจะมีลักษณะ 3 ประการดังนี้ (1)เส้นความพอใจเท่ากันเป็นเส้นโค้งเข้าหาจุดกำเนิด แสดงว่าสินค้า 2 ชนิด เพิ่ม-ลด เท่ากัน (3) เส้นความพอใจเท่ากันเป็นรูปตัวแอลหรือหักงอเป็นมุมฉาก แสดงว่าสินค้าสองชนิดทดแทนกันไม่ได้เลย

- อัตราหน่วยสุดท้ายของการทดแทนกันระหว่างสินค้า X และ Y , สมมติว่าค่าของ  $MRS_{xy} = \Delta Y/\Delta X = -4$  แปลความหมายได้ว่า เมื่อบริโภคสินค้า X เพิ่มหนึ่งหน่วย จะลดการบริโภคสินค้า Y จำนวน 4 หน่วย

- เส้นงบประมาณ คือ เส้นที่แสดงส่วนประกอบของสินค้า 2 ชนิด ที่ผู้บริโภคใช้งบประมาณซื้อได้เท่ากัน ณ ราคาที่เป็นอยู่ขณะนั้น

- การเปลี่ยนแปลงเส้นงบประมาณ จะเป็นไปได้ 2 ลักษณะ คือ (1) รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง รายได้เพิ่มเส้นงบประมาณจะเคลื่อนทั้งเส้นไปทางขวามือ (2) ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง จะทำให้เส้นงบประมาณเคลื่อนย้ายไปด้วย
- ดุลยภาพของผู้บริโภค คือ สถานการณ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้า 2 ชนิด ภายใต้งบประมาณที่มีจำกัดจำนวนหนึ่งที่กำหนดให้ ดังนั้น จุดดุลยภาพจึงเป็นจุดเส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณ
- เส้นแนวทางการบริโภค อันเนื่องมาจากราคาที่เปลี่ยนแปลง (Price Consumption Curve : PCC) เป็นเส้นที่ลากผ่านจุดดุลยภาพหลายๆจุด ที่มีสาเหตุมาจากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง
- เส้นแนวทางการบริโภค อันเนื่องมาจากรายได้เปลี่ยนแปลง (Income Consumption Curve : ICC) เป็นเส้นที่ลากผ่านจุดดุลยภาพหลายๆจุด ที่มีสาเหตุมาจากรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง
- การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ จะมีทำให้ ผลทางด้านราคาหรือผลรวม เท่ากับ ผลทางด้านทดแทนกัน + ผลทางด้านรายได้
- เส้นเองเกล คือ เส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ของผู้บริโภค กับปริมาณการเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่

## 2.6 แนวคิดการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix)

**4P's**ประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion

Product: ตัวผลิตภัณฑ์, สินค้าหรือบริการ

Price: ราคาในการซื้อขายสินค้าและบริการ

Place: ช่องทางในการจัดจำหน่ายการกระจายสินค้า

Promotion: โพรโมชันเพื่อใช้ในการส่งเสริมการขาย

**2C's**ประกอบไปด้วย Customers, Competition เราต้องการขายใครและใครคือคู่แข่งของเรา

Customers: ลูกค้า

Competition: คู่แข่ง ทั้งคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

การจัดการด้านการตลาด ( Marketing Management )

คอตตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (Philip Kotler and Gary Armstrong, 1996) ให้ความหมายของการจัดการการตลาด คือ การวิเคราะห์การวางแผนการ ปฏิบัติและการควบคุม แผนการที่ได้ ออกแบบไว้เพื่อการสร้างสรรค์ การออกแบบ และดำรงไว้ซึ่งผลประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนกับลูกค้า เป้าหมาย เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การ และยังกล่าวไว้ว่าการจัดการในการตลาดบริการ



แตกต่างจากการจัดการตลาดแบบดั้งเดิมจึงมีความจำเป็นต้องใช้การจัดการตลาดที่มากกว่า 4Ps คือ การจัดการด้านการตลาดของธุรกิจบริการนั้นให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด 5Ps คือ People Product Price Place และ Promotion และ จากงานวิจัยของเสาวลักษณ์ (เสาวลักษณ์ เลิศบุศย์ สุรพลชัย, 2549) กล่าวว่า ความสำเร็จของการตลาดคือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยให้ความสำคัญของ 5Ps และ 5Cs ตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของ 5Ps และ Cs5

5Cs	5Ps	ประโยชน์ที่ได้จากการรู้ 5Cs คือ 5Ps
Customer Satisfaction	People	ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้าตามความพึงพอใจของลูกค้าได้
Customer Solution	Product	ทำให้เข้าใจถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าเพื่อเสนอสินค้าได้อย่างเหมาะสม
Customer Cost	Price	ทราบถึงค่าใช้จ่ายของลูกค้าทำให้ตั้งราคาได้เหมาะสมตามกำลังซื้อ
Convenience	Place (Distribution)	เข้าใจกระบวนการและพฤติกรรมกรรมการซื้อขายของลูกค้า ทำให้วางกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ลูกค้าได้ถูกต้อง
Communication	Promotion	เข้าใจพื้นฐานการสื่อสารของกลุ่มลูกค้าทำให้สามารถวางรูปแบบ ส่งเสริมการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ที่มา: เสาวลักษณ์ เลิศบุศย์ สุรพลชัย 2549 หน้า 48

อย่างไรก็ตาม ในการทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนั้น นอกจากต้องคำนึงถึงการใช้นวัตกรรม 5Ps แล้ว พบว่าในการทำการตลาดบริการนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญเพิ่มเติมอีก 2Ps คือ ชื่อยี่ห้อ (Prestige) และกระบวนการนำเสนอสินค้าและบริการ (Process)

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

ภาพที่ 4 แสดงกลยุทธ์แบบ SWOT



SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่ง ที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังนี้

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์สภาพการณ์ทั้ง 2 ด้าน คือภายในและภายนอก เป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็ง ของตนเอง เพื่อให้เห็นภาพรวมและสภาพแวดล้อมที่ชัดเจนของตนเอง รวมถึงการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในขององค์กร ที่จะทำให้ผู้บริหารองค์กร ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้มีการวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่างๆ ที่กำลังจะเกิด รวมถึงพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถ ด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

## การจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (TOWS Matrix)

ภาพที่ 5 แสดงกลยุทธ์แบบ TOWS

สภาพแวดล้อม ภายใน	S-Strengths (จุดแข็ง)	W-Weaknesses (จุดอ่อน)
	O-Opportunities (โอกาส)	WO-Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
สภาพแวดล้อม ภายนอก	SO-Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก)	WT-Strategies (กลยุทธ์เชิงรับ)
	T-Threats (อุปสรรค)	ST-Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)

SO-Strategies(กลยุทธ์เชิงรุก)เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับโอกาสซึ่งเป็นปัจจัยเชิงบวกทั้งคู่ องค์กรควรจะใช้จุดแข็งและโอกาสร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ST-Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับอุปสรรค ซึ่งมีจุดแข็ง (S) เป็นปัจจัยเชิงบวก และมีอุปสรรค (T) เป็นปัจจัยเชิงลบ องค์กรต้องนำปัจจัยเชิงบวกไปจัดการกับปัจจัยเชิงลบ คือ นำจุดแข็งมาใช้เพื่อป้องกันหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรค

WO-Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนกับโอกาส ซึ่งมีจุดอ่อน (W) เป็นปัจจัยเชิงลบ แต่มีโอกาส (O) เป็นปัจจัยเชิงบวกองค์กรต้องนำปัจจัยเชิงบวกไปจัดการกับปัจจัยเชิงลบ คือ นำโอกาสมากำจัดจุดอ่อน หรือนำโอกาสมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

WT-Strategies(กลยุทธ์เชิงรับ)เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อน(W)กับอุปสรรค(T)ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงลบทั้งคู่ องค์กรต้องคิดกลยุทธ์ที่กระทำแล้วสามารถกำจัดจุดอ่อนได้และสามารถป้องกันอุปสรรคได้ด้วยในคราวเดียวกัน

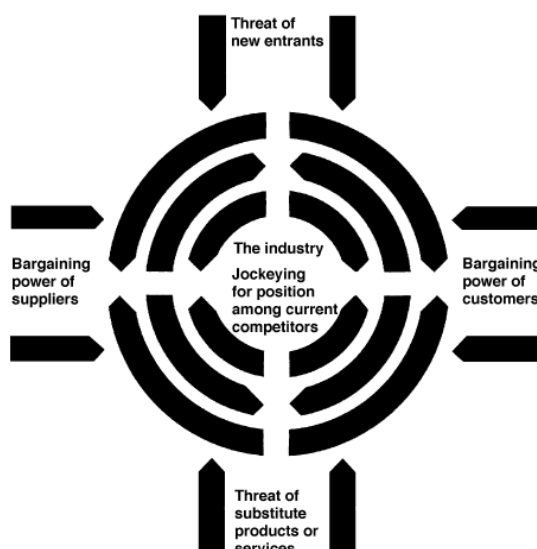
## แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ The Five Forces

แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ของ พอทเตอร์ (Michael Porter, 1979) ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) ในปี 1979 พอทเตอร์ ได้พัฒนาแนวคิด The Five Forces Analysis เป็นหลักการที่ใช้วิเคราะห์อุตสาหกรรมธุรกิจขององค์กรและใช้พัฒนาด้านกลยุทธ์ให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด โดยมีดังนี้

1. อำนาจต่อรองจากผู้บริโภค (Bargaining power of customers)
2. อำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ (The bargaining power of suppliers)
3. การคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ (Threat of new entrants)
4. การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of substitutes)
5. การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ (Rivalry among existing competitors)

ภาพที่ 6 แสดงปัจจัยทั้ง 5 ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

### Forces governing competition in an industry



ที่มา: Michael Porter (1979:6)

พอทเตอร์ (Michael Porter, 1979) กล่าวไว้อีกว่า ความเข้าใจในปัจจัยเหล่านี้ทำให้สามารถสร้างหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การจัดการให้สอดคล้องกับองค์กรมากที่สุดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.7 แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่มีแนวคิดในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบยาว มีความสำคัญอย่างยิ่งในการแข่งขันทางธุรกิจ อีกทั้งยังส่งผลต่อการลดภาระค่าใช้จ่ายในการหาฐานลูกค้าใหม่ภายในตลาด โดยแนวคิดในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (วิศาล มุขตารี, 2548) ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการตลาดฐานข้อมูลลูกค้าโดยจะต้องมีการดำเนินงานควบคู่กันโดยมุ่งเน้นให้เกิดความสำเร็จ 5 ด้านประกอบด้วย

1. การลดอัตราสูญเสียลูกค้า
2. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
3. การกระตุ้นให้เกิดความเจริญเติบโตของลูกค้าที่มีศักยภาพ
4. มุ่งกำไรน้อยแต่ทำกำไรระยะยาว
5. พิจารณาความเหมาะสมที่ปฏิบัติต่อลูกค้า

## 2.8 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

จากหนังสือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ (วรรณารถ แสงมณี, 2544) กล่าวว่า ปัจจุบัน มนุษย์ทำงานเป็นกลุ่มองค์กร โดยมีปัจจัยและทรัพยากรที่จำกัดในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น งานด้านการจัดการเป็นงานสำคัญที่สามารถอำนวยความสะดวกให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เพ็ชเชอร์ และ ชาเวนกี (Richard B. Peiser and Dean Schwanke, 1992) ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ถึงแม้ว่าโครงการอพาร์ทเมนต์จะถูกออกแบบหรือสร้างให้ดี หากแต่ไม่มีการจัดการที่ดีแล้วก็ไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับโครงการได้

จากหนังสือ คัมภีร์เศรษฐีฯ (บุญชนะ บุญเลิศ, 2551) กล่าวว่า การจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จำเป็นต้องเป็นการจัดการอย่างมืออาชีพ โดยให้ความหมายของคำว่า การจัดการอย่างมืออาชีพ คือการจัดการอย่างเชี่ยวชาญและชำนาญการโดยเฉพาะ

### 2.8.1 ความหมายของการจัดการ

โบวี ทิลล์ ู๊ด และ โดเวล (Courtland L. Bovee and John V. Thill and Marian Burk Wood and George P. Dovel, 1993) ให้ความหมายของคำว่า การจัดการ คือกระบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมทรัพยากรขององค์กร คือ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรด้านกายภาพ ทรัพยากรด้านการเงิน และทรัพยากรด้านสารสนเทศ อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

โบเน่ และ เคิร์ทซ (Louis E. Boone and David L.Kurtz, 1993) ให้ความหมายของคำว่าการจัดการ คือ การทำให้วัตถุประสงค์ขององค์การบรรลุผลด้วยทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรอื่นๆ ขององค์การ

## 2.8.2 กระบวนการและหน้าที่ของการจัดการ(Functions of Management)

แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน/หน้าที่ คือ (1) การวางแผน (Planning) (2) การจัดองค์การ (Organization) (3) การสั่งการ หรือการชักนำ(leading) (4) การควบคุม (Controlling) โดยกระบวนการในขั้นตอนต่างๆนี้ไม่ได้เริ่มต้นและสิ้นสุดในครั้งเดียว แต่มีการทำซ้ำและต่อเนื่องเป็นวัฏจักรไม่มีการสิ้นสุด โดยแต่ละขั้นตอนมีการเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันอย่างไรก็ตามใน กระบวนการจัดการจำเป็นต้องมีการประเมินผลและการเพิ่มเติมข้อมูล(Feedback)

Feedback คือ ผลที่ได้หรือข้อมูลที่เกิดจากการกระทำหรือการปฏิบัติการ ซึ่งเป็นผลที่แสดงให้เห็นถึงความผิดพลาดหรือความถูกต้องที่ได้จากการกระทำหรือปฏิบัติการ (Courtland L. Bovee and John V. Thill and Marian Burk Wood and George P. Dovel, 1993)

## 2.9 วิทธานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

2.9.1 ธีรวุฒิ ธนวิชเพียรพาก (ธีรวุฒิ ธนวิชเพียรพาก, 2552) แนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัด : กรณีศึกษา พื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา

ศึกษาโดยวิเคราะห์ด้านกลยุทธ์การตลาด การแข่งขัน รวมถึงปัญหาและอุปสรรค โดยสรุปได้ว่าด้านการมีชื่อเสียงของโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญรองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้ง และด้านราคา รองลงมาตามลำดับ

2.9.2 ภูวิชย์ เอี่ยมพิงพร (ภูวิชย์ เอี่ยมพิงพร, 2545) ปัจจัยการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของชาวต่างชาติในเขตศูนย์กลาง ธุรกิจ: กรณีศึกษาบ้านสวนพลู เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่า คือ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก การรักษาความปลอดภัย และยังมีปัจจัยอย่างอื่น เช่น สภาพแวดล้อมของธรรมชาติ สภาพสังคมชุมชน มีผลต่อการตัดสินใจอีกด้วย

2.9.3 ต่อศักดิ์ มีสุข (ต่อศักดิ์ มีสุข, 2547) ผลกระทบต่อที่อยู่อาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตห้วยขวางเมื่อมีระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

พบว่า ทำเลในวันนี้อย่างไรของวันพรุ่งนี้ตลอดไป เมื่อทำเลเปลี่ยนแปลง ความต้องการก็เปลี่ยนไปด้วย เมื่อมีระบบขนส่งมวลชนเข้ามาในทำเลที่ตั้งเดิมธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วย คือราคาที่ดินสูงขึ้น ทำให้การกำหนดค่าเช่าสูงขึ้นตามการลงทุน

2.9.4 สุชาดา สนธยางกุล (สุชาดา สนธยางกุล, 2550) ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า:กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อนนุช

พบว่านอกเหนือจากการเลือกทำเลเช่าอาศัยแล้ว ผู้เช่ายังต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอีกด้วย ดังนั้นการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ลงทุนต้องมีให้ผู้เช่า เพื่อสร้างความพึงพอใจในการอยู่อาศัยและต้องให้เกิดการเช่าอยู่ต่อไป

2.9.5 พัชรินทร์ ผดุงญาติ (2551) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวทางธุรกิจ เพศหญิงที่เข้ามาพักที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในเครือของ ดีแอสคอต กรุ๊ป

พบว่า ปัจจัยเรื่อง ราคาและสถานที่ตั้ง สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเข้าพัก ตามมาด้วยปัจจัยเรื่อง การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และตราสินค้า ตามลำดับ และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวทางธุรกิจเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่อง อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย

2.9.6 มาลี แซ่ตั้ง (มาลี แซ่ตั้ง, 2552) แนวทางการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเช่าอาศัยเหล่านี้เป็นไปได้ทั้งปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านกายภาพที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพึงพอใจ ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คือธุรกิจการให้บริการอย่างแท้จริง

2.9.7 โนริโกะ โอชิ (โนริโกะ โอชิ, 2556) สภาพการอยู่อาศัยและพฤติกรรมสุขภาพของชาวญี่ปุ่นในอาคารอยู่อาศัยรวมเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

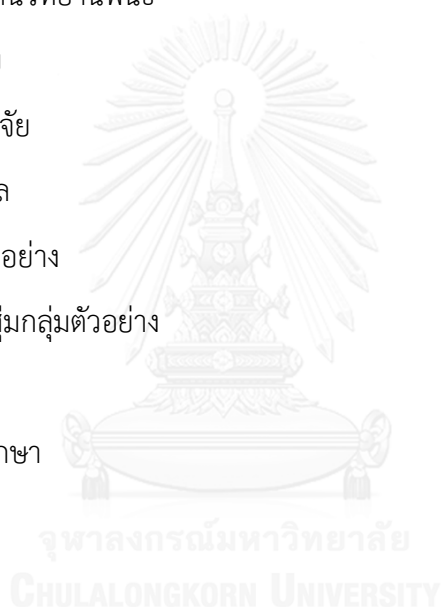
สรุปข้อมูลสภาพการอยู่อาศัยพบว่าส่วนใหญ่รู้จักการพำนักระยะยาวรับข้อมูลพิจารณาจากนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ใช้เหตุผลจากค่าใช้จ่ายที่พำนักที่เหมาะสม รองลงมาคือด้านสังคม และคำนึงถึงความปลอดภัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

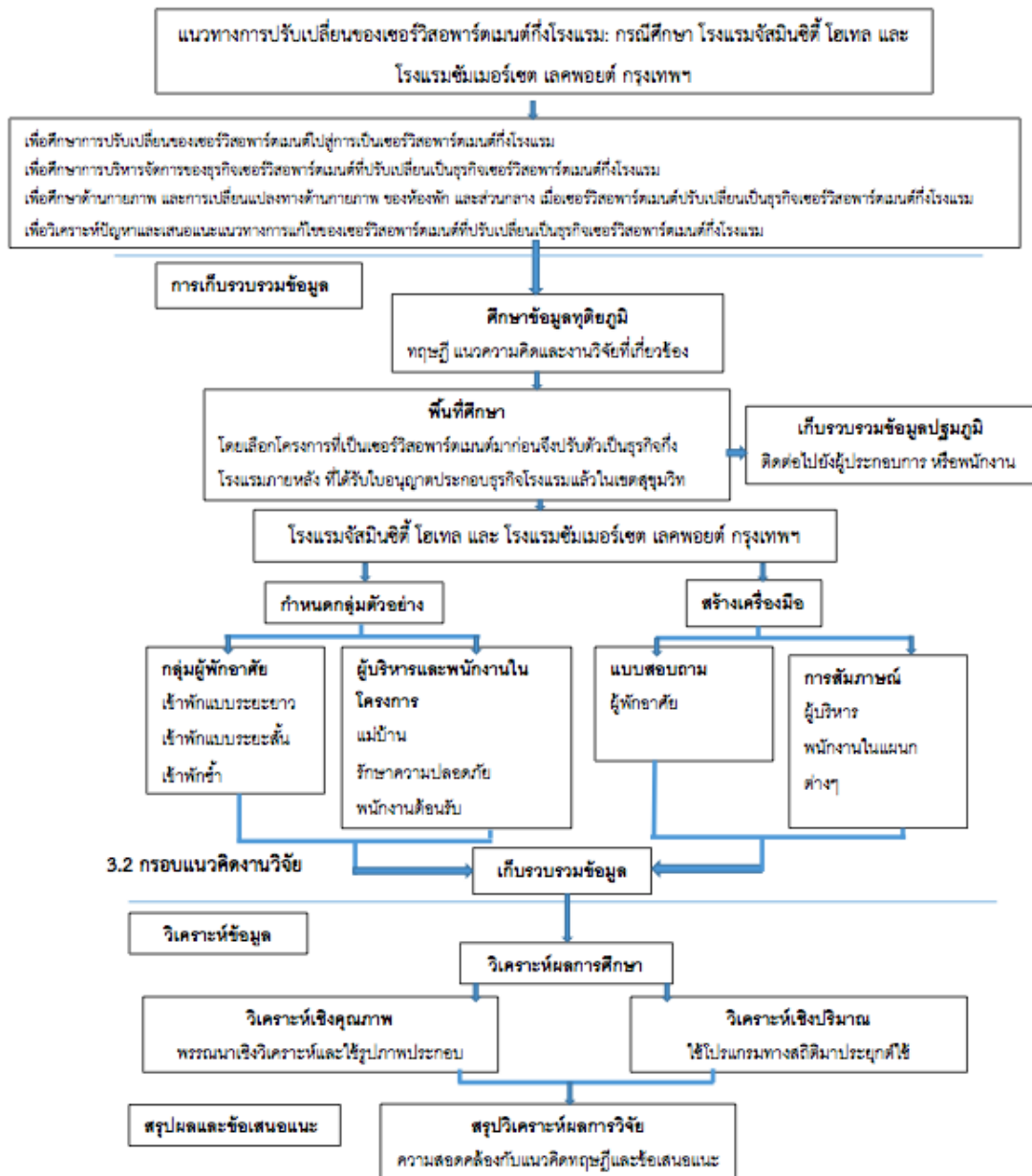
ในบทนี้จะกล่าวถึง ระเบียบวิธีการศึกษา เพื่อทำการศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยต์ กรุงเทพฯ โดยประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

- 3.1 กระบวนการดำเนินงานวิทยานิพนธ์
- 3.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.6 การเลือกและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.8 การนำเสนอผลการศึกษา





3.1 กระบวนการดำเนินงานวิทยานิพนธ์



3.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

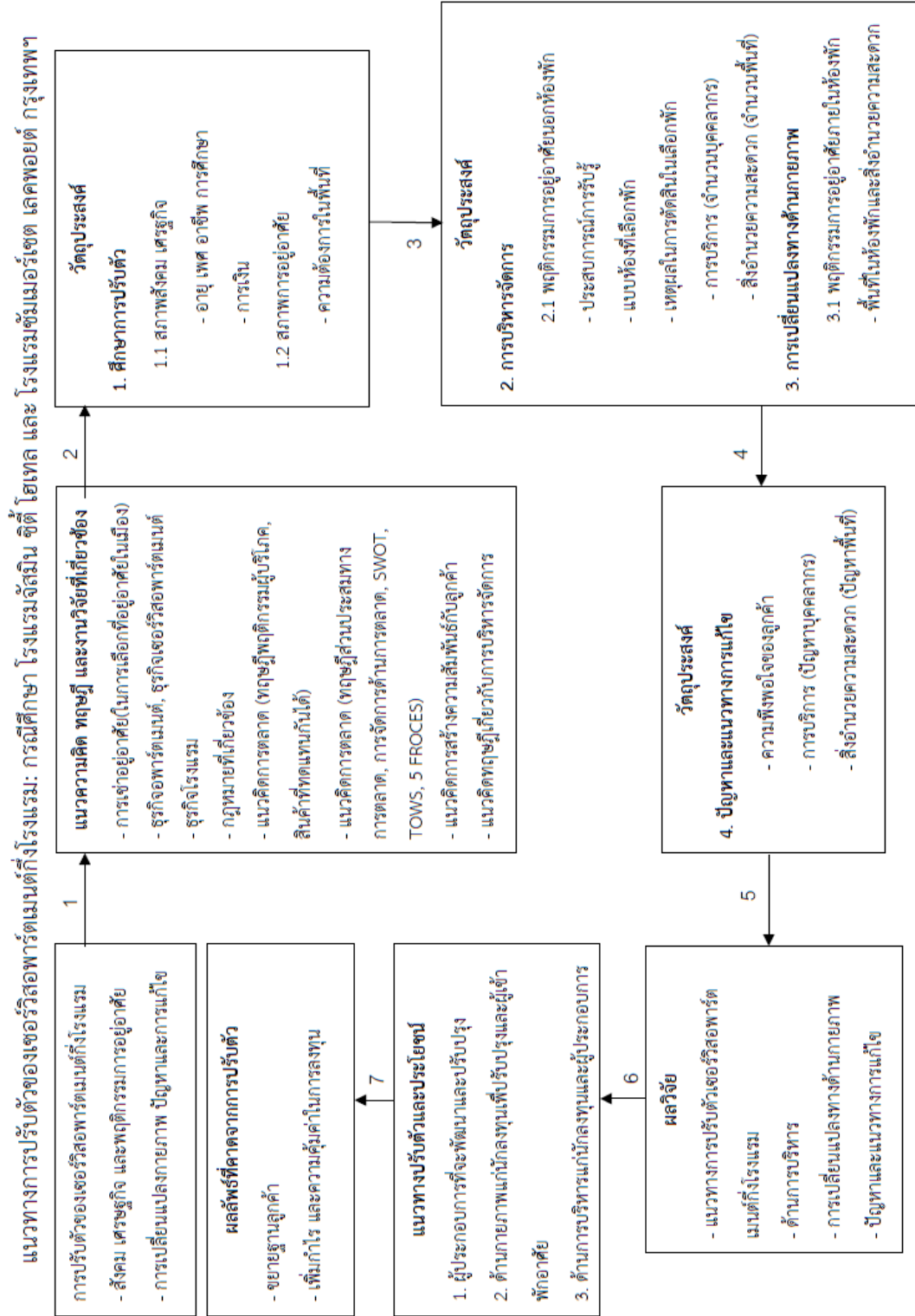
ตารางที่ 4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วัตถุประสงค์	ตัวแปรหลัก	ตัวแปรรอง	เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง
ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ข้อมูลทางเศรษฐกิจ	- ด้านสังคม - ด้านเศรษฐกิจ - ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการอยู่อาศัย	การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสำรวจ	- ผู้บริหาร - ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ - ผู้จัดการและ/หรือพนักงาน
ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ข้อมูลด้านการบริหาร	- โครงสร้างการบริหาร - จำนวนพนักงานที่เปลี่ยนแปลง - การวางแผนการตลาด	การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสำรวจ	- ผู้บริหาร - ผู้จัดการและ/หรือพนักงาน
วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ข้อมูลทั่วไปของอาคาร ส่วนกลาง และห้องพัก	- รูปแบบของห้องพัก - รูปแบบส่วนกลางและกิจกรรม	การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างการสำรวจและการสังเกต	- ผู้บริหาร - ผู้เข้าพักอาศัย - ผู้จัดการและฝ่ายขาย - พนักงานยกกระเป๋าปภ. แม่บ้าน
วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนว	พฤติกรรมของผู้อยู่	- ปัญหาในการใช้งานพื้นที่หรือ	การสัมภาษณ์แบบมี	- ผู้บริหาร

<p>ทางการแก้ไขของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ที่ปรับเปลี่ยนเป็น ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ท เมนต์กึ่งโรงแรม</p>	<p>อาศัยและ การตกแต่ง</p>	<p>สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก</p>	<p>โครงสร้าง และ การสังเกต</p>	<p>- ผู้จัดการและ/ หรือพนักงาน - ผู้เข้าพักอาศัย</p>
---	-------------------------------	-------------------------------------	------------------------------------	--



### 3.2 กรอบแนวคิดในงานวิจัย



กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องแนวทางการปรับเปลี่ยนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม : กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลและโรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพอยด์กรุงเทพฯ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อการศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม โดยเลือกศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี ไฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯโดยโครงการ อยู่ในระดับ 4 ดาวตามมาตรฐานสากล และมีขนาดของโครงการไม่น้อยกว่า 200 ห้อง โดยเลือก โครงการที่เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มาก่อนจึงปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจกึ่งโรงแรมภายหลัง ที่ได้รับ ใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมแล้วและมีอัตราสัดส่วนการบริการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มากกว่า โรงแรม

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

#### 3.3.1 แบบสอบถาม

เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ศึกษาข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านที่อยู่อาศัย และพฤติกรรม การใช้ชีวิตประจำวันของผู้พักอาศัยที่เข้าพักในโรงแรมกึ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เป็นคำถามเป็นข้อคำถามปลายปิด เป็นคำถามที่มีจุดมุ่งหมายแน่นอนและจัดเตรียมไว้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบ เพื่อสนองต่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยใช้วิธีการดังนี้

โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ	โรงแรม จัสมิน ซิตี ไฮเทล
<p>1. ขอนหนังสือขอความอนุเคราะห์จากภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขออนุญาต แจกแบบสอบถามแก่ผู้เข้าพัก เนื่องจากเป็นนโยบายของทางโรงแรม จึงไม่สามารถแจกแบบสอบถามภายในโรงแรมได้</p> <p>2. จัดทำแบบสอบถาม และจัดทำป้ายระบุข้อความว่า "แบบสอบถามเรื่องแนวทางการปรับตัวของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม(ให้มีความสำคัญกับโรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ สุขุมวิท 16) ท่านพักที่โรงแรมดังกล่าวหรือไม่ ? ถ้าใช่.. ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ใช้เวลาประมาณ 5 นาที " เป็นภาษาอังกฤษ และ ภาษาญี่ปุ่น</p>	<p>1. ขอนหนังสือขอความอนุเคราะห์จากภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขออนุญาต แจกแบบสอบถามแก่ผู้เข้าพัก</p> <p>2. จัดทำแบบสอบถาม และจัดทำป้ายระบุข้อความว่า "แบบสอบถามเรื่องแนวทางการปรับตัวของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม(ให้มีความสำคัญกับโรงแรมจัสมิน ซิตี ไฮเทล) ท่านพักที่โรงแรมดังกล่าวหรือไม่ ? ถ้าใช่.. ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ใช้เวลาประมาณ 5 นาที " เป็นภาษาอังกฤษ และ ภาษาญี่ปุ่น</p> <p>3. จัดทำการแจกแบบสอบถามโดยแจกในบริเวณที่โรงแรมจัดไว้ให้ ด้านหน้าลานน้ำพุของ</p>

<p>3. จัดทำการแจกแบบสอบถามโดยการรอรถโดยสารที่โรงแรมจัดไว้ให้รับส่งผู้เข้าพักอาศัยในโรงแรมบริเวณปากทางซอย สุขุมวิท 16 ใช้เวลาประมาณ 15 นาที ต่อการรับส่งรถ 1 ครั้งมีผู้โดยสารมาประมาณเฉลี่ย 2-5 คน</p> 	<p>โรงแรม (เนื่องจากทางซัมเมอร์เซทไม่อนุญาตให้ถ่ายภาพเพื่อความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าพักจึงไม่มีภาพถ่ายของผู้ให้คำตอบแบบสอบถาม)</p> 
---	--

### 3.3.2 แบบสัมภาษณ์

เพื่อเก็บข้อมูลในส่วนของการบริหารโครงการจากพนักงานเป็นคำถามแบบปลายเปิดโดยเป็นคำถามแบบเข้าใจง่ายและไม่ชี้นำคำตอบ ผู้สัมภาษณ์จะเน้นการเจาะสัมภาษณ์แบบรายบุคคล โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์และการจดบันทึกเพื่อความจำที่แม่นยำ

### 3.3.3 แบบสังเกต

เพื่อเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบัน และปัญหาของสภาพการอยู่อาศัยของผู้พักอาศัยที่เข้าพักในโรงแรมกิ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เพื่อหาข้อมูลไปเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมตามความต้องการในการใช้งานต่อไป โดยวิธีการเข้าไปพักจริงในโครงการ ตลอดจนการเข้าไปสัมภาษณ์พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ดูแลส่วนต่างๆ

### 3.3.4 แบบสำรวจ

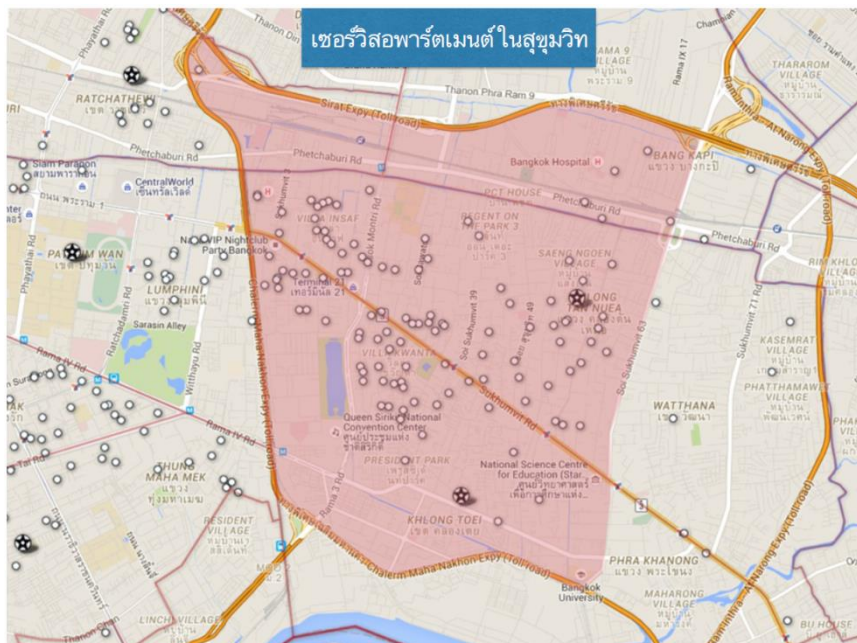
เพื่อเก็บข้อมูลรูปแบบห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและส่วนกลางของโครงการ ตลอดจนการบริการ และตารางเวลาการบริการของโครงการ

## 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

### ขั้นตอนในการเลือกกรณีศึกษา

จากการสำรวจจากเว็บไซต์ และการเดินทางสำรวจ พบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในสุขุมวิททั้งหมดประมาณ 126 แห่ง ดัง ภาพที่ 7

### ภาพที่ 7 แสดงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่พบใน เขต สุขุมวิท



โดยแบ่งเป็น โรงแรมระดับ 5 ดาว ร้อยละ 6

โรงแรมระดับ 4 ดาว ร้อยละ 46

แบ่งเป็น จำนวนห้องมากกว่า 200 ห้อง ร้อยละ 28 (10แห่ง)

จำนวนห้องน้อยกว่า 200 ห้อง ร้อยละ 72

โรงแรมระดับ 3 ดาว ร้อยละ 43

โรงแรมระดับ 2 ดาว ร้อยละ 4

โรงแรมระดับ 1 ดาว ร้อยละ 1

งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยเลือก ศึกษาโครงการอยู่ในระดับ 4 ดาวตามมาตรฐานสากล และมีขนาดของโครงการไม่น้อยกว่า 200 ห้อง โดยเลือกโครงการที่เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มาก่อนจึงปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจโรงแรมภายหลัง ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมแล้วและมีอัตราสัดส่วนการบริการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มากกว่าโรงแรม โดยมีพาร์ทเมนต์ 10 แห่งให้พิจารณา ดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนอพาร์ทเมนต์ที่เข้าข่ายกรณีศึกษา 10 แห่ง

ชื่อโครงการ	ดาว	จำนวนห้อง	ใบอนุญาตโรงแรม	สัดส่วนการให้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์:โรงแรม
Grand President 2 SK 11	4	437	/ (ภายหลัง)	เท่ากัน
Rembeand Tower SK 18	4	231	-	
Citi Resort SK 49	4	207	-	
Citi Resort SK 39	4	257	-	
Column Resident SK 16	4	238	-	
Somerset Lake Point SK 16	4	354	/ (ภายหลัง)	มากกว่า
Davis SK 24	4	248	/	
Jasmine City Hotel SK 23	4	208	/ (ภายหลัง)	มากกว่า
Somerset Thong lo SK 55	4	262	/	
President Park Executive SA SK 24	4	228	/	

จากตารางที่ 5 เห็นได้ว่า โรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพอยด์ กรุงเทพ และ โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่เข้าข่ายการเป็นกรณีศึกษาตามขอบเขตของการศึกษามากที่สุด โดยเกณฑ์ว่าด้วยสัดส่วนการให้บริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่มากกว่าโรงแรมนั้น มีผลต่อการวิจัยในด้านการบริหาร

#### 3.4.1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. เอกสารสิ่งตีพิมพ์วารสารสถิติข้อมูลต่างๆจากห้องสมุด และงานวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย แนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัยและพฤติกรรมเป็นต้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีศักยภาพสูงสุด

2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เช่น ข้อมูลเบื้องต้นของโครงการ

#### 3.4.2 ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1. การสำรวจและการสังเกตการณ์โดยการสำรวจภาคสนาม (Field Survey) การสำรวจ โดยการสำรวจภาคสนาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป ในโครงการโดยการเข้าพักที่โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพ

สำหรับการสังเกตการณ์การใช้งานจริงของพื้นที่ส่วนต่างๆภายในโครงการที่เลือก โดยการถ่ายรูปลักษณะทางสภาพในส่วนต่างๆ พื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารชุดพักอาศัย รวมทั้งพฤติกรรมการใช้งานของผู้พักอาศัยภายในโครงการ

2. ขอนหนังสือแนะนำตนเองจากภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อส่งแบบสอบถามและทำหนังสือปะหน้า เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ถามถึงประเด็นที่จะสอบถาม และอธิบายวิธี



ส่งกลับ และกำหนดระยะเวลาส่งกลับรวมไปถึงการทำจดหมายแนะนำตัวและติดต่อขอ สัมภาษณ์

3. การสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ พนักงานแผนกต่างๆในโครงการโรงแรมจัสมินซีดี โฮเทล และ พนักงานแผนกต่างๆในโครงการโรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ ที่ เลือกเป็นกรณีศึกษา ตั้งแต่ ความเป็นมาของโครงการ เกี่ยวกับแนวคิดการบริหารโครงการ การปรับตัวเพื่อเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม รวมถึงพฤติกรรมของผู้เข้าพักเป็นแบบ สัมภาษณ์สำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพสำหรับผู้บริหาร และพนักงาน โดยจะสัมภาษณ์ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อเป็นข้อมูลในการวางขอบเขตเนื้อหา โดยมีข้อคำถามดังนี้

1) คำถามสำหรับผู้ประกอบการแบ่งเป็น 4 หัวข้อดังนี้

- (1) เหตุผลที่เลือกทำโครงการ หรือที่มาในการปรับตัวของโครงการนี้
- (2) การลงทุนในโครงการ แบ่งเป็นอย่างไร และการคืนทุนอยู่ในระยะกี่ปี
- (3) กลุ่มลูกค้าที่ตั้งไว้ในคราแรกเป็นใคร และกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันเป็นใคร
- (4) อุปสรรคในการพัฒนาโครงการเมื่อเกิดการปรับตัว และแนวคิดการ พัฒนาโครงการในอนาคต

2) คำถามสำหรับพนักงานแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่หนึ่ง รายละเอียดทั่วไปของโครงการ : เพื่อศึกษาลักษณะทาง กายภาพ การบริหารและการพัฒนาโครงการก่อนและหลังการปรับตัว

ส่วนที่สอง รายละเอียดของผู้เข้าพักอาศัย : เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่ม ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในโครงการ

ส่วนที่สาม แนวทางการบริหารโครงการ : เพื่อศึกษากระบวนการ การบริหารโครงการ ปัญหาและแนวทางการแก้ไขของโครงการก่อนและหลังการปรับตัว

ส่วนที่สี่ รายละเอียดของงานแต่ละสายงาน : เพื่อศึกษาลักษณะงาน ลำดับ ขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ระยะเวลาในการทำงาน ตลอดจนปัญหาและแนวทางการแก้ไขในการ ทำงานก่อนและหลังการปรับตัว

### 3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.5.1 ประชากร: ผู้พักอาศัยในโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมในเขตสุขุมวิท  
ดังนี้

ลำดับ ที่	ชื่อโครงการ	จำนวน ชั้น	จำนวน ยูนิต	อัตราการเข้าพัก	อัตราการเข้าพัก เซอร์วิสอพาร์ท เมนต์: โรงแรม	ปีที่เปิดใช้ บริการ
1	โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล	30	208	ประมาณ 90%	8:2	2545
2	โรงแรม ซัมเมอร์ เซท เลคพ้อยต์ กรุงเทพ	32	354	ประมาณ 90%	8:2	2540

### 3.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

จากตารางแสดงให้เห็นถึงจำนวนยูนิตของผู้อยู่อาศัยที่อยู่อาศัยจริงรวมทั้ง 2 โครงการ คิดเป็นประมาณ 562 หน่วย เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนมากและอัตราการเข้าพักอยู่ในอัตราสูง จึงไม่สามารถทำการศึกษาได้ทั้งหมดจึงจำเป็นต้องมีการศึกษากับประชากรเพียงบางส่วนในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่พอดีของYamane ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อน 5% จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2N} ; \text{โดยที่ } n \text{ คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$1 + Ne^2N \text{ คือ ขนาดของประชากร} = 562 \text{ หน่วย}$$

$e$  คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error)

ในที่นี้ กำหนดเท่ากับ  $\pm 0.05$  ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เพราะฉะนั้น

$$\begin{aligned} n &= \frac{562}{1 + 562 (0.05)^2} \\ &= 233.67 \end{aligned}$$

ได้ข้อมูลขั้นต่ำที่จะเก็บจำนวน 233 ตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดที่จะจัดเก็บจำนวน 250 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการแยกเก็บผู้ที่พักอาศัยโรงแรม

จัสมินซิตี โฮเทล จำนวน 70 ชุด โรงแรม ซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ จำนวน 180 ชุด ตามอัตราส่วนจำนวนยูนิตทั้งหมด

$$\text{คิดจาก } 354 : 208 = 562$$

$$180 : 70 = 250$$

นอกจากนี้ยังเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโครงการกรณีศึกษาทั้ง 2 ราย และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานแผนกต่างๆอีกโครงการละ 3-4 ราย รวม 7-8 ราย

### 3.6 การเลือกและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบ Accidental Sampling คือ การเก็บข้อมูลแบบสุ่มในอาคารโดยไม่เจาะจงว่าผู้ตอบแบบสอบถามคือใคร แต่จะสอบถามกับผู้ที่เข้าพักอาศัยในโครงการทั้ง 2 โครงการ และเนื่องจากทางโครงการไม่มีนโยบายให้คนนอกเข้ามาแจกแบบสอบถามเนื่องจากการรบกวนแขกของโครงการ ดังนั้นจึงแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามและแบบสำรวจด้วยตนเองตามจุดที่รถโรงแรมรับส่งแขกของโรงแรม และในพื้นที่ที่คาดว่าผู้เข้าพักจะอยู่รวมกัน เช่น ออฟฟิศ บิลด์ดิ้ง หรือ ซอปปิ้งมอลล์ จำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 250 ฉบับ

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากนั้นจึงนำมาทำการลงรหัส ประมวลผลหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดจากข้อมูลแบบสอบถามทุกฉบับเป็นจำนวน 250 ฉบับ โดยโปรแกรม SPSS

3.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต โดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุปของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์

### 3.8 การนำเสนอผลการศึกษา

3.8.1 รวบรวมรายละเอียดที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์มาสรุปเป็นผลการศึกษานอกรูปแบบการแนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซต เลคพอยด์ กรุงเทพฯ

3.8.2 เสนอมาตรฐานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมเพื่อพัฒนาและปรับปรุงโครงการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้พักอาศัย

## บทที่ 4

### ข้อมูลทั่วไปกรณีศึกษา

การค้นคว้าในหัวข้อแนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ โดยจะแบ่งข้อมูลทั่วไปเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่กรณีศึกษา
2. ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษา
  - 2.1 กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล
  - 2.2 โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่กรณีศึกษา

จากการแบ่งย่านของงานวิจัย CB Richard Ellis พบว่า ได้แบ่งเขตย่านที่ชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยนั้น เลือกที่จะอาศัยอยู่ในสามพื้นที่หลักจากสี่พื้นที่ ที่ CB Richard Ellis จำกัด ความเป็นอยู่ในแต่ละเขต คือ สุขุมวิท ซอย 1-63 และ ซอย 2-42 สีลม สาทร และ เซนทรัลลุมพินี โดยในพื้นที่หลักสุขุมวิทนั้น มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เยอะสูงสุดถึง 9,000 ยูนิต

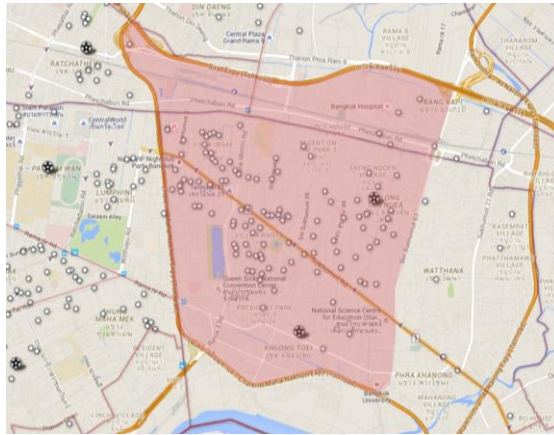
โดยคำจำกัดความที่ CB Richard Ellis ให้ไว้ในพื้นที่แต่ละเขต มีดังนี้

<b>สุขุมวิท</b>	พื้นที่ ตามแนว ถนนสุขุมวิท จาก ซอย 1-65 และ 2-42 และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน
<b>สีลม สาทร</b>	พื้นที่ สีลม สาทร สุรวงศ์ และส่วนต้นถนนพระรามที่ 4 และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน
<b>เซนทรัลลุมพินี</b>	พื้นที่ ถนนวิฑู เพลินจิต ราชดำริ ชิดลม หลังสวน สารสิน ซอยร่วมฤดี และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน
<b>ริเวอร์ไซด์ พระรามที่ 3</b>	พื้นที่บริเวณ ถนนเจริญกรุง เจริญนคร พระรามที่ 3 และซอยอื่นๆในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกย่านสุขุมวิท ซึ่งเป็นย่านที่มีอุปทานรวมของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ชาวต่างชาตินิยมในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 14,143 หน่วย ซึ่งเป็นส่วนใหญ่ของ อุปทานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของชาวต่างชาติในหมู่นักท่องเที่ยว โดย

พื้นที่สุขุมวิท คิดเป็น 63 % ของอุปทานทั้งหมดหรือ 8,868 ยูนิต

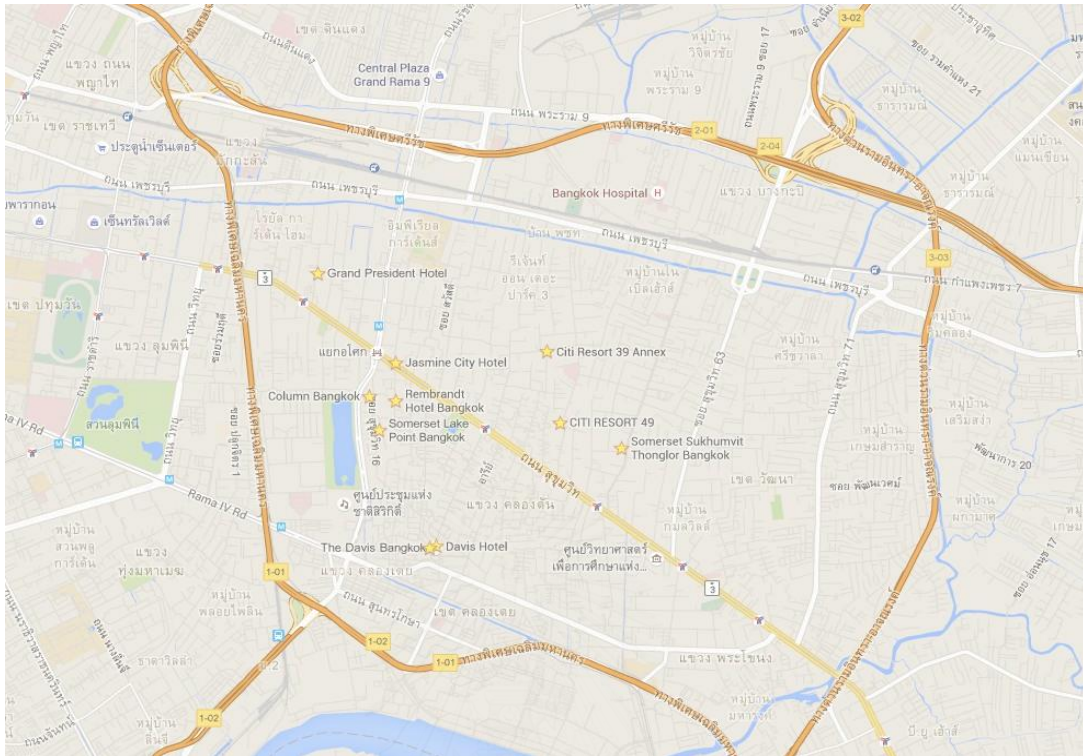
ภาพที่ 8 แสดงอุปทานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในย่านสุขุมวิท งานวิจัย CBRE



ภาพที่ 9 แสดงการแบ่งย่านของ งานวิจัยจาก CBRE



ภาพที่ 10 แสดงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมที่อยู่โดยรอบ ย่าน สุขุมวิท 10 แห่ง



ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนอพาร์ทเมนต์ที่เข้าข่ายกรณีศึกษา 10 แห่ง

ชื่อโครงการ	ตาว	จำนวนห้อง	ใบอนุญาต โรงแรม	สัดส่วนการให้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์: โรงแรม
Grand President 2 SK 11	4	437	/ (ภายหลัง)	เท่ากัน
Rembeand Tower SK 18	4	231	-	
Citi Resort SK 49	4	207	-	
Citi Resort SK 39	4	257	-	
Column Resident SK 16	4	238	-	
Somers Lake Point SK 16	4	354	/ (ภายหลัง)	มากกว่า
Davis SK 24	4	248	/	
Jasmine City Hotel SK 23	4	208	/ (ภายหลัง)	มากกว่า
Somerset Thong lo SK 55	4	262	/	
President Park Executive SA SK 24	4	228	/	

ภาพที่ 11 แสดงเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมที่ใช้เป็นกรณีศึกษา



#### 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษา

โดยในการศึกษานี้ ได้เลือกโครงการไว้ใช้ในการศึกษาวิจัย 2 โครงการ มีรายละเอียดและข้อมูลดังนี้

##### 4.2.1 กรณีศึกษา โรงแรมจัสมีนซิตี โฮเทล

ที่ตั้งโครงการ 2 ซอย สุขุมวิท 23 คลองเตยเหนือ วัฒนา กรุงเทพมหานคร

10110

ตั้งอยู่ในเขตสุขุมวิท ย่านธุรกิจและที่อยู่อาศัยที่หรูหราที่สุดในกรุงเทพมหานครเอื้อความสะดวกสบายในการเดินทางสู่พื้นที่ต่างๆของกรุงเทพเพราะตั้งอยู่ ณ ใจกลางกรุง

- ป้ายรถเมล์โดยสาร อยู่ทางด้านหน้า

- ใช้เวลาเดินเท้าเพียง 2 นาทีถึงสถานีรถไฟใต้ดิน และ สถานีรถไฟฟ้ามหานคร

- อยู่ใกล้กับ โรงพยาบาล โรงเรียนนานาชาติ สถานทูต และ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ลักษณะอาคาร                      อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 30 ชั้น 1หลัง(แบ่งเป็น 3 ส่วน) โดยใช้  
อาคารแบบมิกซ์ยูส แบ่งเป็นอาคารสำนักงาน อาคารส่วนช้อปปิ้งมอลล์ และอาคารที่พักอาศัยแบบ  
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

อาคารที่พักอาศัยแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมมีจำนวน  
ห้อง 208 ห้อง

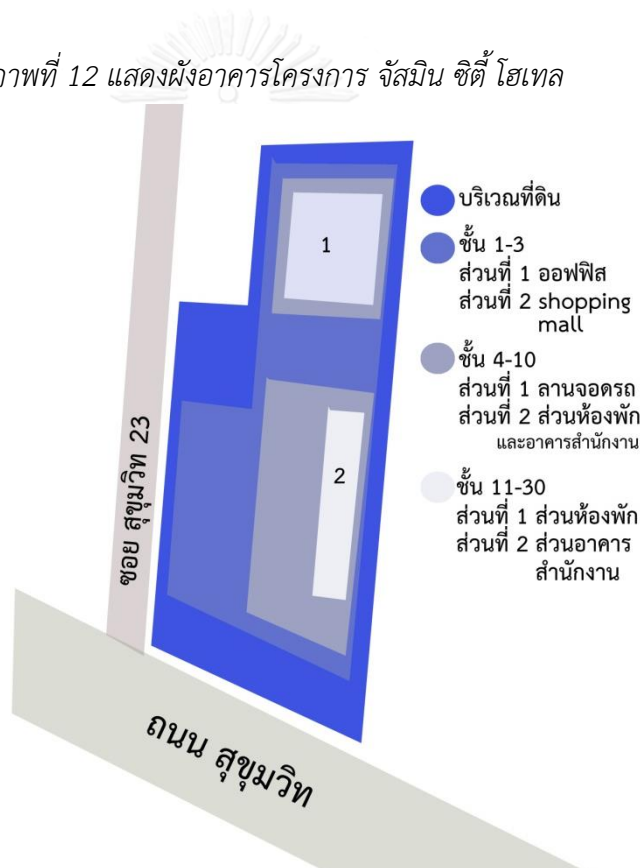
อยู่ในชั้น 11-30

เริ่มก่อสร้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540

เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2545

จดทะเบียนโรงแรมเมื่อปี พ.ศ. 2547

ภาพที่ 12 แสดงผังอาคารโครงการ จัสมิน ซิตี้ โฮเทล

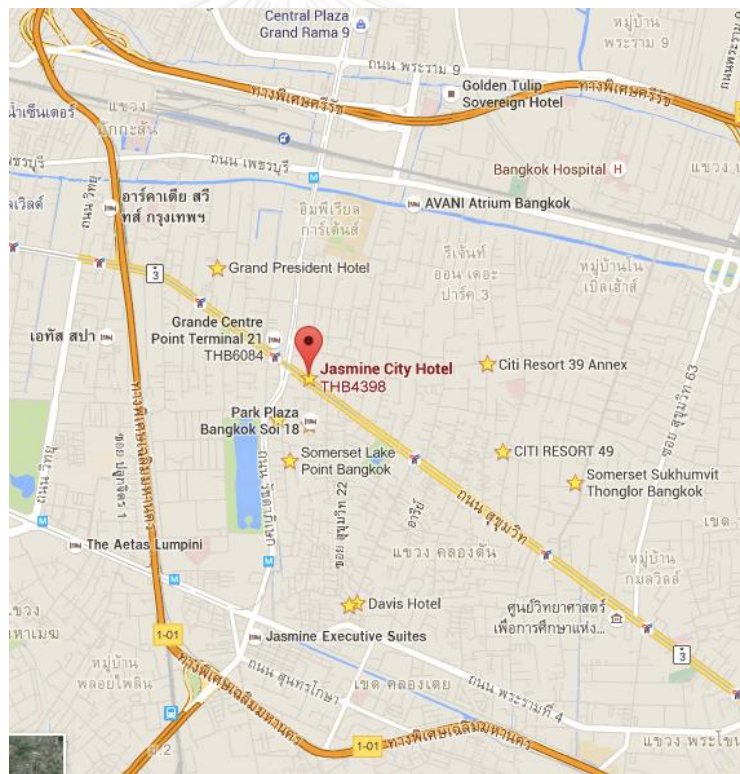




ภาพที่ 13 แสดงแผนที่ที่ตั้ง(ทางคมนาคม) โรงแรม จัสมีนซิตี ไฮเทล



ภาพที่ 14 แสดงแผนที่ที่ตั้งโรงแรม จัสมีนซิตี ไฮเทล



ห้องพักมี 7 แบบ คือ

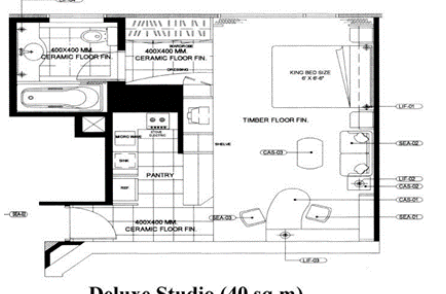



1. ห้องซูพีเรียร์ สตูดิโอ (Superior Studio)
2. ห้องดีลักซ์ สตูดิโอ (Deluxe Studio)
3. ห้องซูพีเรียร์สวีท หนึ่งห้องนอน (Superior 1 Bedroom Suite)
4. ห้องดีลักซ์สวีท หนึ่งห้องนอน (Deluxe 1 Bedroom Suite)
5. ห้องดีลักซ์สวีท สองห้องนอน (Deluxe 2 Bedroom Suite)

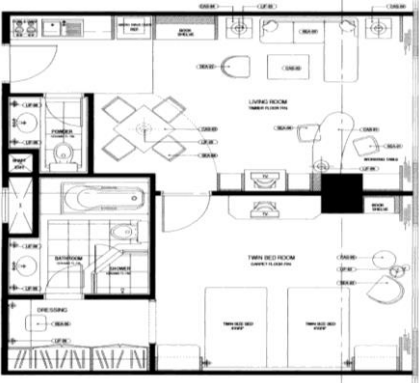


ห้องพักพิเศษ 2 แบบ คือ

6. ห้องเอ็กเซ็กคิวทีฟ สวีท หนึ่งห้องนอน (Executive 1 bedroom Suite)
7. ห้องเอ็กเซ็กคิวทีฟ จากูซซี่ สวีท (Executive Jacuzzi Suite)

ตารางที่ 6 ตารางแสดงรูปแบบห้องพัก โรงแรม จัสมินซิตี ไฮเทล

รูปแบบห้องพัก	ขนาดห้องพัก	แปลนห้อง	ระยะเวลาพัก		จำนวนผู้เข้าพักสูงสุด	ราคา	
			ระยะสั้น	ระยะยาว		ระยะสั้น/คืน	ระยะยาว/เดือน
1.ห้องซูพีเรียร์ สตูดิโอ (Superior Studio)	34 ตารางเมตร	 <p>Superior Studio (34 sq.m)</p> 	-	/	2 ท่าน	-	55,500 บาท

<p>2.ห้องดีลักซ์ สตูดิโอ (Deluxe Studio)</p>	<p>40 ตาราง เมตร</p>	 <p><b>Deluxe Studio (40 sq.m)</b></p> 	/	/	3 ท่าน	3,178 บาท	60,500 บาท
<p>3.ห้องซูพีเรียร์ สวีท หนึ่งห้องนอน (Superior 1 Bedroom Suite)</p>	<p>58 ตาราง เมตร</p>	 <p><b>Superior 1 Bedroom (58 sq.m)</b></p> 	/	/	3 ท่าน	3,649 บาท	73,000 บาท

<p>4.ห้องดีลักซ์ สวีท หนึ่ง ห้องนอน (Deluxe 1 Bedroom Suite)</p>	<p>68 ตาราง เมตร</p>	 <p><b>Deluxe 1 Bedroom (68 sq.m)</b></p>	/	/	3 ท่าน	-	-
<p>5.ห้องดีลักซ์ สวีท สอง ห้องนอน (Deluxe 2 Bedroom Suite)</p>	<p>108 ตาราง เมตร</p>	 <p><b>Deluxe 2 Bedroom (108 sq.m)</b></p> 	/	/	5 ท่าน	-	-
<p>6.ห้องเอ็ก เซคิวทีฟ สวีท หนึ่ง ห้องนอน (Executive 1 bedroom Suite)</p>	<p>45 ตาราง เมตร</p>	<p>- (ไม่มีแปลนห้องพักเพื่อขาย) -</p>	/	-	3 ท่าน	4,885 บาท	-

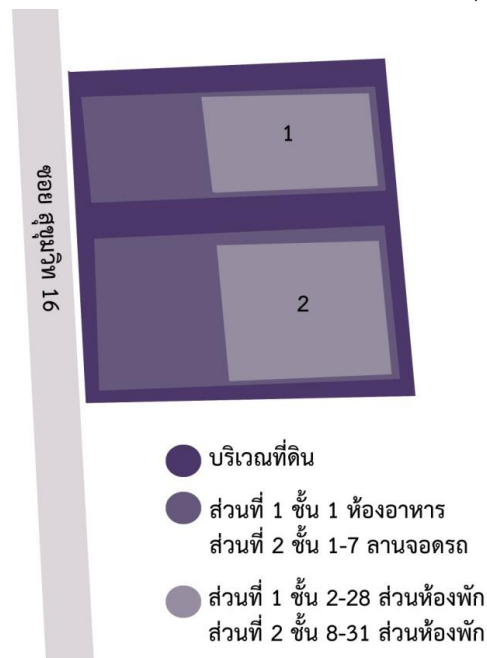
7.ห้องเอ็ก เซ็กคิวทีฟ จากุซซี่ สวีทหนึ่ง ห้องนอน (Executive Jacuzzi Suite)	53 ตาราง เมตร	- (ไม่มีแปลนห้องพักเพื่อขาย) - 	/	-	3 ท่าน	5,650 บาท	-
---	---------------------	--	---	---	--------	--------------	---



#### 4.2.2 กรณีศึกษา โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ

ที่ตั้งโครงการ	41 สุขุมวิทซอย16คลองเตยกรุงเทพมหานคร 10110
ลักษณะอาคาร	อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก2หลังตึกA 32 ชั้นตึกB29ชั้น จำนวนห้อง ตึก A 155 ห้อง ตึก B 199 ห้อง ตึก A ชั้น 8-31 ตึก B ชั้น 2-28 เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2540 จดทะเบียนโรงแรมเมื่อปี พ.ศ. 2558

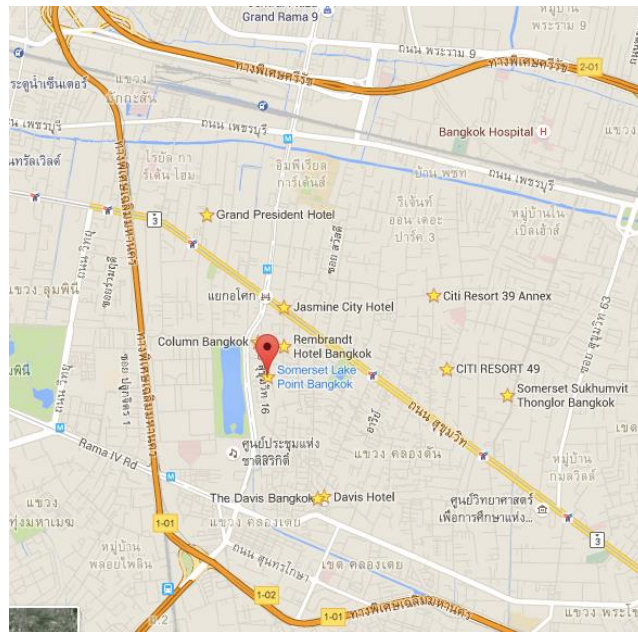
ภาพที่ 15 แสดงผังอาคารโครงการ ซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ



ภาพที่ 16 แสดงแผนที่ตั้ง(ทางคมนาคม)โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ

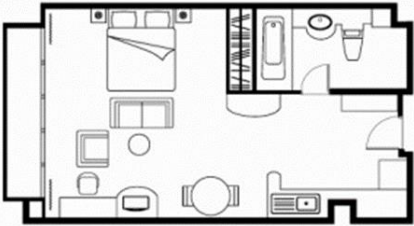
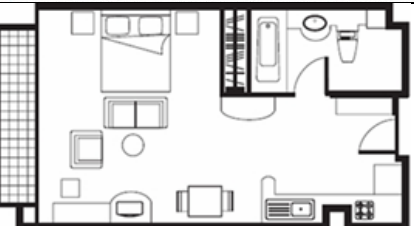


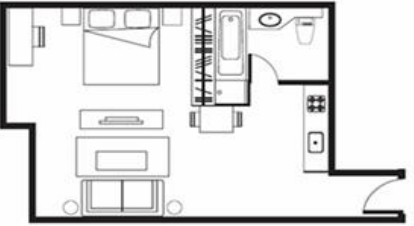



ภาพที่ 17 แสดงแผนที่ที่ตั้งโรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ



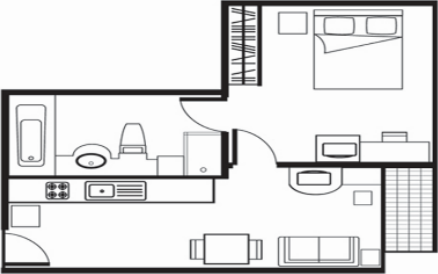
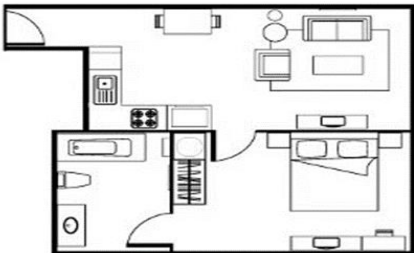
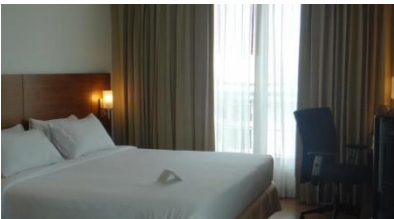








- ห้องพักมี 13 แบบ คือ
1. สตูดิโอ เอ็กซีคิวทีฟ (Studio Executive tower A)
  2. สตูดิโอ เอ็กซีคิวทีฟ (Studio Executive tower B)
  3. ห้องสตูดิโอดีลักซ์ (StudioDeluxetower B)
  4. ห้องสตูดิโอพรีเมียร์ (Studio Premier tower A)
  5. ห้องเอ็กซีคิวทีฟหนึ่งห้องนอน (1-Bedroom Executivetower A)
  6. ห้องหนึ่งห้องนอน ( 1 Bedroomtower B)
  7. ห้องหนึ่งห้องนอน ดีลักซ์ (1 BedroomDeluxe tower B)
  8. ห้องหนึ่งห้องนอนพรีเมียร์ (1 Bedroom Premier tower A)
  9. ห้องสองห้องนอน ดีลักซ์ (2 BedroomDeluxe tower B)
  10. ห้องเอ็กซีคิวทีฟสองห้องนอน (2-Bedroom Executive tower A)
  - 11.ห้องสองห้องนอนพรีเมียร์(2 Bedroom Premier (Tower A)
  12. ห้องสามห้องนอน ดีลักซ์ (3 BedroomDeluxe tower A)
  13. ห้องสามห้องนอน พรีเมียร์ (3 Bedroom Premier tower A)


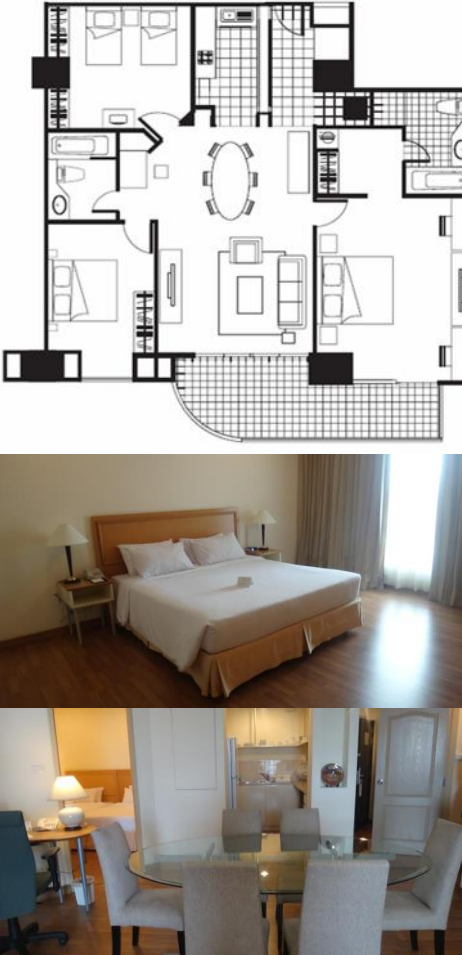
ตารางที่ 7 ตารางแสดงรูปแบบห้องพัก โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ

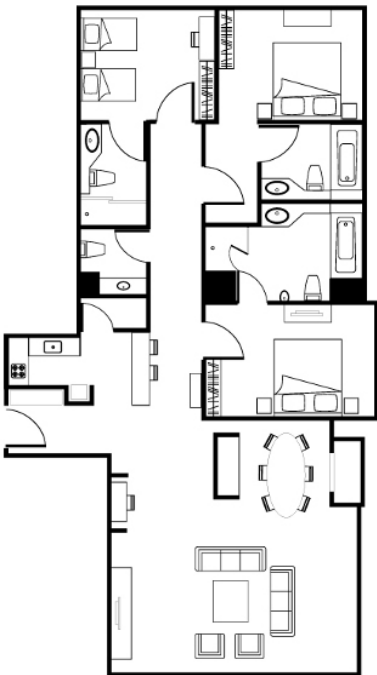
รูปแบบห้องพัก	ขนาดห้องพัก	แปลนห้อง	จำนวนห้อง	จำนวนผู้เข้าพักสูงสุด	ราคา	
					ระยะสั้น/คืน	ระยะยาว/เดือน
1.สตูดิโอ เอ็กเซ็กคิวทีฟ (Studio Executive tower A)	40 ตารางเมตร		24 ห้อง	3 ท่าน	2,542 บาท	62,000 บาท
2. สตูดิโอ (Studio tower B)	43 ตารางเมตร	 	80 ห้อง	3 ท่าน	2,357 บาท	57,600 บาท
3. ห้องสตูดิโอดีลักซ์ (Studio Deluxe tower B)	52 ตารางเมตร		45 ห้อง	3 ท่าน	3,004 บาท	73,400 บาท
4. ห้องสตูดิโอพรีเมียร์ (Studio Premier tower A)	50 ตารางเมตร	 	51 ห้อง	3 ท่าน	2,357 บาท	57,600 บาท



<p>5. ห้องเอ็กเซ็กคิวทีฟ ทีฟ หนึ่งห้องนอน (1-Bedroom Executive tower A)</p>	<p>55 ตาราง เมตร</p>		<p>12 ห้อง</p>	<p>3 ทาน</p>	<p>3,120 บาท</p>	<p>76,200 บาท</p>
<p>6. ห้องหนึ่ง ห้องนอน ( 1 Bedroom tower B)</p>	<p>63 ตาราง เมตร</p>		<p>22 ห้อง</p>	<p>3 ทาน</p>	<p>3,241 บาท</p>	<p>79,200 บาท</p>
<p>7. ห้องหนึ่ง ห้องนอน ดีลักซ์ (1 BedroomDeluxe tower B)</p>	<p>55 ตาราง เมตร</p>		<p>14 ห้อง</p>	<p>3 ทาน</p>	<p>3,813 บาท</p>	<p>93,200 บาท</p>
<p>8. ห้องหนึ่ง ห้องนอนพรีเมียร์ (1 Bedroom Premier tower A)</p>	<p>60 ตาราง เมตร</p>	  	<p>46 ห้อง</p>	<p>3 ทาน</p>	<p>3,466 บาท</p>	<p>84,700 บาท</p>

						
<p>9. ห้องสอง ห้องนอน ดีลักซ์ (2 BedroomDeluxe tower B)</p>	<p>80 ตาราง เมตร</p>	 	<p>38 ห้อง</p>	<p>5 ท่าน</p>	<p>4,321 บาท</p>	<p>103,700 บาท</p>
<p>10. ห้องเอ็กเซ็กคิว ทีฟ สองห้องนอน (2 Bedroom Executive tower A)</p>	<p>84 ตาราง เมตร</p>	 	<p>26 ห้อง</p>	<p>5 ท่าน</p>	<p>4,622 บาท</p>	<p>110,900 บาท</p>

<p>11.ห้องสอง ห้องนอนพรีเมียร์(2 Bedroom Premier (Tower A)</p>	<p>96 ตาราง เมตร</p>		<p>38 ห้อง</p>	<p>5 ท่าน</p>	<p>5,084 บาท</p>	<p>114,000 บาท</p>
<p>12. ห้องสาม ห้องนอน ดีลักซ์ (3 BedroomDeluxe tower A)</p>	<p>120 ตาราง เมตร</p>		<p>26 ห้อง</p>	<p>7 ท่าน</p>	<p>6,240 บาท</p>	<p>131,000 บาท</p>

13. ห้องสาม ห้องนอน พรีเมียร์ (3 Bedroom Premier tower A)	186 ตาราง เมตร		7 ห้อง	7 ทาน	186 ตาราง เมตร	186 ตาราง เมตร
---	-------------------	--	--------	-------	-------------------	-------------------

### ข้อมูลสรุปเปรียบเทียบทั้ง 2 กรณีศึกษา

ตารางที่ 8 ตารางเปรียบเทียบ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ

โรงแรม จัสมิน ซิตี้ โฮเทล	โรงแรม ชัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพ
<p style="text-align: center;"><u>สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชุดครัวครบชุด</li> <li>- ตู้เย็น</li> <li>- ไมโครเวฟ</li> <li>- เครื่องชงกาแฟ</li> <li>- เสื่อคลุมอาบน้ำ</li> <li>- อ่างอาบน้ำ</li> <li>- ไดรท์เป่าผม</li> <li>- ตู้เสื้อผ้าขนาดใหญ่</li> <li>- โทรทัศน์สี</li> <li>- เครื่องเล่นซีดี</li> <li>- เครื่องเล่นดีวีดี</li> <li>- โทรศัพท์ทางไกลและฝากข้อความ</li> <li>- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง</li> <li>- รักษาความปลอดภัยภายในห้อง</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u>สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชุดครัวครบชุด</li> <li>- ตู้เย็น</li> <li>- ไมโครเวฟ</li> <li>- เครื่องชงกาแฟ</li> <li>- เสื่อคลุมอาบน้ำ</li> <li>- อ่างอาบน้ำ</li> <li>- ไดรท์เป่าผม</li> <li>- ตู้เสื้อผ้าขนาดใหญ่</li> <li>- โทรทัศน์สี</li> <li>- เครื่องเล่นซีดี</li> <li>- เครื่องเล่นดีวีดี</li> <li>- โทรศัพท์ทางไกลและฝากข้อความ</li> <li>- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องปรับอากาศ</li> <li>- ห้องน้ำส่วนตัว</li> <li>- มินิบาร์</li> <li>- โต๊ะทำงาน / โคมไฟ</li> <li>- ช่องเคเบิล / ดาวเทียม</li> <li>- หน้าต่างคู่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รักษาความปลอดภัยภายในห้อง</li> <li>- เครื่องปรับอากาศ</li> <li>- ห้องน้ำส่วนตัว</li> <li>- มินิบาร์</li> <li>- โต๊ะทำงาน / โคมไฟ</li> <li>- ช่องเคเบิล / ดาวเทียม</li> <li>- ระเบียง (บางห้อง)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><u>สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการใน</u> โครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการทำความสะอาดทุกวัน เปลี่ยนผ้าปูที่นอน และผ้าเช็ดตัวทุกวัน สำหรับระยะสั้น และอาทิตย์ ละ 2 วันสำหรับระยะยาว</li> <li>- 1ภัตตาคาร พร้อมบริการรูมเซอร์วิสของ โรงแรม และศูนย์ซูปเปอร์มาร์เก็ต</li> <li>- ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร (เซเว่นอีเลฟเว่น)</li> <li>- บริการซักรีด</li> <li>- ศูนย์ฟิตเนส</li> <li>- สระว่ายน้ำสไตลีสอร์ท</li> <li>- อ่างจากุซซี่กลางแจ้ง</li> <li>- ห้องประชุมและศูนย์ธุรกิจ</li> <li>- บริการรถลีมูซีน</li> <li>- แผนกต้อนรับ ฝ่ายซ่อมบำรุงและรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง</li> <li>- บริเวณที่จอดรถกว้างขวาง</li> <li>- โทรทัศน์วงจรปิด (CCTV)</li> <li>- ห้องจัดงานประชุมและงานเลี้ยง</li> <li>- อินเทอร์เน็ตไร้สาย โดยรอบบริเวณ</li> <li>- ตู้ไปรษณีย์ส่วนตัว</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u>สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการใน</u> โครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการทำความสะอาดทุกวัน เปลี่ยนผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวทุกวัน สำหรับระยะสั้น และ อาทิตย์ละ 1-2 วันสำหรับระยะยาว</li> <li>- 1ภัตตาคาร พร้อมบริการรูมเซอร์วิสของ โรงแรม และ 1 ห้องอาหารอิตาเลียน</li> <li>- ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร (โลว์สัน) ร้านคาเฟ่ ร้านค้าอื่นๆเช่น ร้านนวด</li> <li>- บริการซักรีด</li> <li>- ศูนย์ฟิตเนส</li> <li>- พื้นที่กีฬาอล์ฟ (สนามพัตกอล์ฟ)</li> <li>- สระว่ายน้ำยาว 25 เมตร ดีกA สระในร่ม ดีกB</li> <li>- อ่างจากุซซี่และชาวน่า</li> <li>- ห้องประชุมและศูนย์ธุรกิจ</li> <li>- บริการรถลีมูซีน</li> <li>- แผนกต้อนรับ ฝ่ายซ่อมบำรุงและรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง</li> <li>- บริเวณที่จอดรถกว้างขวาง</li> <li>- โทรทัศน์วงจรปิด (CCTV)</li> <li>- ห้องจัดงานประชุมและงานเลี้ยง</li> <li>- อินเทอร์เน็ตไร้สาย โดยรอบบริเวณและ internet corner</li> <li>- ห้องสำหรับเด็ก</li> <li>- doctor on call</li> <li>- รถรับส่งไปยังสถานีรถไฟฟ้าฟรี</li> </ul>

ตารางที่ 9 ตารางเปรียบเทียบ ข้อมูลพื้นฐานของโครงการกรณีศึกษา

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ		จำนวน ห้องพัก (ยู นิต)	กลุ่มลูกค้า		อัตราการใช้ พักรั ระยะสั้น : ระยะยาว
	ทำเลโครงการ	ระยะห่างจาก รถไฟฟ้า (เมตร)		ยุโรป	เอเชีย (ญี่ปุ่น)	
โรงแรม จัสมิน ซิตี โฮเทล	2 ซอย สุขุมวิท 23 คลองเตย เหนือ วัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110	200 เมตร	208	10%	90%	1:9
โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพ	41 สุขุมวิทซอย 16คลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110	600 เมตร	354	40%	60%	1:4

ตารางที่ 10 ตารางเปรียบเทียบ ข้อมูลประเภท ขนาด และระดับราคาของห้องพักในโครงการ  
กรณีศึกษา

โครงการ	สตูดิโอ		1 ห้องนอน		2 ห้องนอน		3 ห้องนอน	
	ขนาด	ราคา	ขนาด	ราคา	ขนาด	ราคา	ขนาด	ราคา
โรงแรม จัสมิน ซิตี โฮ เทล	34	- /55,500	45	4,885/-	108	6,944/90,000		
	40	3,178/60,500	53	5,650/-				
			58	3,649/73,000				
			68	4,178/78,000				
โรงแรม ซัมเมอร์ เซท เลค พอยต์ กรุงเทพ	40(A)	2,542/-	55(A)	3,120	80(B)	4,321	120(A)	6,241
	43(B)	2,357/57,600	55(B)	3,813	84(A)	4,622	186(A)	8,551
	50(A)	2,357/57,600	60(A)	3,466	96(A)	5,084		
		52(B)	3,004	63(B)	3,241			

หมายเหตุ 1: ราคาในปี พ.ศ. 2559

**หมายเหตุ 2:** โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล แยกผู้เข้าพักรายวันไว้ที่ชั้น 11-15 และแยกผู้เข้าพักรายเดือนไว้ที่ชั้น 16-30 หากห้องพักรายวันไม่เพียงพอ จะนำลูกค้าโคเปอร์เรต(corporate คือ ลูกค้าที่มาในนามบริษัท) เข้าพักที่ชั้น 16-30 ได้

โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพ ไม่แยกชั้นผู้เข้าพักรายวันและรายเดือนออกจากกัน แต่จะคัดเลือกลูกค้าที่เป็นผู้เข้าพักรายเดือนไว้ชั้นบนๆ หรือผู้ที่เข้าพักติดกันมากกว่า 3 วันไว้ชั้นบนๆ

**หมายเหตุ 3:** โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลและโรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพ ส่วนมากลูกค้ารายเดือน กว่าร้อยละ 95 ทางบริษัทจ่ายค่าเช่าให้กับผู้เข้าพักรายเดือน จะจ่ายมาในรูปแบบ เครดิตการ์ดในนามบริษัท เช็คนามบริษัท เงินสด หรือมีงบประมาณมาให้และจ่ายส่วนต่างเพิ่มเอง แล้วแต่นโยบายของทางบริษัท โดยค่าใช้จ่ายที่ครอบคลุมคือเฉพาะค่าห้องเท่านั้น



## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์ และ การศึกษากลุ่มตัวอย่าง ในหัวข้อแนวทางการปรับเปลี่ยนของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์สามารถจำแนกผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

- 5.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 5.2 ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 5.3 วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 5.4 วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม
- 5.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

5.1.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจจากข้อมูลทั่วไป ,ข้อมูลสภาพการอยู่อาศัย และบทสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ

#### 5.1.1.1 ข้อมูลทั่วไป

##### 5.1.1.1.1 แบ่งตามภาษาที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 11 แสดงภาษาที่ใช้สื่อสารของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ภาษา	โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล		โรงแรม ซัมเมอร์เซทเลคพอยด์		รวม	
	N	%	N	%	N	%
ญี่ปุ่น	58	72.50	66	38.82	124	49.60
อังกฤษ	21	26.25	93	54.71	114	45.60
ไทย	1	1.25	11	6.47	12	4.80
รวม	80	100	170	100	250	100



จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการโครงการกลุ่มตัวอย่าง เป็นชาวต่างชาติ ที่ใช้ใช้ภาษาญี่ปุ่นสื่อสารกับผู้วิจัยมากที่สุด ร้อยละ 49.60 และภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับผู้วิจัย ร้อยละ 45.60 และใช้ภาษาไทยสื่อสารกับผู้วิจัยร้อยละ 4.80

#### 5.1.1.1.2 ช่วงอายุและเพศ

ตารางที่ 12 แสดงช่วงอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

ช่วงอายุ	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	N	%	N	%	N	%
น้อยกว่า 25 ปี	2	2.5	0	0	2	2.5
26-35 ปี	19	23.75	11	13.75	30	37.5
36-45 ปี	12	15	16	20	28	35.0
46-55 ปี	7	8.75	10	12.5	17	21.3
มากกว่า 55 ปี	1	1.25	2	2.5	3	3.8
รวม	41	51.25	39	48.75	80	100

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 51.25 และ 48.75 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เพศชายจะมีอายุอยู่ที่ช่วง 26-35 ปี ร้อยละ 23.75 รองลงมาคือ 36-45 ปี ร้อยละ 15 และ 46-55 ปี ร้อยละ 8.75 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ที่ช่วง 36-45 ปี ร้อยละ 20 รองลงมาคือ 26-35 ปี ร้อยละ 13.75 และ 46-55 ปี ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ โดยช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปีถึงช่วงอายุ 26-35 ปี เพศชายจะมากกว่าเพศหญิง และตั้งแต่อายุ 36 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 13 แสดงช่วงอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

ช่วงอายุ	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	N	%	N	%	N	%
น้อยกว่า 25 ปี	7	4.1	6	3.5	13	7.6
26-35 ปี	20	11.8	23	13.5	43	25.3
36-45 ปี	18	10.6	35	20.6	53	31.2
46-55 ปี	23	13.5	28	16.5	51	30.0
มากกว่า 55 ปี	6	3.5	4	2.4	10	5.9
รวม	74	43.5	96	56.5	170	100

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 43.5 และ 56.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่

ใหญ่เพศชายจะมีอายุอยู่ที่ช่วง 46-55 ปีร้อยละ 13.5 รองลงมาคือ 26-35 ปีร้อยละ 11.8 และ 36-45 ปีร้อยละ 10.6ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ที่ช่วง 36-45 ปี ร้อยละ 20.6 รองลงมาคือ 46-55 ปีร้อยละ 16.5 และ 26-35 ปีร้อยละ 13.5 ตามลำดับ โดยช่วงอายุ น้อยกว่า 25 ปี และ มากกว่า 55 ปี เพศชายจะมากกว่าเพศหญิง และตั้งแต่อายุ 26-55 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

#### 5.1.1.1.3 ระดับการศึกษา

ตารางที่ 14 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ระดับการศึกษา	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ	
	N	%	N	%
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	12.5	26	15.3
ปริญญาตรี	57	71.25	115	67.6
สูงกว่าปริญญาตรี	13	16.25	29	17.1
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตีส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.25 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.25 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.5 ตามลำดับกลุ่มตัวอย่างโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์ ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.6รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 17.1และ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.3ตามลำดับ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

#### 5.1.1.1.4 อาชีพ

ตารางที่ 15 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

อาชีพ	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	N	%	N	%	N	%
พนักงานบริษัทเอกชน	27	33.75	27	33.75	54	67.5
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	8	10.0	6	7.5	14	17.5
ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	7.5	6	7.5	12	15.0
นักเรียน / นักศึกษา	0	0	0	0	0	0
รวม	41	51.25	39	48.75	80	100

จากตารางที่ 15 เมื่อพิจารณาอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 17.5 และ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

อาชีพ	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	N	%	N	%	N	%
พนักงานบริษัทเอกชน	37	21.8	55	32.3	92	54.1
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	18	10.6	18	10.6	36	21.2
ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	8.2	18	10.6	32	18.8
นักเรียน / นักศึกษา	5	2.9	5	2.9	10	5.9
รวม	74	43.6	96	56.4	170	100

จากตารางที่ 16 เมื่อพิจารณาอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21.2 และ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.8 และ นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 5.9 ตามลำดับใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรม จัสมินซิตีไฮเทลยกเว้นกลุ่มตัวอย่างนักเรียนนักศึกษาที่มีมากกว่า ซึ่งโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ไม่มีกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนนักศึกษาเลย

#### 5.1.1.1.5 รายได้ครอบครัวต่อเดือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย)

ตารางที่ 17 แสดงระดับรายได้ครอบครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%	N	%
น้อยกว่า 50,000 บาท	0	0	14	8.2
50,001-100,000 บาท	29	36.25	55	32.4
100,001-150,000 บาท	38	47.5	75	44.1
150,001-200,000 บาท	10	12.5	19	11.2
มากกว่า 200,000 บาท	3	3.75	7	4.1
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณารายได้ครอบครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลมีรายได้ส่วนมากอยู่ในช่วง 100,001-150,000 บาท ร้อยละ 47.5 รองลงมามีรายได้อยู่ในช่วง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 36.3 และ 150,001-200,000 บาท ร้อยละ 12.5 และ มากกว่า 200,000 บาท ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ โดยที่ในกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ไม่มีผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 50,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯมีรายได้ส่วนมากอยู่ในช่วง 100,001-150,000 บาท ร้อยละ 44.1 รองลงมามีรายได้อยู่ในช่วง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 32.4 และ 150,001-200,000 บาท ร้อยละ 11.2 และ น้อยกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 8.2 และ มากกว่า

200,000 บาท ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 50,000 บาท จึงพบได้ว่าสอดคล้องกับอาชีพที่มีกลุ่มตัวอย่างของนักเรียนนักศึกษาในตารางที่ 16

#### 5.1.1.2 ข้อมูลสภาพการอยู่อาศัย

##### 5.1.1.2.1 บุคคลที่อาศัยร่วมกันในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่โรงแรม

ตารางที่ 18 แสดงบุคคลที่อาศัยร่วมกันในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่โรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

บุคคลที่อาศัยร่วมกันในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่โรงแรม	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%	N	%
พักคนเดียว	25	31.3	54	31.8
คู่สมรส(ไม่มีบุตร)	46	57.5	74	43.5
คู่สมรสและบุตร	7	8.8	22	12.9
ครอบครัว(บิดา มารดา พี่น้อง)	2	2.5	20	11.8
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล พบว่าส่วนมากอยู่อาศัยร่วมกับ คู่สมรส(ไม่มีบุตร)ร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ พักคนเดียว ร้อยละ 31.3 และ พักกับคู่สมรสและบุตร ร้อยละ 8.8 และพักกับครอบครัว(บิดา มารดา พี่น้อง) ร้อยละ 2.5ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ พบว่าส่วนมากอยู่อาศัยร่วมกับ คู่สมรส(ไม่มีบุตร)ร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ พักคนเดียว ร้อยละ 31.8 และ พักกับคู่สมรสและบุตร ร้อยละ 12.9 และพักกับครอบครัว(บิดา มารดา พี่น้อง) ร้อยละ 11.8ตามลำดับใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลพบว่าผู้ที่พักเป็นครอบครัวโดยมีบุตรหรือบิดา มารดา พี่น้อง จะพักที่ โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯมากกว่า โรงแรม จัสมินซิตี ไฮเทล เนื่องจากที่ โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ มีห้องพักขนาด 3 ห้องนอนด้วย

### 5.1.1.2.2 จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพัก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ใน ห้องพัก	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ	
	N	%	N	%
1 คน	25	31.3	54	31.8
2-3 คน	51	63.8	110	64.7
4 คนขึ้นไป	4	5.0	6	3.5
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 19 เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกพักอาศัยอยู่ 2-3 คน ร้อยละ 63.8 และรองลงมาคือ พักเพียงคนเดียว ร้อยละ 31.3

เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกพักอาศัยอยู่ 2-3 คน ร้อยละ 64.7 และรองลงมาคือ พักเพียงคนเดียว ร้อยละ 31.8 ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

### 5.1.1.2.3 พาหนะหลักหรือวิธีในการเดินทาง ในวันธรรมดาและวันหยุด

ตารางที่ 20 แสดงพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

พาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดา	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	
	N	%
รถไฟฟ้า	66	28.6
เดิน	57	24.7
รถยนต์รับจ้าง	27	11.7
รถยนต์ส่วนตัว	20	8.7
รถรับส่งของโรงแรม	20	8.7
จักรยานหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว	16	6.9
จักรยานยนต์รับจ้าง	9	3.9
รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงาน	9	3.9
รถประจำทาง	7	3.0
รวม	231	100

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ รถไฟฟ้าในการเดินทางมากที่สุดถึงร้อยละ 28.6 และใช้วิธีการเดิน ร้อยละ 24.7

รองลงมากลุ่มตัวอย่างใช้ รถยนต์รับจ้าง ร้อยละ 11.7 และใช้ รถยนต์ส่วนตัว, รถรับส่งของโรงแรม ร้อยละ 8.7 และใช้ จักรยานหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 6.9 และใช้ จักรยานยนต์รับจ้าง,รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงาน ร้อยละ 3.9

ตารางที่ 21 แสดงพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม ซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

พาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดา	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%
รถไฟฟ้า	150	26.3
เดิน	114	20.0
รถรับส่งของโรงแรม	82	14.4
รถยนต์รับจ้าง	71	12.5
รถประจำทาง	50	8.8
รถยนต์ส่วนตัว	48	8.4
จักรยานยนต์รับจ้าง	22	3.9
รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงาน	20	3.5
จักรยานหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว	13	2.3
รวม	570	100

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 เมื่อพิจารณาพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันธรรมดาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ รถไฟฟ้าในการเดินทางมากที่สุดถึงร้อยละ 26.3 และใช้วิธีการเดิน ร้อยละ 20.0 รองลงมากลุ่มตัวอย่างใช้ รถรับส่งของโรงแรมร้อยละ 14.4และใช้ รถประจำทางร้อยละ 8.8 และใช้ รถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 8.4 และใช้ จักรยานยนต์รับจ้าง,รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงาน ร้อยละ 3.9 และ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันหยุดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

พาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันหยุด	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%	N	%
รถไฟฟ้า	71	88.8	154	90.6
รถยนต์ส่วนตัว	9	11.3	16	9.4
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 22 เมื่อพิจารณาพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันหยุดของกลุ่มตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถไฟฟ้า ร้อยละ 88.8 และใช้ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 11.3

เมื่อพิจารณาพาหนะหลักหรือวิธีเดินทางในวันหยุดของกลุ่มตัวอย่างโรงแรมซัมเมอร์เซทเลค พ้อยท์กรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถไฟฟ้า ร้อยละ 90.6 และใช้ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 9.4

### 5.1.1.3 บทสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการปรับตัวจากเซอร์วิส พาร์ตเมนต์เป็นเซอร์วิสพาร์ตเมนต์กึ่งโรงแรม

#### 5.1.1.3.1 ผู้บริหารโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล(คุณ ธงชัย หาญทวีพัฒนา)

ที่มาในการทำโครงการจัสมินซิตีไฮเทลเริ่มแรกนั้นคณะผู้บริหารได้เคยทำบ้านจัดสรร และคอนโดมิเนียมมาก่อนแล้วและในปีพ.ศ. 2540 ได้เล็งเห็นความน่าสนใจในธุรกิจแบบให้เช่าและมีความต้องการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมกับการให้เช่าจึงได้คิดริเริ่มโครงการเซอร์วิสพาร์ตเมนต์ในแรกเริ่มและเป็นโครงการแรกของผู้ประกอบการกลุ่มนี้

ด้วยเริ่มโครงการจากสร้างบนที่ดิน 3 ไร่ 1 งานเศษในปีพ.ศ. 2540 แล้วเสร็จในปีพ.ศ. 2545 โดยกำหนดโครงการเป็นแบบ mix used (เซอร์วิสพาร์ตเมนต์, โรงแรม, ซอปปิงมอลล์, สำนักงาน) เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากเศรษฐกิจเนื่องจากเมื่อเริ่มก่อสร้างนั้นได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจจึงก่อสร้างไปแบบช้าๆเพื่อรอให้เศรษฐกิจฟื้นตัวเปิดโครงการในปีพ.ศ. 2545 ในปีพ.ศ. 2547 ได้ตัดสินใจยื่นขอ อนุญาตเป็นโรงแรมเพิ่มเติมและมีการปรับเปลี่ยนบางส่วนเป็นโรงแรม (ไม่เกิน 80 ห้อง) จึงได้รับ อนุญาตให้ประกอบธุรกิจโรงแรมและสามารถรับลูกค้ารายวันได้เพื่อเพิ่มอัตราการเข้าพักและขยาย ฐานลูกค้าให้กว้างเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของการลงทุนคาดว่ามูลค่าโครงการอยู่ที่ประมาณ 1,200 ล้านบาท (ในปีพ.ศ. 2540) โดยแบ่งเป็นราคาที่ดินประมาณร้อยละ 30-40 (400 ล้านบาท) และค่าก่อสร้างและตกแต่งอีกร้อยละ 60-70 (800-900 ล้านบาท) โดยใช้เงินลงทุนเป็นเงินของตนเองเป็นส่วนใหญ่และกู้ในส่วนของค่า ก่อสร้างเพียงร้อยละ 30 (ประมาณ 200-300 ล้านบาท)

เนื่องจากไม่มีประสบการณ์ทางด้านเซอร์วิสพาร์ตเมนต์ในแรกเริ่มทางผู้บริหารไม่คิดว่าจะ ได้รับความนิยมเป็นลูกค้าชาวญี่ปุ่นโดยลูกค้าติดต่อมาผ่านนายหน้าซึ่งเป็นโบรกเกอร์ชาวญี่ปุ่นเท่านั้น (เนื่องจากชาวญี่ปุ่นมีความไว้วางใจเฉพาะชาวญี่ปุ่นด้วยกันเอง) และได้จัดทำทีมโบรกเกอร์ของ ตนเองภายหลังเพื่อติดต่อนายหน้าชาวญี่ปุ่นกลุ่มลูกค้าในนคราแรกไม่ได้เจาะจงแต่ภายหลังกลับมี ลูกค้าญี่ปุ่นสูงถึงร้อยละ 90 จึงมาพบว่าในย่านนี้ (สุขุมวิท) เป็นย่านที่ชาวญี่ปุ่นนิยมมาอยู่อาศัย เนื่องจากคนญี่ปุ่นมีความระมัดระวังสูงชอบความปลอดภัยไม่ชอบความเสี่ยงและชอบอยู่รวมกันเป็น กลุ่ม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในตัวอาคารและชอบผู้บริหารอาคารที่พูดภาษาญี่ปุ่นได้

ในส่วนของการตกแต่งนั้นได้ออกแบบพื้นเป็นพื้นไม้วีเนียร์และเลือกโทนสีอ่อนเช่นสีครีมและ ปิซซึ่งเป็นรูปแบบที่ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบเนื่องจากดูเรียบสบายตาและสะอาดในเรื่องของการอยู่ร่วมกัน ของชาวญี่ปุ่นนั้นพบว่าชาวญี่ปุ่นนั้นคำนึงถึงเรื่องระดับชั้นมากคือถ้าทำงานอยู่ที่เดียวกันนั้นจะไม่อยู่ที่

เดียวกันหรือถ้าต้องอยู่ที่เดียวกันจะอยู่กันคนละชั้นและชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่สูบบุหรี่จึงต้องแยกส่วนที่มีการรองรับผู้สูบบุหรี่และเป็นพื้นที่ปลอดบุหรี่อีกสิ่งหนึ่งที่ค้นพบว่าเป็นจุดอ่อนคือชาวญี่ปุ่นชอบอาบน้ำที่มีอุณหภูมิที่สูงมากแต่ทางโรงแรมใช้แค่ระบบ single unit จึงทำให้น้ำไม่ร้อนมากพอ

สรุปตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มีแนวโน้มในอนาคตที่น่าสนใจและเป็นตลาดที่มีผู้เข้ามาสร้างโครงการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเมื่อเทียบกับจำนวนชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อยๆและอีกทั้งยังดูได้จากโครงการที่มีชาวญี่ปุ่นอยู่พักเป็นส่วนมากถึงร้อยละ 90 และมีอัตราการเข้าพักสูงถึงร้อยละ 95-100 ตลอดทั้งปี

#### 5.1.1.3.2 พนักงานโรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์

พนักงานฟิตเนส เทรนเนอร์ (คุณ แจ็ก)

ที่มาในการทำโครงการซัมเมอร์เซทเลคพอยด์ โฮเทลแวงคอคเริ่มแรกนั้นคณะผู้บริหารได้เคยก่อสร้างในเริ่มแรกเป็นโรงแรมในเครือ แมนดาริน โดยมีเจ้าของเป็นคนไทย ภายหลัง**กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)**ได้เข้ามาลงทุน โดยให้ บริษัท ดิแอสคอต เป็นผู้บริหารจัดการโครงการ และเปลี่ยนชื่อโรงแรมเป็น ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ โฮเทล แวงคอก

ด้วยเริ่มโครงการจากสร้างอาคาร 2 อาคารในปีพ.ศ.2540 แล้วเสร็จในปีพ.ศ.2540 โดยกำหนดโครงการเพื่อเปิดเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ 1 ตึก และเปิดตัวเป็นคอนโดมิเนียมเพื่อแบ่งขายอีก 1 ตึกภายหลังจึงได้ปรับเปลี่ยนเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ทั้งหมด เปิดโครงการในปีพ.ศ. 2540 ในปีพ.ศ. 2557 ได้ตัดสินใจยื่นขออนุญาตเป็นโรงแรมเพิ่มเติมเพื่อรองรับลูกค้ารายวันอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีการปรับเปลี่ยนรีโนเวทตึกบางส่วนในปี พ.ศ. 2556-2557 จึงได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจโรงแรมและสามารถรับลูกค้ารายวันได้เพื่อเพิ่มอัตราการเข้าพักและขยายฐานลูกค้าให้กว้างเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนการบริการทั่วไปของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์นั้น เมื่อก่อนได้มีระบบการให้เช่าบริการแบบ non-service ให้ผู้เข้าพักได้เลือกใช้บริการในราคาที่ถูกลงกว่า คือ จะไม่มีแม่บ้านมาทำความสะอาดให้หรือจะมีแม่บ้านทำความสะอาดให้ก็ได้ กล่าวคือถือเป็นแค่การให้เช่าอพาร์ทเมนต์หลังจากที่ ดิแอสคอตได้เข้ามาบริหารนั้น ตามนโยบายจึงเปลี่ยนเป็น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ทั้งหมด และต้องมีแม่บ้านทำความสะอาดห้องให้ทุกวัน และได้ปรับเป็นกึ่งโรงแรมเพิ่มเติมในภายหลังเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

สรุปจากบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร เหตุผลในการปรับเปลี่ยนจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม จะมาจากการที่ปรับตัวตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านจำนวนประชากรที่เข้ามาท่องเที่ยวและเข้ามาทำงานในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มฐานลูกค้าและเพิ่มอัตราการเข้าพักอย่างต่อเนื่อง



5.2 ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

5.2.1 ศึกษาการบริหารจากพฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ

### 5.2.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลพื้นฐานของโครงการกลุ่มตัวอย่าง

รายการข้อมูลโครงการ	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ
ปีที่ก่อสร้าง	พ.ศ.2540	พ.ศ.2540
เจ้าของโครงการ	คุณ ศิริพร ชัยวิไล	เครือ Ascottร่วมกับรัฐวิสาหกิจ กบข.
ทีมบริหาร(ผู้ดูแลโครงการ)	คุณ ศิริพร ชัยวิไล คุณ ธงชัย หาญทวีวัฒนา	เครือ Ascott
จำนวนห้องพักของโครงการ(ยูนิต)	208	354
กลุ่มผู้ใช้บริการ	-กลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยระยะยาว ส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น -กลุ่มชาวต่างชาติที่มาติดต่องานในประเทศไทย ระยะสั้น -กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	-กลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยระยะยาว ส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น -กลุ่มชาวต่างชาติที่มาติดต่องานในประเทศไทย ระยะสั้น -กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
จำนวนบุคลากร (คน)	ประมาณ 130	ประมาณ 107
สัดส่วนบุคลากรต่อห้องพัก	0.62 (ไม่นับรวมพื้นที่มอลล์และออฟฟิส)	0.30
ส่วนบริการส่วนหน้า	ฝ่ายต้อนรับ(8) ฝ่ายขนสัมภาระและบริการ(7) ฝ่ายแม่บ้าน(48) ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม(14) ฝ่ายรักษาความปลอดภัย(8) ฝ่ายวิศวกรรม(ช่างซ่อมบำรุง)(30)	ฝ่ายต้อนรับ(5) ฝ่ายขนสัมภาระและบริการ(4) ฝ่ายแม่บ้าน(35) ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม(8) ฝ่ายรักษาความปลอดภัย(4) ฝ่ายวิศวกรรม(ช่างซ่อมบำรุง)(25)
ฝ่ายงานสนับสนุน	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล(1) ฝ่ายการขายและการตลาด(7) ฝ่ายบัญชี(5)และการเงิน(2)	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล(1) ฝ่ายการขายและการตลาด(16) ฝ่ายบัญชี(7)และการเงิน(2)
รายการข้อมูลโครงการ	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพ

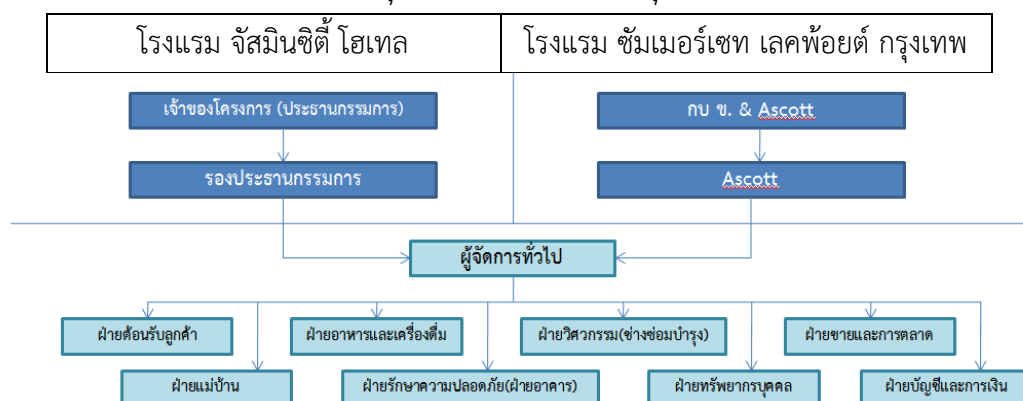
ระยะเวลาที่ปรับตัวเป็น กึ่งโรงแรมหลังเปิด โครงการ	เปิดโครงการเมื่อ พ.ศ.2545 ปรับตัวเป็นกึ่งโรงแรมเมื่อ พ.ศ.2545 ยื่นขออนุญาตโรงแรมเมื่อ พ.ศ.2547	เปิดโครงการเมื่อ พ.ศ.2540 ปรับตัวเป็นกึ่งโรงแรมเมื่อ พ.ศ.2548 ยื่นขออนุญาตโรงแรมเมื่อ พ.ศ.2558
การปรับปรุงโครงการ หรือการปรับเปลี่ยน ภายในโครงการ	-ปรับปรุงล็อบบี้ เพื่อขยายการรองรับ	-ปิดปรับปรุงทาสีตึก B -ปิดปรับปรุงพื้นที่ทางเดินส่วนกลาง หน้าห้องพักตึก B -ปิดปรับปรุงสรวายน้ำและห้องฟิต เนส ตึก B -ปรับตึก A จากเริ่มแรกตั้งใจเป็น คอนโดมิเนียม เป็น เซอร์วิสอพาร์ท เมนต์ -ปรับเปลี่ยนจาก non-serviced เป็น serviced ทั้งหมด

จากตารางที่ 23 พบว่าโครงการ โรงแรมจัสมินซิตีโฮเทล ได้มีการวางแผนที่ดีกว่าเอาไว้  
เริ่มแรกจะทำเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม และได้สร้างส่วนกลางและห้องพักไว้เพื่อรองรับ  
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และยื่นขออนุญาตโรงแรมไว้ตั้งแต่แรก แต่โครงการโรงแรมซัมเมอร์เซทเลค  
พ้อยต์ได้มาปรับเปลี่ยนในภายหลังให้เข้ากับข้อกำหนดการเป็นโรงแรมเพื่อยื่นขออนุญาต ในปี พ.ศ.  
2557-2558 ทั้งนี้ ทั้งสองโครงการ ได้รับลูกค้าทั้งระยะสั้นและระยะยาวมานานและได้ปรับเปลี่ยนกล  
ยุทธ์ต่างๆเรื่อยมาจนปัจจุบัน

#### 5.2.1.2 แผนผังองค์กรของโครงการกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจโครงการกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีรูปแบบการวางผังองค์กรที่ใกล้เคียงกัน แตกต่าง  
กันตรงที่โครงการโรงแรมจัสมินซิตีโฮเทล เป็นการบริหารโดยเจ้าของคนไทย แต่โครงการ ซัมเมอร์เซท  
เลคพ้อยต์กรุงเทพฯ มีการบริหารโดยเซนต่างประเทศ โดยควบคุมการบริหารจากส่วนกลางของ Ascott  
ประเทศ สิงคโปร์มายังศูนย์บริการส่วนกลางในประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 18 แสดงแผนผังองค์กรโดยสรุปการสำรวจโครงการกลุ่มตัวอย่าง



จากตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปลงไปนั้นส่วนมากมีการทำงานที่ใกล้เคียงกันดังนี้

ตารางที่ 24 แสดงตำแหน่งงาน เวลาและส่วนรับผิดชอบของพนักงานในโครงการกลุ่มตัวอย่าง

ตำแหน่งงานในโครงการ	โรงแรม จัสมินซิตี โฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ
<b>ผู้จัดการทั่วไป</b>		
จำนวน	1	1
ความรับผิดชอบ	รับนโยบายจากผู้บริหารหรือเจ้าของโครงการ และดูแลความเรียบร้อยต่างๆภายในโครงการ รวมทั้งคอยแก้ปัญหา รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า และตรวจสอบการทำงานของพนักงาน	รับนโยบายจากผู้บริหารหรือเจ้าของโครงการ และดูแลความเรียบร้อยต่างๆภายในโครงการ รวมทั้งคอยแก้ปัญหา รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า และตรวจสอบการทำงานของพนักงาน
<b>ฝ่ายต้อนรับลูกค้า</b>		
จำนวน	ฝ่ายต้อนรับ(8) ฝ่ายขนสัมภาระและบริการ(7)	ฝ่ายต้อนรับ(5) ฝ่ายขนสัมภาระและบริการ(4)
ระยะเวลาในการทำงาน	10 ชั่วโมง พัก 1 ชั่วโมง	
ความรับผิดชอบ	ต้อนรับลูกค้า walk-in ของส่วนโรงแรม บริการ check-in และ check-out พร้อมทั้งให้คำปรึกษาเบื้องต้นต่างๆกับลูกค้า	
<b>ฝ่ายแม่บ้าน</b>		
จำนวน	48	35
ระยะเวลาในการทำงาน	10 ชั่วโมง พัก 1 ชั่วโมง	
ความรับผิดชอบ	ส่วนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ -ทำความสะอาดภายในห้องพักทุกวัน	ส่วนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ -ทำความสะอาดภายในห้องพักทุกวัน -เปลี่ยนผ้าปูที่นอน ผ้าขนหนู อาทิตยล

	-เปลี่ยนผ้าปูที่นอน ผ้าขนหนู อาทิตยละ 2 ครั้ง	1-2 ครั้ง (หรือตามแต่เจ้าของห้อง ต้องการ)
	ส่วนโรงแรม -ทำความสะอาดภายในห้องพักทุก วัน -เปลี่ยนผ้าปูที่นอน ผ้าขนหนู ทุก วัน	ส่วนโรงแรม -ทำความสะอาดภายในห้องพักทุกวัน -เปลี่ยนผ้าปูที่นอน ผ้าขนหนู ทุกวัน -หากมาพักติดต่อกับยาว2-5 วันจะทำ ความสะอาดทุกวัน และไม่เปลี่ยนผ้าปูที่ นอน ถ้าพักเกิน 7 วันจึงจะเปลี่ยนผ้าปูที่ นอน 1 ครั้ง
<b>ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม</b>		
จำนวน	14	8
ช่วงเวลาดำเนินงาน	10 ชั่วโมง พัก 1 ชั่วโมง	10 ชั่วโมง พัก 1 ชั่วโมง
ความรับผิดชอบ	ส่วนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ -ไม่มีอาหารเช้า -มีซื้อแพคเกจอาหารเข้าร่วมด้วย ได้(ผู้เข้าพักจ่ายเพิ่มเอง)	ส่วนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ -ไม่มีอาหารเช้า -มีบริการอาหารเช้าหรือซื้อแพคเกจ อาหารเข้าร่วมด้วยได้ (ผู้เข้าพักจ่ายเพิ่ม เอง)
	ส่วนโรงแรม -เตรียมอาหารบุฟเฟต์ในช่วงเช้า, อาหารตามสั่งในช่วงกลางวัน และอาหาร ภายในห้องพัก -บริการ ซากาแฟ และเก็บจานอาหาร	
<b>ฝ่ายรักษาความปลอดภัย(ฝ่ายอาคาร)</b>		
จำนวน	8	4
ระยะเวลาในการทำงาน	กะละ 12 ชั่วโมง พัก 1 ชั่วโมง	
ความรับผิดชอบ	-เก็บบัตรจอดรถ -ตรวจสอบความเรียบร้อยใน โครงการ เดินสำรวจพื้นที่ต่างๆใน โครงการ -ตรวจสอบความเรียบร้อยใน บริเวณ ซอปปิงมอลล์ -ประสานงานเรื่องการขอใช้พื้นที่ หรือการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ ส่วนกลางของโครงการ และส่วนซ อปปิงมอลล์	-เก็บบัตรจอดรถ -ตรวจสอบความเรียบร้อยในโครงการ เดินสำรวจพื้นที่ต่างๆในโครงการ -ประสานงานเรื่องการขอใช้พื้นที่หรือ การเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ส่วนกลางของ โครงการ
<b>ฝ่ายวิศวกรรม(ช่างซ่อมบำรุง)</b>		

จำนวน	30	25
ช่วงเวลาดำเนินงาน	10 ชั่วโมง พัก 1 ชั่วโมง	
ความรับผิดชอบ	-ตรวจสอบระบบต่างๆ ทั้งในส่วน ของโรงแรม ซอฟต์แวร์มอลล์และ อาคารสำนักงาน -ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง เบื้องต้นของระบบต่างๆ -ทำตามคำสั่งร้องขอพิเศษของลูกค้า เช่น ก๊อมน้ำรั่ว ท่อน้ำตัน ฯลฯ	-ตรวจสอบระบบต่างๆ ในส่วนของ โรงแรม -ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเบื้องต้นของ ระบบต่างๆ -ทำตามคำสั่งร้องขอพิเศษของลูกค้า เช่น ก๊อมน้ำรั่ว ท่อน้ำตัน ฯลฯ
<b>ฝ่ายทรัพยากรบุคคล</b>		
จำนวน	1	1
ความรับผิดชอบ	-ดูแลเรื่องการเข้าออกของพนักงานภายในโครงการเฉพาะส่วนโรงแรม	
<b>ฝ่ายขายและการตลาด</b>		
จำนวน	7	16
ความรับผิดชอบ	-ขายห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง เดินทาง ไปหาลูกค้า แบ่งการทำงานตาม รูปแบบต่างๆ ดังนี้ - sales corporate (ลูกค้า เดินทางมาทำงานประจำ) - sales agent (ติดต่อทัวร์) - sales online (agoda booking) - sales broker (นายหน้าหา ห้องพักรายเดือน ทางบริษัทจ่าย ค่าคอมมิชชั่นให้)	-ขายห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง คำนวณราคา ของโครงการ ขายให้กับเอเจนซี่ต่างๆ
<b>ฝ่ายบัญชีและการเงิน</b>		
จำนวน	ฝ่ายบัญชี(5) การเงิน(2)	ฝ่ายบัญชี(7) การเงิน(2)
ความรับผิดชอบ	-ทำบัญชีรายรับรายจ่ายของโครงการ -ดูแลเงินเดือนพนักงาน	

### 5.2.1.3 พฤติกรรมการอยู่อาศัย

#### 5.2.1.3.1 ประสบการณ์การรู้จักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

ตารางที่ 25 แสดงประสบการณ์การรู้จักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประสบการณ์การรู้จักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%	N	%
ทราบ	59	73.8	100	58.8
ไม่ทราบ	21	26.3	70	41.2
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 25 แสดงประสบการณ์การรู้จักโครงการโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลที่คุณพักอาศัยเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ที่เปิดให้บริการทั้งแบบเข้าพักระยะยาวและแบบเข้าพักระยะสั้น พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 73.8 ทราบว่าโรงแรมที่ตนเองพักเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม และมีเพียงร้อยละ 26.3 ไม่ทราบว่าโรงแรมที่ตนเองพักเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม จากการสำรวจพบว่าผู้ที่ตอบว่าไม่ทราบว่าโครงการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมทั้งหมด เป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักอาศัยเป็นรายวัน สรุปได้ว่าผู้ที่เข้าพักรายวันบางส่วนไม่ทราบว่าโครงการที่เลือกมาพักนั้นเป็นโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม วิเคราะห์ได้ว่าการศึกษาที่เปลี่ยนจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เป็นโรงแรมเพื่อรับลูกค้ารายวันและขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นทางด้านการรับลูกค้ารายวันนั้นมีผลจริง

แสดงประสบการณ์การรู้จักโครงการโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯที่คุณพักอาศัยเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ที่เปิดให้บริการทั้งแบบเข้าพักระยะยาวและแบบเข้าพักระยะสั้น พบว่า ร้อยละ 58.8 ทราบว่าโรงแรมที่ตนเองพักเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม และร้อยละ 41.2 ไม่ทราบว่าโรงแรมที่ตนเองพักเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

### 5.2.1.3.2 ระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

ตารางที่ 26 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

ระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ กึ่งโรงแรม		โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล			
		N		%	
รายวัน		29		36.3	
1 เดือน - 6 เดือน	รายเดือน	33	51	41.3	63.7
6 เดือน - 1 ปี		17		21.3	
1 ปี ขึ้นไป		1		1.3	
รวม		80		100	

จากตารางที่ 26 เมื่อพิจารณาจากระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมพบว่า มีผู้พักรายเดือนมากที่สุด ร้อยละ 63.7 โดยแบ่งเป็นผู้พักรายเดือน 1 เดือน - 6 เดือน ร้อยละ 41.3 6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 21.3 และ 1 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 1.3 และมีผู้พักรายวันร้อยละ 36.3

ตารางที่ 27 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

ระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ กึ่งโรงแรม		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ			
		N		%	
รายวัน		94		55.3	
1 เดือน - 6 เดือน	รายเดือน	48	76	28.2	44.7
6 เดือน - 1 ปี		24		14.1	
1 ปี ขึ้นไป		4		2.4	
รวม		170		100	

จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาจากระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมพบว่า มีผู้พักรายวันมากที่สุด ร้อยละ 55.3 และผู้พักรายเดือนโดยแยกจากการพักมากกว่า 1 เดือนขึ้นไป เป็นผู้พักรายเดือน ร้อยละ 44.7 โดยแบ่งเป็นผู้พักรายเดือน 1 เดือน - 6 เดือน ร้อยละ 28.2 6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 14.1 และ 1 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 2.4

### 5.2.1.3.3 ระยะเวลาที่พักอาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมและ แบบห้องที่เลือกเข้าพักอาศัย

ตารางที่ 28 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมและแบบห้องที่เลือกเข้าพักอาศัย  
ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

ระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิส อพาร์ท เมนต์กึ่งโรงแรม	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล					
	รายวัน		รายเดือน		รวม	
	N	%	N	%	N	%
สตูดิโอ	22	27.5	22	27.5	44	55.0
1 ห้องนอน	5	6.25	24	30.0	29	36.3
2 ห้องนอน	2	2.5	4	5.0	6	7.5
3 ห้องนอน	0	0	1	1.25	1	1.3
รวม	29	36.25	81	63.75	80	100

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาจากรยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมพบว่า  
มีผู้พักรายวันที่พักห้องสตูดิโอมากที่สุด ร้อยละ 27.5 รองลงมาผู้พักรายวันที่พักห้อง 1 ห้องนอน ร้อย  
ละ 6.25 ผู้พักรายวันที่พักห้อง 2 ห้องนอน ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ และพบว่าผู้พักรายเดือนพักห้อง 1  
ห้องนอนมากที่สุด ร้อยละ 30.0 รองลงมาผู้พักรายวันที่พักห้องสตูดิโอ ร้อยละ 27.5 ผู้พักรายวันที่พัก  
ห้อง 2 ห้องนอน ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ สรุปได้ว่าส่วนมากผู้ที่เข้าพักระยะยาว นิยมพักห้องพักแบบ  
1ห้องนอน แต่ผู้ที่เข้าพักระยะสั้นนิยมเข้าพักห้องสตูดิโอ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้พักรายเดือน ที่เลือกเข้า  
พัก แบบ 3 ห้องนอนเพียง 1 คนนั้น เป็นชาวญี่ปุ่น เพศหญิง ช่วงอายุมากกว่า 55 ปี อาชีพธุรกิจ  
ส่วนตัว เป็นผู้พักระยะยาวที่อยู่ในกลุ่มพัก 1เดือน -6 เดือน โดยพักอยู่กับสามีและบุตร รวม บุคคลที่  
พักอาศัยร่วมกัน 4 คนขึ้นไป

ตารางที่ 29 แสดงระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมและแบบห้องที่เลือกเข้าพักอาศัย  
ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

ระยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิส อพาร์ท เมนต์กึ่งโรงแรม	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ					
	รายวัน		รายเดือน		รวม	
	N	%	N	%	N	%
สตูดิโอ	53	31.2	27	15.9	80	47.1
1 ห้องนอน	32	18.8	36	21.2	68	40.0
2 ห้องนอน	9	5.3	12	7.0	21	12.4
3 ห้องนอน	0	0	1	0.6	1	0.6
รวม	94	55.3	76	44.7	170	100

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาจากรยะเวลาที่อาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมพบว่า



มีผู้พักรายวันที่พักห้องสตูดิโอมากที่สุด ร้อยละ 31.2 รองลงมาผู้พักรายวันที่พักห้อง 1 ห้องนอน ร้อยละ 18.8 ผู้พักรายวันที่พักห้อง 2 ห้องนอน ร้อยละ 5.3 ตามลำดับ และพบว่าผู้พักรายเดือนพักห้อง 1 ห้องนอนมากที่สุด ร้อยละ 21.2 รองลงมาผู้พักรายวันที่พักห้องสตูดิโอ ร้อยละ 15.9 ผู้พักรายวันที่พักห้อง 2 ห้องนอน ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ สรุปได้ว่าส่วนมากผู้ที่เข้าพักระยะยาว นิยมพักห้องพักแบบ 1 ห้องนอน แต่ผู้ที่เข้าพักระยะสั้นนิยมเข้าพักห้องสตูดิโอ *ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมิน ซิตี้ไฮเทล* โดยกลุ่มตัวอย่างผู้พักรายเดือน ที่เลือกเข้าพัก แบบ 3 ห้องนอนเพียง 1 คนนั้น เป็นชาวยุโรป เพศชาย ช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี อาชีพพนักงานนักศึกษา เป็นผู้พักระยะสั้นที่อยู่ในกลุ่มพักรายวันโดยพักอยู่กับครอบครัว (บิดา, มารดา, พี่น้อง) บุคคลที่พักอาศัยร่วมกัน 2-3 คน

#### 5.2.1.3.4 เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิส

##### พาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

ตารางที่ 30 แสดงเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิสพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมิน ซิตี้ไฮเทล

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกเข้าพักอาศัยในโครงการ	โรงแรมจัสมิน ซิตี้ไฮเทล	
	N	%
ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง	33	17.8
ทางด้านบริการของพนักงาน	31	16.8
ทางด้านความปลอดภัย	27	14.6
ราคาเหมาะสม	22	11.9
ทางด้านความสะอาด	17	9.2
ชื่อเสียงผู้ประกอบการ	16	8.6
รูปแบบ/ขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องพัก	12	6.5
สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	12	6.5
ใกล้สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน	11	5.9
สภาพแวดล้อมและส่วนกลางที่หลากหลาย	4	2.2

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 เมื่อพิจารณาเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิสพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมแล้ว พบว่าเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเข้ามาพักอาศัยสูงสุดคือ ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทางร้อยละ 17.8 รองลงมาคือ ทางด้านบริการของพนักงานร้อยละ 16.8 ทางด้านความปลอดภัยร้อยละ 14.6 ราคาเหมาะสมร้อยละ 11.9 ทางด้านความสะอาดร้อยละ 9.2 ชื่อเสียงผู้ประกอบการร้อยละ 8.6 รูปแบบ/ขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องพักร้อยละ 6.5 สิ่งอำนวยความสะดวกครบร้อยละ 6.5 ใกล้สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนร้อยละ 5.9

สภาพแวดล้อมและส่วนกลางที่หลากหลายร้อยละ 2.2 ตามลำดับ  
 ตารางที่ 31 แสดงเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่โรงแรม  
 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกเข้าพักอาศัยในโครงการ	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%
ทางด้านบริการของพนักงาน	76	13.3
ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง	72	12.6
ทางด้านความสะดวก	66	11.6
รูปแบบ/ขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องพัก	62	10.9
ราคาเหมาะสม	60	10.5
ทางด้านความปลอดภัย	56	9.8
สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	54	9.5
ใกล้สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน	52	9.1
ชื่อเสียงผู้ประกอบการ	49	8.6
สภาพแวดล้อมและส่วนกลางที่หลากหลาย	24	4.2

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 เมื่อพิจารณาเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาพักอาศัยในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่โรงแรมแล้ว พบว่าเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกเข้ามาพักอาศัยสูงสุดคือ ทางด้านบริการของพนักงาน ร้อยละ 13.3 รองลงมาคือ ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทางร้อยละ 12.6 ทางด้านความสะดวกร้อยละ 11.6 รูปแบบ/ขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องพักร้อยละ 10.9 ราคาเหมาะสมร้อยละ 10.5 ทางด้านความปลอดภัยร้อยละ 9.8 สิ่งอำนวยความสะดวกครบร้อยละ 9.5 ใกล้สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนร้อยละ 9.1 ชื่อเสียงผู้ประกอบการร้อยละ 8.6 สภาพแวดล้อมและส่วนกลางที่หลากหลายร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

5.2.1.3.5 พื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่  
 ตารางที่ 32 แสดงพื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน  
 การวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

พื้นที่กิจกรรมของโครงการ และความถี่ในการใช้งาน พื้นที่	ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์						
	มากกว่า 5 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย ใช้	ค่าเฉลี่ย	
	N	N	N	N	N	N	%
ร้านค้าอื่นๆ (ช้อปปิ้งมอลล์)	30	27	20	3	0	4.05	81
ร้านสะดวกซื้อ	20	32	21	7	0	3.81	76
สระว่ายน้ำ	14	36	23	7	0	3.71	74
ฟิตเนส	18	26	24	12	0	3.63	73
ล็อบบี้ ส่วนพักคอย	10	26	36	8	0	3.48	70
ชาน้ำ สตรีม	7	29	25	19	0	3.30	66
สวนและพื้นที่นั่งเล่นด้านนอก อาคาร	4	22	32	22	0	3.10	62
ห้องประชุม/ห้อง อเนกประสงค์	4	13	28	29	6	2.75	55
ห้องเด็กเล่น	5	5	28	35	7	2.58	52
ที่จอดรถ	4	5	11	38	22	2.14	43

จากตารางที่ 32 เมื่อพิจารณาพื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่แล้ว พบว่า ร้านค้าอื่นๆ ใต้อาคารซึ่งเป็น ช้อปปิ้งมอลล์ของโรงแรมจัสมินซิตี เป็นพื้นที่ที่มีความถี่ในการใช้งานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 81 รองลงมาได้แก่ ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 76 และสระว่ายน้ำ ร้อยละ 74 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงพื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลตพ้อยด์ กรุงเทพฯ

พื้นที่กิจกรรมของโครงการ และความถี่ในการใช้งาน พื้นที่	ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์						ค่าเฉลี่ย	
	มากกว่า 5 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย ใช้			
	N	N	N	N	N	N	%	
ร้านค้าอื่นๆ (ภัตตาคาร คาเฟ่ ร้านนวด)	42	84	37	7	0	3.94	79	
สระว่ายน้ำ	56	59	42	12	1	3.92	78	
ร้านสะดวกซื้อ	33	81	40	15	1	3.76	75	
ลือบบี้ ส่วนพักคอย	43	57	53	17	0	3.74	75	
ฟิตเนส	28	63	60	17	2	3.57	72	
ชาวนา สตรีม	12	59	67	28	4	3.28	66	
สวนและพื้นที่นั่งเล่นด้าน นอกอาคาร	11	38	77	41	3	3.07	62	
ห้องเด็กเล่น	6	25	45	66	28	2.50	50	
ห้องประชุม/ห้อง อเนกประสงค์	7	30	33	69	31	2.49	50	
ที่จอดรถ	3	6	23	78	60	1.90	38	
พื้นที่กีฬาบอลล์ฟ	3	18	8	29	62	1.35	27	

จากตารางที่ 33 เมื่อพิจารณาพื้นที่กิจกรรมของโครงการและความถี่ในการใช้งานพื้นที่แล้วพบว่าร้านค้าอื่นๆใ้อาคารเป็นพื้นที่ที่มีความถี่ในการใช้งานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 79รองลงมาได้แก่ สระว่ายน้ำ ร้อยละ 78 และร้านสะดวกซื้อใ้อาคาร ร้อยละ 75 ตามลำดับ

5.3 วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเม้นต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเม้นต์กึ่งโรงแรม

5.3.1 ศึกษาด้านกายภาพและการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของห้องพักและส่วนกลาง จากพฤติกรรม การอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ


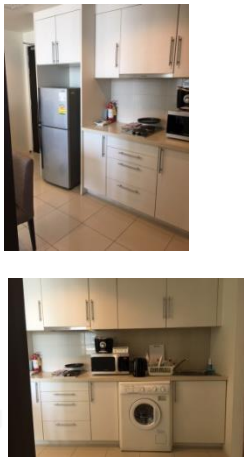
### 5.3.1.1 พฤติกรรมการอยู่อาศัยในห้องพัก


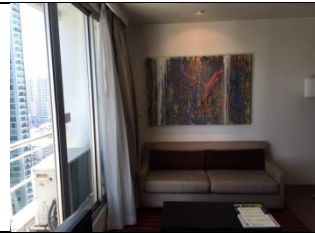


#### 5.3.1.1.1 พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

ตารางที่ 34 แสดงพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

รายการพื้นที่ในแต่ละโครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลตพ้อยต์ กรุงเทพฯ
<b>พื้นที่โถงทางเข้า</b>		
ผู้ร้องเท้า	-	/
รองเท้าเดินในห้องพัก	/	/
รูปภาพพื้นที่โถงทางเข้า		
<b>พื้นที่ส่วนนอน</b>		
เตียงนอน	/	/
โต๊ะหัวเตียง	/	/
คอมไฟหัวเตียงจากผนัง	/	/
นาฬิกา	-	/
รูปภาพพื้นที่ส่วนนอน		

รายการพื้นที่ในแต่ละ โครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลตฟอยด์ กรุงเทพ
<b>พื้นที่ทำงาน</b>		
โต๊ะทำงาน	/	/
ชุดอุปกรณ์เครื่องเขียน	/	/
คอมพิวเตอร์	/	/
ชั้นวางหนังสือ	/	-
คอมพิวเตอร์	/	-
รูปภาพพื้นที่ทำงาน		
<b>พื้นที่แต่งตัว</b>		
โต๊ะเครื่องแป้ง	/	/
ตู้เสื้อผ้า	/	/
ที่วางกระเป๋า	-	-
ตู้เซฟนิรภัย	/	/
รม	-	/
ชุดคลุม 2 ชุด	/	/
เตารีดและโต๊ะรีดผ้า	/	/
ตะกร้า	/	/
<b>พื้นที่เตรียมอาหารและชั้ดรีด</b>		
เครื่องดูดควัน	/	/
เตาไฟฟ้า	/	/
อเนกประสงค์		
อ่างล้างจานและก๊อก น้ำ	/	/
ที่คว่ำจาน	/	/
ไมโครเวฟ	/	/
ตู้เย็น	/	/
หม้อหุงข้าว	/	/
กาต้มน้ำ	/	/
เครื่องปั่นขนมปัง	/	/

เครื่องทำกาแฟ	/	/
รายการพื้นที่ในแต่ละโครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลดพอยต์ กรุงเทพฯ
เครื่องซักผ้า/อบผ้า	/(ทำช่องไว้สำหรับติดตั้งทุกห้อง แต่จะมีในห้อง suite เท่านั้น)	/
ถังขยะ	/	/
ชุดถ้วยชามช้อนส้อมและเครื่องแก้ว	/	/
ชุดมีดทำอาหาร	/	/
ชุดหม้อกระทะ	/	/
ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร	/	/
รูปภาพพื้นที่เตรียมอาหาร		
<b>พื้นที่พักผ่อนหรือพื้นที่รับแขก</b>		
โซฟา	/	/
โต๊ะกลาง	/	/
โต๊ะข้างโซฟา แจกัน	/	/
ชั้นวางโทรทัศน์	/	/
โทรทัศน์	/	/
กล่องดาวเทียม	/	/
เครื่องเล่น DVD	/	/
เครื่องเล่น CD	/	/

รูปภาพพื้นที่พักผ่อนหรือพื้นที่รับแขก		
รายการพื้นที่ในแต่ละโครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ชัมเมอร์เซท เลตฟอยด์ กรุงเทพฯ
<b>พื้นที่ห้องน้ำ</b>		
อ่างล้างหน้า	/	/
อ่างอาบน้ำ	/	/
ระบบทำน้ำร้อนและเย็น	/	/
สุขภัณฑ์	/	/
กระจก	/	/
ชุดอุปกรณ์อาบน้ำ (รวมผ้าขนหนู)	/	/
รูปภาพพื้นที่ห้องน้ำ		
<b>พื้นที่อื่นๆ</b>		
ระเบียง (ดูได้จากรูปผังพื้นที่ห้อง)	-	/(มีบางห้อง)
<b>ระบบสาธารณูปโภค</b>		
ระบบสำรองไฟฟ้า	/	/
โทรศัพท์ทางไกลและข้อความเสียง	/	/
รักษาความปลอดภัยในห้อง	/	/
อินเทอร์เน็ตไร้สาย	/	/
ระบบแจ้งเตือนอัคคีภัย(สปริงเกอร์)	/	/

จากตารางที่ 34 จากการสำรวจพบว่าโครงการจัสมินซิตีไฮเทล ไม่มีโถงทางเข้าและตัววางรองเท้า กล่าวคือ เมื่อเปิดประตูห้องจะเจอห้องน้ำทางขวาและมินิบาร์ทางซ้าย หรือ โต๊ะทำงาน แต่ใน



โครงการซั้มเมอร์เซทเลคพ้อยต์ห้องส่วนมากจะแบ่งโถงทางเข้าและตู้วางรองเท้าไว้บริเวณทางเข้าเกือบทุกประเภท และที่โครงการ จัสมินซิตีไม่มีระเบียง แต่โครงการซั้มเมอร์เซทเลคพ้อยต์ห้องที่มี3ห้องนอนจะมีระเบียงอยู่ด้วย

### 5.3.1.1.2 พื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในห้องพัก

ตารางที่ 35 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

พื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในห้องพัก	ระดับความสำคัญ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	
	N	N	N	N	N	N	%
ส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง)	45	24	11	0	0	4.43	89
ส่วนแต่งตัว (ตู้เสื้อผ้าและโต๊ะเครื่องแป้ง)	38	29	12	1	0	4.30	86
ส่วนทำงาน (โต๊ะทำงาน)	33	33	13	1	0	4.23	85
ส่วนซักรีด (เครื่องซักผ้า)	31	34	15	0	0	4.20	84
ระเบียง	33	30	16	1	0	4.19	84
ส่วนรับประทานอาหาร (ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร)	23	43	13	1	0	4.10	82
ส่วนรับแขก (โต๊ะกลาง โซฟา และโทรทัศน์)	18	44	18	0	0	4.00	80
โถงทางเข้า (ตู้รองเท้า)	18	40	18	4	0	3.90	78

จากตารางที่ 35 เมื่อพิจารณาพื้นที่ที่จำเป็นภายในห้องพักแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือส่วนครัวส่วนแต่งตัวส่วนทำงาน ร้อยละ 89 86 และ 85 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในห้องพักของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม ชัมเมอร์ เซท เลตพ้อยด์ กรุงเทพฯ

พื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายใน ห้องพัก	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	N	N	N	N	N	N	%	
ส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง)	76	76	18	0	0	4.34	87	
ส่วนซักรีด (เครื่องซักผ้า)	60	82	28	0	0	4.18	84	
ส่วนรับแขก (โต๊ะกลาง โซฟา และโทรทัศน์)	51	80	38	1	0	4.06	81	
ส่วนแต่งตัว (ตู้เสื้อผ้าและ โต๊ะเครื่องแป้ง)	50	77	41	2	0	4.02	80	
ส่วนรับประทานอาหาร (ชุด โต๊ะรับประทานอาหาร)	49	76	45	0	0	4.02	80	
ส่วนทำงาน (โต๊ะทำงาน)	46	81	43	0	0	4.01	80	
ระเบียง	49	71	50	0	0	3.99	80	
โถงทางเข้า (ตู้รองเท้า)	58	57	49	5	1	3.97	80	

จากตารางที่ 36 เมื่อพิจารณาพื้นที่ที่จำเป็นภายในห้องพักแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ส่วนครัว ส่วนซักรีดและส่วนรับแขก ร้อยละ 87 84 และ 81 ตามลำดับ

### 5.3.1.2 พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ท่านคิดว่าจำเป็นภายในโครงการ

#### 5.3.1.2.1 พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ(ส่วนกลาง)

ตารางที่ 37 แสดงพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ(ส่วนกลาง)

รายการพื้นที่ในแต่ละโครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิติไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลดพ้อยด์ กรุงเทพ
<b>พื้นที่โถง หรือพื้นที่ต้อนรับ</b>		
เคาน์เตอร์ต้อนรับลูกค้า	/	/
ชุดรับแขกต้อนรับลูกค้า	/	/
ห้องรับรองลูกค้า	/	/
ห้องขายของที่ระลึก	-	/
รูปภาพพื้นที่โถงหรือพื้นที่ต้อนรับ		

รายการพื้นที่ในแต่ละโครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลดพอยด์ กรุงเทพฯ
รูปภาพพื้นที่ทางเดินส่วนกลางและผังทางหนีไฟ		
<b>พื้นที่ห้องอาหาร</b>		
ห้องอาหาร	//(1 แห่ง ไม่มีการวางแผนจะขยายหรือทำเพิ่ม)	//(2 แห่ง 1แห่งเป็นของโครงการ อีก 1 แห่งเป็นผู้เช่าจากภายนอก)
ลอบบี้แลนจ์	/	/
รูปภาพพื้นที่ห้องอาหาร		
<b>พื้นที่สวน น้ำพุ หรือพื้นที่สีเขียว</b>		
สวนหย่อม	//(ชั้น 2 ร่วมกับสระว่ายน้ำ)	//(ชั้น 1 ทางเดินเชื่อมตึกAและตึกB)
ลานน้ำพุ	/	-

รายการพื้นที่ในแต่ ละโครงการกลุ่ม ตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลดพ้อยด์ กรุงเทพฯ
รูปภาพสวน น้ำพุ หรือพื้นที่สีเขียว		
<b>พื้นที่ออกกำลังกาย</b>		
สระว่ายน้ำและเตียง อาบแดด	/	/
ชาวน่า	/	/
เครื่องออกกำลังกาย	/	/
พื้นที่พัตกอล์ฟ	-	/
รูปภาพพื้นที่ออก กำลังกาย		
<b>พื้นที่อื่นๆ</b>		
ลานจอดรถ	/	/
ร้านสะดวกซื้อได้ อาคาร	/(Shopping Mall,ในบริเวณมี เซเว่น)	/(LAWSON)
ร้านค้าใต้อาคาร	/(Shopping Mall ร้านอาหารกว่า 20 ร้าน boots ร้านกาแฟสตาร์บัค และธนาคารกรุงศรีอยุธยา)	/(ร้านนวด ร้านกาแฟ)
สนามเด็กเล่น	-	-
ห้องเด็กเล่น	/	/
ห้องประชุมหรือห้อง อเนกประสงค์	/	/

รายการพื้นที่ในแต่ละโครงการกลุ่มตัวอย่าง	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพ
รูปภาพพื้นที่อื่นๆ	 	

จากตารางที่ 37 จากการสำรวจพบว่าโครงการจัสมินซิตีไฮเทลไม่มีห้องขายของที่ระลึก ไม่มีพื้นที่พัตกอล์ฟ แต่ด้วยพื้นที่ด้านล่างอาคารของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ได้จัดทำโครงการแบบมิกซ์ยูส (ส่วนห้องพัก อาคารสำนักงาน และ shopping mall) ด้านล่างอาคารจัดเป็นส่วนของ shopping mall และพื้นที่ตั้งอยู่ในจุดที่ใกล้รถไฟฟ้ามากกว่าจึงเป็นจุดแข็งทำให้โรงแรมจัสมินซิตีมีอัตราผู้เข้าพักของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ต่อโรงแรม มากกว่าโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยด์กรุงเทพ

ตารางที่ 38 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมิน ซิตี้ไฮเทล

พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในโครงการ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	N	N	N	N	N	N	%	
รถรับส่งไปสถานีรถไฟ	22	40	18	0	0	4.05	81	
ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร	25	38	12	5	0	4.03	81	
ฟิตเนส	25	35	17	3	0	4.03	81	
ที่จอดรถ	24	33	23	0	0	4.01	80	
ลิฟต์	24	35	18	3	0	4.00	80	
ห้องประชุมหรือห้องเอนกประสงค์	18	43	17	2	0	3.96	79	
สนามเด็กเล่น	19	40	19	2	0	3.95	79	
ชานา/สตรีม	21	35	21	3	0	3.92	79	
อินเทอร์เน็ตส่วนกลาง	18	36	24	2	0	3.87	78	
สระว่ายน้ำ	17	38	23	2	0	3.87	78	
สวนและพื้นที่นั่งพักผ่อนนอกในอาคาร	11	49	18	2	0	3.86	77	
พื้นที่กีฬาบอล	15	36	26	3	0	3.78	76	
ทางเท้าที่สะดวก (ทางเชื่อมตึกทางออก)	10	34	27	9	0	3.56	71	

จากตารางที่ 38 เมื่อพิจารณาพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่คิดว่าจำเป็นในโครงการแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่าง คิดว่าพื้นที่ที่จำเป็นมากที่สุดคือ รถรับส่งไปสถานีรถไฟ รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร และ ฟิตเนส ร้อยละ 81 โดยมีความพิเศษเนื่องจากโครงการตั้งอยู่ในพื้นที่สุขุมวิท ที่มีชาวต่างชาติญี่ปุ่นที่นิยมการเล่นกีฬาบอลพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ระดับความสำคัญมากกับพื้นที่กีฬาบอลนั้นส่วนมากเป็นคนที่ตอบแบบสอบถามโดยภาษาญี่ปุ่นสอดคล้องกับแบบสอบถามของโครงการซัมเมอร์เซฟตี้

ตารางที่ 39 แสดงพื้นที่ที่คิดว่าจำเป็นภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม  
ซัมเมอร์เซท เลดพอยด์ กรุงเทพฯ

พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	N	N	N	N	N	N	%	
สนามเด็กเล่น	37	69	59	4	1	4.22	85	
รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า	37	86	46	1	0	3.93	79	
ที่จอดรถ	31	87	50	1	1	3.85	77	
พิตเนส	30	87	49	4	0	3.84	77	
ชาน้ำ/สตรีม	36	74	56	3	1	3.82	77	
ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร	30	80	58	2	0	3.81	76	
ห้องประชุมหรือห้อง อเนกประสงค์	32	77	58	3	0	3.81	76	
สวนและพื้นที่นั่งประชุมนอก/ใน อาคาร	35	72	58	5	0	3.80	76	
อินเทอร์เน็ตส่วนกลาง	25	85	58	2	0	3.78	76	
สระว่ายน้ำ	22	92	53	3	0	3.78	76	
ลิอบบี้	32	66	66	6	0	3.72	75	
พื้นที่กีฬาออลฟ	27	70	52	16	5	3.57	72	
ทางเท้าที่สะดวก (ทางเชื่อมตึก ทางออก)	8	63	80	19	0	3.36	67	

จากตารางที่ 39 เมื่อพิจารณาพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่คิดว่าจำเป็นในโครงการแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่าง คิดว่าพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นมากที่สุดคือ สนามเด็กเล่น รองลงมาคือ รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า ร้อยละ 85 และ 79



5.4 วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

5.4.1 วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขจากแบบสอบถามผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ

#### 5.4.1.1 ความพึงพอใจต่อโครงการที่พักอาศัย

##### 5.4.1.1.1 ประสบการณ์การใช้ห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่ง

โรงแรม

ตารางที่ 40 แสดงประสบการณ์การใช้ห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประสบการณ์การใช้ห้องพักแบบ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล		โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%	N	%
ชอบ	80	100	168	98.8
ไม่ชอบ	0	0	2	1.2
รวม	80	100	170	100

จากตารางที่ 40 แสดงประสบการณ์การใช้ห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมซึ่งพิจารณาได้ว่าโรงแรม จัสมินซิตี ไฮเทล 100% ของผู้เข้าพัก ชอบห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ซึ่งมีเครื่องใช้ อุปกรณ์ในห้องพักครบครัน และขนาดของห้องที่กว้างขวางพอเหมาะ พร้อมทั้งการบริการของพนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการที่เทียบเท่าโรงแรม

ประสบการณ์การใช้ห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมซึ่งพิจารณาได้ว่า โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพ้อยท์ กรุงเทพฯ ร้อยละ 98.8 ของผู้เข้าพัก ชอบห้องพักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ซึ่งมีเครื่องใช้ อุปกรณ์ในห้องพักครบครัน และขนาดของห้องที่กว้างขวางพอเหมาะ พร้อมทั้งการบริการของพนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการที่เทียบเท่าโรงแรมเช่นกัน

#### 5.4.1.1.2 ความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ

ตารางที่ 41 แสดงความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในโครงการ	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	N	N	N	N	N	N	%	
รูปแบบและคุณภาพของห้อง	29	44	7	0	0	4.27	86	
ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์	30	38	12	0	0	4.22	85	
การบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ	25	46	9	0	0	4.20	84	
คุณภาพของอาคารและการก่อสร้าง	27	39	14	0	0	4.16	83	
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ	24	42	14	0	0	4.12	83	
ความปลอดภัยในโครงการ	25	40	15	0	0	4.12	83	
สภาพแวดล้อมภายในโครงการ	22	42	16	0	0	4.07	82	
พื้นที่ส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ที่จอดรถ	21	46	13	0	0	4.10	82	
ที่ตั้งโครงการสะดวกต่อการเดินทาง	20	41	19	0	0	4.01	80	

จากตารางที่ 41 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจรูปแบบและคุณภาพของห้องมากที่สุด รองลงมาคือ ระบบสาธารณูปโภค และการบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ ร้อยละ 86 85 และ 84 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลตพ้อยด์ กรุงเทพฯ

พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	ระดับความพึงพอใจ						ค่าเฉลี่ย	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	N	%	
	N	N	N	N	N	N	%	
รูปแบบและคุณภาพของห้อง	59	68	40	3	0	4.07	82	
การบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ	42	67	53	5	3	4.05	81	
คุณภาพของอาคารและการก่อสร้าง	39	77	50	4	0	3.88	78	
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ	39	74	55	2	0	3.88	78	
พื้นที่ส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ที่จอดรถ	35	77	55	2	1	3.84	77	
ความปลอดภัยในโครงการ	39	68	60	3	0	3.82	76	
ที่ตั้งโครงการสะดวกต่อการเดินทาง	33	75	58	4	0	3.80	76	
สภาพแวดล้อมภายในโครงการ	25	86	53	6	0	3.76	75	
ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์	32	81	45	9	3	3.76	75	

จากตารางที่ 42 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ รูปแบบและคุณภาพของห้องมากที่สุด รองลงมาคือ การบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการร้อยละ 82 และ 81 ตามลำดับ

#### 5.4.1.1.3 ปัญหาภายในโครงการ

ตารางที่ 43 แสดงปัญหาภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล

ปัญหาภายในโครงการ	โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล	
	N	%
ราคาสูงเกินไป	37	54.4
เสียงดังรบกวน	16	23.5
พื้นที่ส่วนกลางไม่ครอบคลุม เช่น ไม่มีพื้นที่กีฬา กอล์ฟ ไม่มีพื้นที่สนามเด็กเล่น	7	10.3
การบริการของพนักงาน	3	4.4
ระบบสาธารณูปโภค	2	2.9
การเข้าถึงโครงการไม่สะดวก	2	2.9

การบำรุงรักษาอาคารและสิ่งแวดล้อมภายในโครงการ	1	1.5
อื่นๆ	0	0
รวม	68	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณาจากปัญหาแล้ว พบว่า ปัญหาเรื่องราคาเป็นปัญหาสูงสุด ร้อยละ 54.4 และปัญหารองลงมาคือเสียงดังรบกวน ร้อยละ 23.5

ตารางที่ 44 แสดงปัญหาภายในโครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ

ปัญหาภายในโครงการ	โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ	
	N	%
ราคาสูงเกินไป	67	38.1
เสียงดังรบกวน	45	25.6
ระบบสาธารณูปโภค	24	13.6
พื้นที่ส่วนกลางไม่ครอบคลุม เช่น ไม่มีพื้นที่สีเขียวหรือสนามเด็กเล่น	14	8.0
การบำรุงรักษาอาคารและสิ่งแวดล้อมภายในโครงการ	12	6.8
การบริการของพนักงาน	11	6.3
การเข้าถึงโครงการไม่สะดวก	3	1.7
อื่นๆ	0	0
รวม	176	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 44 เมื่อพิจารณาจากปัญหาแล้ว พบว่า ปัญหาเรื่องราคาเป็นปัญหาสูงสุด ร้อยละ 38.1 และปัญหารองลงมาคือเสียงดังรบกวน ร้อยละ 25.6

## 5.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### 5.5.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

**สามารถสรุปได้ว่า** โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทลกลุ่มตัวอย่างใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อสารมากที่สุด โครงการซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กลุ่มตัวอย่างใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตีเป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 51.25 และ 48.75 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เพศชายจะมีอายุอยู่ที่ช่วง 26-35 ปี กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ที่ช่วง 36-45 ปี

โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 43.5 และ 56.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เพศชายจะมีอายุอยู่ที่ช่วง 46-55 ปี กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ที่ช่วง 36-45 ปี ทัศนศึกษาทั้งสองที่มีความใกล้เคียงกันคือ กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพส่วนใหญ่คือ เป็นพนักงานในบริษัทเอกชนในละแวกใกล้เคียงโดยมีรายได้ครอบครัวต่อเดือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย) 100,001-150,000 บาท โดยมีสภาพการอยู่อาศัย แบบมีจำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัยร่วมด้วย 2-3 คน และส่วนมากอยู่กับคู่สมรสแบบไม่มีบุตร และใช้การเดินทางโดยรถไฟฟ้าเป็นหลักทั้งในวันทำงานและในวันหยุด

#### 5.5.2 ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

สามารถสรุปได้ว่า ส่วนมากผู้ที่เข้าพักในโรงแรมจะทราบว่าโครงการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม โดย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะเข้าพักในรูปแบบการเข้าพักอาศัยระยะยาว(รายเดือน) คือร้อยละ 64 จากกลุ่มตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตี มากกว่าโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเข้าพักอาศัยเป็นแบบระยะสั้น(รายวัน)ร้อยละ 55 จากกลุ่มตัวอย่างโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์ โดยทั้งสองกรณีศึกษาที่มีความคล้ายคลึงกันคือ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักอาศัยแบบระยะสั้น(รายวัน)นั้นส่วนมากพักห้องแบบสตูดิโอ และผู้พักระยะยาว(รายเดือน) ส่วนมากพักห้องพักแบบ 1 ห้องนอน โดยเหตุผลที่เลือกเข้ามาพักอาศัยนั้น กลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ส่วนมากตอบว่า ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง รองลงมาคือด้านการบริการของพนักงาน และ ทางด้านความปลอดภัย สองอันดับแรกคล้ายคลึงกับ กรณีศึกษาที่สองคือ โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากตอบว่า ทางด้านการบริการของพนักงาน และรองลงมาคือ ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการเดินทางที่สะดวกที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบว่าใช้รถไฟฟ้าเดินทางมากที่สุด และสรุปได้อีกว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกรณีศึกษา ผู้เข้าพักกลุ่มตัวอย่างใช้พื้นที่ร้านค้าทางด้านล่างของตึกเป็นประจำมากที่สุด

ในส่วนของคุณภาพ ทางโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล มีบุคลากรทั้งหมด 130 คนและโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์มีบุคลากรทั้งหมด 107 คน เปรียบเทียบกับการบริการแม่บ้านต่อหนึ่งห้องพัก เท่ากับ 0.62 และ 0.30 คนต่อหนึ่งห้องพัก ตามลำดับ โดยมีกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นทั้งผู้ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยและนักท่องเที่ยว คิดเป็นชาวญี่ปุ่นร้อยละ 60-90

5.5.3 วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ ของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

โรงแรม จัสมิน ซิตี้ โฮเทล	โรงแรม ซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ
 <p><b>Deluxe Studio (40 sq.m)</b></p> 	 <p><b>Studio Deluxe (52 sq.m)</b></p> 
 <p><b>Deluxe Studio (40 sq.m)</b></p> 	 <p><b>Studio Deluxe (52 sq.m)</b></p> 



สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ให้ความสำคัญกับส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง) และ ส่วนแต่งตัว (ตู้เสื้อผ้าและโต๊ะเครื่องแป้ง) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยต์ กรุงเทพฯ ที่ให้ความสำคัญกับ ส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ส่วนซักรีด และ ส่วนรับแขก โดยพื้นที่ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดของโรงแรมจัสมินซิตีคือ รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้พื้นที่กิจกรรมในขอบเขตการศึกษา ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ค้นพบไว้ว่าผู้เข้าพักชอบที่จะให้มีร้านค้าสะดวกซื้อและร้านค้าอื่น ๆ ด้านล่างของตึกเพื่อความสะดวกสบาย และพื้นที่ที่ให้ความสำคัญมาก

ที่สุดของโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยต์คือ สนามเด็กเล่น รองลงมาคือรถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า

#### 5.5.4 วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม

สามารถสรุปได้ว่าผู้เข้าพักส่วนใหญ่ของทั้งสองกรณีศึกษาชอบที่จะเข้าพักในเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก(ระดับที่4 จาก 5 ระดับจากน้อยไปมาก)โดยกลุ่มตัวอย่างโครงการโรงแรมจัสมินซิตี ได้ให้ความพึงพอใจสูงสุดกับรูปแบบและคุณภาพของห้องพัก รองลงมาคือ ระบบสาธารณูปโภคและกลุ่มตัวอย่างโครงการซัมเมอร์เซทเลคพอยต์ ได้ให้ความพึงพอใจสูงสุดกับ รูปแบบและคุณภาพห้องเช่นกัน รองลงมาคือ การบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ ซึ่งหมายความว่าอาคารคณิศรพนักงานของโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยต์ไม่ได้มีส่วนทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดน้อยลง โดยส่วนใหญ่ปัญหาของทั้งโครงการกลุ่มตัวอย่างที่พบคือ ราคาที่สูงเกินไป และการมีเสียงดังรบกวนทั้งในที่สาธารณะและในที่ส่วนบุคคล



## บทที่ 6

## อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เข้าพักอาศัยในโครงการกรณีศึกษา เขตสุขุมวิท ทั้งแบบพักอาศัยระยะสั้นและพักอาศัยระยะยาวในแต่ละโครงการ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 252 ชุด และการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และพนักงานในโครงการ ทั้งหมด 6 คน รวมทั้งการศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนานำไปสู่การสรุปเนื้อหาและผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

## 6.1 สรุปผลการศึกษา

## 6.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้แสดงในบทที่ 5 นั้น สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผล แนวทางการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมจัสมินซิตี โฮเทล และ โรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการศึกษาที่ศึกษา เพื่อให้ได้แนวทางดังนี้

วัตถุประสงค์	ขอบเขตด้านเนื้อหา
ศึกษาการปรับเปลี่ยนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ไปสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ศึกษาการปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจจากข้อมูลทั่วไป , ข้อมูลสภาพการอยู่อาศัย และบทสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ
ศึกษาการบริหารจัดการของธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ศึกษาการบริหารจากพฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ
วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของห้องพัก และส่วนกลาง เมื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	ศึกษากายภาพของห้องพักและการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของห้องพักและส่วนกลาง จากพฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัย บท

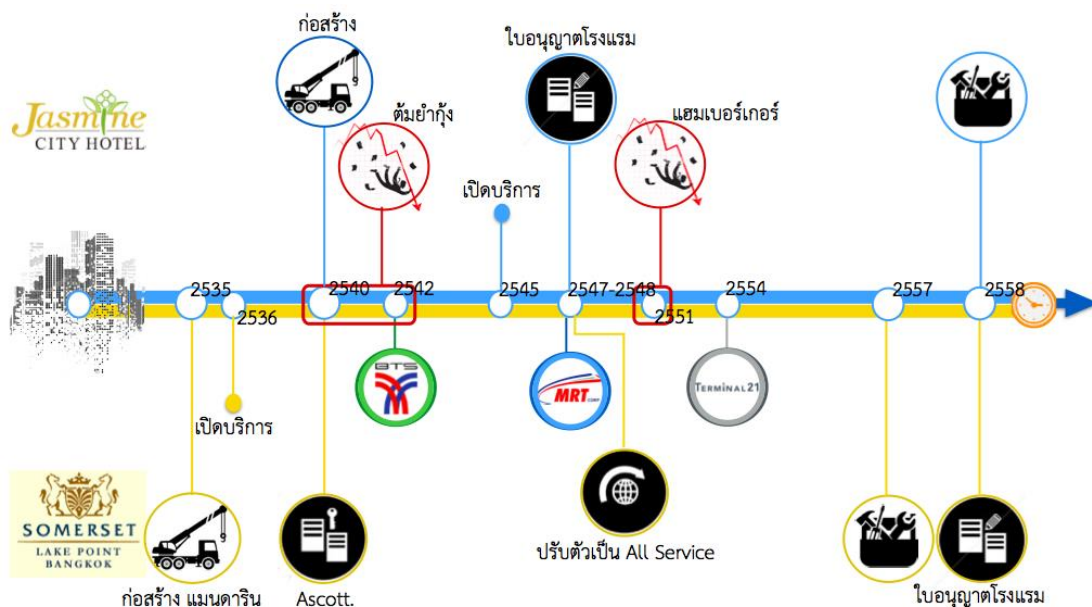
	สัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงาน ในโครงการ
วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการ แก้ไขของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนเป็น ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม	วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไข จากแบบสอบถามผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ

## 6.1 สรุปผลการศึกษา

6.1.1 ศึกษาการปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจจากข้อมูลทั่วไป ,ข้อมูลสภาพการ  
อยู่อาศัย และบทสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ

**สามารถสรุปได้ว่า** โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทคกลุ่มตัวอย่างใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อสารมากที่สุด  
และโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารมากที่สุด จึงวิเคราะห์ได้ว่าการ  
ปรับเปลี่ยนของทั้งสองโครงการนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน โดย จาก  
วัฒนธรรมที่แตกต่างนี้ นำไปสู่การบริหารส่วนอาคารในการเข้าพักอาศัยที่แตกต่างกันด้วย กลุ่ม  
ตัวอย่างโรงแรมจัสมินซิตี เป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 51.25 และ 48.75 ตามลำดับ โดยส่วน  
ใหญ่เพศชายจะมีอายุอยู่ที่ช่วง 26-35 ปี กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ที่ช่วง 36-45 ปี  
โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์กรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 43.5 และ 56.5  
ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เพศชายจะมีอายุอยู่ที่ช่วง 46-55 ปีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ที่  
ช่วง 36-45 ปีกรณีศึกษาทั้งสองที่มีความใกล้เคียงกันคือ กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา  
ตรี โดยมีอาชีพส่วนใหญ่คือ เป็นพนักงานในบริษัทเอกชนในละแวกใกล้เคียงโดยมีรายได้ครบครันต่อ  
เดือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย) 100,001-150,000 บาท โดยมีสภาพการอยู่อาศัย แบบมีจำนวนสมาชิกที่อยู่  
อาศัยร่วมด้วย 2-3 คน และส่วนมากอยู่กับคู่สมรสแบบไม่มีบุตร และใช้การเดินทางโดยรถไฟฟ้าเป็น  
หลักทั้งในวันทำงานและในวันหยุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการเช่าอยู่อาศัย เรื่องความสัม  
พันธ์กับแหล่งงานและการเช่าอยู่อาศัย จากการศึกษาของ เซอร์แมน และ เบนจามิน (1992 ใน  
Emily N. Ziet, 2003) พบว่าการจราจรและการเดินทางไปทำงานมีผลต่อการเช่าอยู่อาศัย และ  
สอดคล้องกับงานวิจัยของ ต่อดักดิ์ มีสุข(2547)ที่พบว่าเมื่อทำเลเปลี่ยน ความต้องการก็เปลี่ยนไปด้วย  
เมื่อมีระบบขนส่งมวลชนเข้ามาในทำเลที่ตั้งธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ภาพที่ 19 แสดงช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงของกรณีศึกษาจนถึงปัจจุบัน



โดยบทสรุปจากผู้บริหารของจัสมินซิตีโฮเทลก็ได้กล่าวไว้ว่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์กึ่งโรงแรมมีแนวโน้มในอนาคตที่น่าสนใจและเป็นตลาดที่มีผู้เข้ามาสร้างโครงการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเมื่อเทียบกับจำนวนชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อยๆ และชาวต่างชาติจำนวนมากที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอีกทั้งยังดูได้จากโครงการที่มีชาวญี่ปุ่นอยู่พักเป็นส่วนมากถึงร้อยละ 90 และมีอัตราการเข้าพักสูงถึงร้อยละ 95-100 ตลอดทั้งปี จึงสรุปได้ว่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์กึ่งโรงแรมมีการปรับตัวเป็นกึ่งโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพราะว่าเป็นพื้นที่ที่มีการสัญจรสะดวกสำหรับทั้งคนทำงานชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ซึ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์และโรงแรมนั้นเปรียบเทียบเหมือนสินค้าที่ทดแทนกันได้นั้นเอง ผู้วิจัยจึงแบ่งอภิปรายผลแบบย่อไว้ 4 หัวข้อดังนี้

- 1) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ซึ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์และโรงแรมนั้นเปรียบเทียบเหมือนสินค้าที่ทดแทนกันได้
- 2) สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเช่าอยู่อาศัย เรื่องความสัมพันธ์แหล่งงานและการเช่าอยู่อาศัย เซอร์แมนและเบนจามิน(1992) การจราจรและการเดินทางไปทำงานมีผลต่อการเช่าอยู่อาศัย
- 3) ผู้บริหาร สรุปว่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์กึ่งโรงแรมมีแนวโน้มในอนาคตที่น่าสนใจและเป็นตลาดที่มีทั้งอุปทานและอุปสงค์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

4) การปรับตัวจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม พบว่าทำให้  
**สัดส่วนการเข้าพักและรายได้เพิ่มขึ้นได้จริง เพราะมีฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น**

6.1.2 ศึกษาการบริหารจากพฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงาน  
 ในโครงการ

สามารถสรุปได้ว่า ส่วนมากผู้ที่เข้าพักในโรงแรมจะทราบว่าโครงการเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์  
 กึ่งโรงแรม โดย โรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะเข้าพักในรูปแบบการเข้าพักอาศัย  
 ระยะยาว(รายเดือน) มากกว่าโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยท์กรุงเทพฯที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเข้าพัก  
 อาศัยเป็นแบบระยะสั้น(รายวัน) โดยทั้งสองกรณีศึกษามีความคล้ายคลึงกันคือ กลุ่มตัวอย่างที่พักร  
 อาศัยแบบระยะสั้น(รายวัน)นั้นส่วนมากพักห้องแบบสตูดิโอ และผู้พักระยะยาว(รายเดือน) ส่วนมาก  
 พักห้องพักแบบ 1 ห้องนอน โดยเหตุผลที่เลือกเข้ามาพักอาศัยนั้น กลุ่มตัวอย่างของโรงแรมจัสมินซิตี  
 ไฮเทล ส่วนมากตอบว่า ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง รองลงมาคือด้านการบริการ และ  
 ทางด้านความปลอดภัย สองอันดับแรกคล้ายคลึงกับ กรณีศึกษาที่สองคือ โรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ  
 อยท์กรุงเทพฯ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากตอบว่า ทางด้านการบริการ และรองลงมาคือ ทางด้านความ  
 สะดวกสบายในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการเดินทางที่สะดวกที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบว่าใช้รถไฟฟ้า  
 เดินทางมากที่สุด และสรุปได้ยิ่งกว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกรณีศึกษา ผู้เข้าพักใช้พื้นที่ร้านค้าทางด้านล่าง  
 ของตึกเป็นประจำมากที่สุด จึงสรุปได้ว่าผู้เข้าพักชอบที่จะให้มีร้านค้าสะดวกซื้อและร้านค้าอื่นๆ  
 ด้านล่างของตึกเพื่อความสะดวกสบาย จึงเป็นข้อค้นพบได้ว่าผู้เข้าพักชอบที่จะให้มีร้านค้าสะดวกซื้อ  
 และร้านค้าอื่นๆด้านล่างของตึกเพื่อความสะดวกสบาย \*สอดคล้องกับ สุชาติ(2550) ที่พบว่าผู้เข้า  
 ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความพึงพอใจในการอยู่อาศัยและทำให้เกิดการเช่าต่อไป  
 จากการแจกแบบสอบถามนี้ ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ตามแนวคิดการจัดการด้านการตลาด เกี่ยวกับ  
 กระบวนการและพฤติกรรมการณ์การซื้อของของลูกค้า ทำให้โครงการในอนาคตวางกลยุทธ์ช่องทางการจัด  
 จำหน่ายให้ลูกค้าเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมได้ถูกต้อง จากข้อค้นพบ \*สอดคล้องกับ ภูวิชัย(2545)  
 ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าคือทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย \*ขัดแย้ง  
 กับ ธีรวิทย์(2552) เกี่ยวกับโรงแรมท้องถิ่น พัทยา ที่สรุปไว้ว่า ด้านการมีชื่อเสียงของโรงแรมเป็นสิ่ง  
 สำคัญจากกลยุทธ์การตลาด ซึ่งชื่อเสียงของผู้ประกอบการเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นในงานวิจัยชิ้นนี้  
 จึงพบได้ว่า แต่ละทำเลพื้นที่กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกพักแตกต่างกัน ดังนั้นกลยุทธ์  
 การตลาดของโรงแรมนั้นอาจใช้ไม่ได้กับเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม  
 จากข้อมูลพื้นฐานของโครงการกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสองโครงการได้มีความแตกต่างกันอย่างมากในส่วน  
 ของสัดส่วนบุคลากรต่อห้องพัก จากการสอบถามและวิเคราะห์ สรุปได้ว่าเนื่องจากนโยบายทางบริษัท

ของโรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพ้อยด์กรุงเทพฯ ได้ปลดพนักงานออกกึ่งหนึ่งเพื่อลดค่าใช้จ่าย และทางโรงแรมจัสมินซิตีได้มีพนักงานที่ทำอยู่ในส่วนของจัสมินกรู๊ป(ทำทั้ง 3 โครงการของจัสมินกรู๊ป คือ จัสมินซิตีสุขุมวิท 23, จัสมินริสอร์ทพระโขนงและ จัสมินแกรนด์เรสซิเดนซ์ พระรามที่4) และมีบางส่วนรับผิดชอบงานในส่วนตึกขอปิ้งมอลล์อีกด้วย การบริหารบุคลากรนั้น ทางโรงแรมจัสมินซิตีจึงมีศักยภาพในการดูแลได้อย่างทั่วถึงมากกว่าโรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพ้อยด์ เช่น หน่วยรักษาความปลอดภัยของโรงแรมจัสมินซิตีเดินสำรวจตลอดทั้งภายในและภายนอกอาคาร เนื่องจากโรงแรมจัสมินซิตีอยู่ในพื้นที่ติดถนนใหญ่ และมีสวนพื้นที่ส่วนบุคคลที่ทำเป็นขอปิ้งมอลล์ ทำให้มีผู้คนหลากหลายพลุกพล่าน ต่างจากโรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพ้อยด์ที่อยู่ด้านใน มีหน่วยรักษาความปลอดภัยน้อยกว่าโรงแรมจัสมินซิตี และในส่วนของแม่บ้านนั้น ทางโรงแรมจัสมินซิตีได้แบ่งแม่บ้านทำความสะอาดห้องทุกวัน และเปลี่ยนผ้าปูที่นอนอาทิตย์ละ 2 วัน สำหรับผู้พักรายเดือน และทำความสะอาดห้องและเปลี่ยนผ้าปูที่นอนทุกวันสำหรับลูกค้ารายวัน ในส่วนของโรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพ้อยด์จากการสอบถามพบว่าแม่บ้านทำความสะอาดทุกวันและเปลี่ยนผ้าปูที่นอนอาทิตย์ละ 2 วัน แต่จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าพักอาศัยจริงที่โรงแรมซัมเมอร์เซตเลคพ้อยด์ภายใน 1 อาทิตย์ แม่บ้านได้เข้ามาทำความสะอาดทุกวันแต่ไม่ได้มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนแต่อย่างใด จากการสอบถามแม่บ้านพบว่าทำงานแบ่งกันตามชั้นคล้ายกับโรงแรมจัสมินซิตี เข้างานและออกงานตามเวลา และไม่ได้รู้สึกทำงานหนักแต่อย่างใด ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าอาจเป็นการลดค่าใช้จ่ายที่ทางโครงการกลุ่มตัวอย่างได้วิเคราะห์มาอย่างดีแล้ว ผู้วิจัยจึงแบ่งอภิปรายผลแบบย่อไว้ 4 หัวข้อดังนี้

- 1) การบริการและพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความคล้ายคลึงกับโรงแรมเป็นอย่างมาก และเหตุผลที่ลูกค้าเข้าพักคือ **ความสะดวกในการเดินทางและการบริการ**
- 2) การบริหารขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน
- 3) เฉลี่ยสัดส่วนบุคลากรต่อห้องพัก อยู่ที่ 0.6 2 คนและ 0.30 คน ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่ใช้บุคลากรน้อย ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรลดลง เมื่อเทียบกับโรงแรมระดับสูงที่มีค่าเฉลี่ยบุคลากรต่อห้องพักที่ประมาณ 1-3 คน (ณัชธัญย์ ,2557) เนื่องจากใช้ช่างซ่อมบำรุงและแม่บ้านแตกต่างกัน
- 4) แผนกขายหรือเซลล์เดินทางติดต่อกับบริษัทหรือโรงงานเพื่อเสนอขาย **ทางบริษัทหรือโรงงานเป็นผู้เลือกที่พักสำหรับลูกค้าคอร์ปอเรท รวมถึงซัพพอร์ตเรื่องค่าที่พัก**

6.1.3 วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของห้องพักจากพฤติกรรมการอยู่อาศัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และบทสัมภาษณ์พนักงานในโครงการ

สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ให้ความสำคัญกับส่วน

ครัว (เตาและอ่างล้าง) และ ส่วนแต่งตัว (ตู้เสื้อผ้าและโต๊ะเครื่องแป้ง) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างของโรงแรมซัมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ ที่ให้ความสำคัญกับ ส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ส่วนซักรีด และ ส่วนรับแขก โดยพื้นที่ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดของ โรงแรมจัสมินซิตีคือ รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้ารองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร ซึ่งสอดคล้องกับ พฤติกรรมการใช้พื้นที่กิจกรรมในขอบเขตการศึกษา ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ค้นพบว่าผู้เข้าพักชอบที่จะให้มีร้านค้าสะดวกซื้อและร้านค้าอื่นๆ ด้านล่างของตึกเพื่อความสะดวกสบาย และพื้นที่ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดของโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยด์คือ สนามเด็กเล่น รองลงมาคือรถรับส่งไป สถานีรถไฟฟ้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนายภูวิชย์ เอี่ยมพึงพร(2545) ที่สรุปไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าคือทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวกการรักษาความปลอดภัย และยังมีปัจจัยอื่นๆอีก เช่น สภาพแวดล้อมของธรรมชาติ สภาพสังคมชุมชน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอีกด้วย

จากการสำรวจพบว่าโครงการจัสมินซิตีไฮเทลไม่มีห้องขายของที่ระลึก ไม่มีพื้นที่พัตกอล์ฟ แต่ด้วยพื้นที่ด้านล่างอาคารของโรงแรมจัสมินซิตีไฮเทล ได้จัดทำโครงการแบบมิกซ์ยูส (ส่วนห้องพัก อาคารสำนักงาน และ shopping mall) ด้านล่างอาคารจัดเป็นส่วนของ shopping mall และพื้นที่ตั้งอยู่ในจุดที่ใกล้รถไฟฟ้ามากกว่าจึงเป็นจุดแข็งทำให้โรงแรมจัสมินซิตีมีอัตราผู้เข้าพักของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ต่อโรงแรม มากกว่าโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพอยด์กรุงเทพฯ พื้นที่ที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการจัสมินซิตีคิดว่าจำเป็นสูงสุดภายในโครงการคือ รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า และพื้นที่ที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการซัมเมอร์เซทเลคพอยด์คิดว่าจำเป็นที่สุดคือ สนามเด็กเล่น จากการสอบถามพบว่า ผู้เข้าพักในโครงการจัสมินซิตีคิดว่าพวกเขาควรมีรถรับส่งเนื่องจากทางโครงการไม่มีรถรับส่งใดๆให้กับผู้เข้าพักเลย ส่วนทางโครงการซัมเมอร์เซทเลคพอยด์จากการสอบถามจากพนักงานพบว่า พวกเขาอาจจะคาดว่าพื้นที่สนามเด็กเล่นอาจเป็นพื้นที่สีเขียวที่กว้างขวางเป็นพื้นที่พักผ่อนให้พวกเขาได้ เนื่องจากโครงการอยู่ในซอยลึก 600 เมตร ผู้วิจัยจึงแบ่งอภิปรายผลแบบย่อไว้ 4 หัวข้อดังนี้

- 1) พื้นที่ที่ผู้เข้าพักใช้ทำกิจกรรมสูงสุดคือ **ร้านค้า และร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร**
- 2) พื้นที่ที่ผู้เข้าพักใช้ทำกิจกรรมสูงรองลงมาคือ **สระว่ายน้ำ ล็อบบี้ และฟิตเนส**
- 3) ส่วนมากผู้เข้าพักพึงพอใจรูปแบบและคุณภาพของห้องที่พักอยู่แล้ว ผู้ที่พักรายวัน ส่วนมากพักห้องแบบสตูดิโอ ผู้ที่พักรายเดือนส่วนมากพักห้องแบบหนึ่งห้องนอน
- 4) พื้นที่ที่ผู้เข้าพักส่วนมากคิดว่าจำเป็นภายในห้องพักสูงสุดคือ **ส่วนครัว(เตาและอ่างล้าง)**

#### 6.1.4 วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขจากแบบสอบถามผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ

สามารถสรุปได้ว่าผู้เข้าพักส่วนใหญ่ของทั้งสองกรณีศึกษาชอบที่จะเข้าพักในเซอร์วิสอพาร์ท

เมนด์กึ่งโรงแรม และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก(ระดับที่4 จาก 5 ระดับจากน้อยไปมาก)โดยกลุ่มตัวอย่างโครงการโรงแรมจัสมินซิตี ได้ให้ความพึงพอใจสูงสุดกับรูปแบบและคุณภาพของห้องพัก รองลงมาคือ ระบบสาธารณูปโภคและกลุ่มตัวอย่างโครงการซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์ ได้ให้ความพึงพอใจสูงสุดกับ รูปแบบและคุณภาพห้องเช่นกัน รองลงมาคือ การบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ ซึ่งหมายความว่า การลดพนักงานของโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์ไม่ได้มีส่วนทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดน้อยลง จากการสอบถามพบว่า ผู้เข้าพักทั้งสองโครงการชอบที่จะพักรูปแบบห้องที่มีครัวและชุดรับแขกครบชุดในพื้นที่เดียวและพอใจกับรูปแบบนั้น โดยพื้นที่ที่ให้ความพึงพอใจต่ำสุดของจัสมินซิตี คือ พื้นที่ตั้งโครงการเพราะไม่สะดวกต่อการเดินทาง อีกทั้งยังไม่มีรถรับส่ง ในส่วนของซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์ ที่พึงพอใจต่ำสุดคือ สภาพแวดล้อมในโครงการและระบบสาธารณูปโภค สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการพื้นที่สนามเด็กเล่น โดยส่วนใหญ่ปัญหาของทั้งโครงการกลุ่มตัวอย่างที่พบคือ ราคาที่สูงเกินไป และการมีเสียงดังรบกวนทั้งในที่สาธารณะและในที่พักส่วนบุคคล โดยทางด้านโรงแรมจัสมินซิตี ได้มีการแก้ไขปัญหาโดยการแบ่งชั้นในการให้บริการรับลูกค้าระยะยาวไว้ที่ส่วนชั้น 16-30 และรับลูกค้าระยะสั้นไว้ที่ชั้นล่าง คือชั้น 11-15 หากมีลูกค้าระยะสั้นมากจะอนุโลมให้ลูกค้าคอร์เปอเรต คือลูกค้าที่มาในนามบริษัทได้พักในชั้น 16 ขึ้นไปได้ แต่ทางโรงแรมซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์ยังไม่ได้มีการแบ่งชั้นชัดเจนแต่อย่างใด ปัญหาราคาที่สูงเกินไปนั้น เมื่อผู้วิจัยได้ลองวิเคราะห์ดูจากราคาตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และโรงแรมในเขตสุขุมวิทแล้ว ราคาที่ทางโครงการกลุ่มตัวอย่างได้ตั้งไว้นั้นเป็นราคากลางในตลาด เพียงแต่อยู่ในเขตกลางเมืองที่มีการคมนาคมที่สะดวก จึงมีราคาสูงเป็นปกติและยังมีผู้เข้าพักหรือบริษัทนายหน้าที่มั่นใจในสินค้าและราคาอย่างต่อเนื่อง \*สอดคล้องกับ พัชรินทร์(2551) และ โนริโกะ(2556) ได้สรุปไว้ว่า ส่วนใหญ่ผู้พักอาศัยรู้จักการพำนักระยะยาวรับข้อมูลพิจารณาจากนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ให้เหตุผลจากค่าใช้จ่ายที่พำนักที่เหมาะสม และจาก โนริโกะ(2556) ยังพบอีกว่าเหตุผลรองลงมาที่เลือกพักคือ สังคมและความปลอดภัย จากการวิเคราะห์จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ พบว่าแนวทางการแก้ไขคือ ใช้วิธีการแยกชั้นสำหรับผู้เข้าพักรายเดือนและรายวันออกจากกัน ผู้วิจัยจึงแบ่งอภิปรายผลแบบย่อไว้ 4 หัวข้อ ดังนี้

- 1) การจดทะเบียนธุรกิจโรงแรมต้องเป็นไปตาม**กฎกระทรวง** ว่าด้วยการกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551
- 2) โครงการจัสมินซิตีคิดว่าจำเป็นสูงสุดภายในโครงการคือ **รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า** และพื้นที่ที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์คิดว่าจำเป็นที่สุดคือ **สนามเด็กเล่น**
- 3) พื้นที่ที่ให้ความพึงพอใจต่ำสุดของจัสมินซิตี คือ **พื้นที่ตั้งโครงการเพราะไม่สะดวกต่อการเดินทาง** ในส่วนของซัมเมอร์เซทเลคพ้อยต์ ที่พึงพอใจต่ำสุดคือ **สภาพแวดล้อมในโครงการและระบบสาธารณูปโภค**

#### 4) ปัญหาที่พบสูงที่สุดคือ ราคาที่สูงเกินไป และ เสียงรบกวน

##### 6.2 ข้อเสนอแนะ

**6.2.1** ถึงแม้โครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม อยู่ในระยะเดินถึง 500 เมตร (จากในกรณีศึกษาระยะทางเพียง 200 เมตร) แต่ผู้พักอาศัยก็ยังคงต้องการรถรับส่งไปยังสถานีรถไฟ ผู้ประกอบการอาจมีตัวเลือกในการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการของผู้เข้าพักในทางใดทางหนึ่ง

**6.2.2** ถ้าหากผู้ประกอบการต้องการปรับตัวจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ต้องศึกษาการจดทะเบียนโรงแรมที่มีข้อกำหนดต่างๆให้ครบถ้วน เช่น พื้นที่กว้างทางเดินหน้าห้อง พื้นที่ส่วนกลาง และการบริการของโรงแรม

**6.2.3** ปัญหาเสียงดังรบกวนอาจแก้ไขได้โดยการแบ่งแยกชั้น และจัดหมวดหมู่ผู้เข้าพักเป็นโซนบน(ระยะยาว) กลาง(คอเปอเรท) และล่าง(ระยะสั้น) โดยมีการวางแผนที่ชัดเจนและมีข้อกำหนดในการเลือกผู้เข้าพักเข้าพักในโซนบน กลาง และล่าง เพื่อลดเสียงรบกวนในแต่ละชั้น

##### 6.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

**6.3.1** ควรศึกษาว่าเมื่อหลังจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ได้ปรับตัวเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมแล้ว พื้นที่ทางกายภาพในห้องพักมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร หรือมีอะไรที่ต้องปรับเปลี่ยนพื้นที่เพิ่ม ทั้งส่วนกลาง และ พื้นที่ภายในห้องพัก

**6.3.2** ควรศึกษาถึงกระบวนการทางกฎหมายและกระบวนการทางการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่ต้องการปรับตัวสู่การเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรมที่ไม่ได้เตรียมพื้นที่และการบริหารงานไว้ตั้งแต่เริ่มแรกว่ามีกระบวนการต่างๆอย่างไร

**6.3.3** ควรศึกษากลับในกรณีโรงแรมต้องการปรับเปลี่ยนเป็นโรงแรมกึ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่สามารถรับลูกค้าระยะยาวทั้งความพร้อมของสถานที่และความพร้อมของการบริหารและบุคลากร รวมถึงปัจจัยหรือเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกพักโรงแรมกึ่งเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์



## รายการอ้างอิง

- Adrienne Schmitz. (2000). *Multifamily Housing Development Handbook*. Washington D.C. ULI - the Urban Land Institute.
- Bogdon and Follain. (1996). Multifamily Housing: An Exploratory Analysis Using the 1991 Residential Finance Survey. *Journal of Housing Research*, 4, 79-116.
- CB Richard Ellis. (2015). *Market Overview for Super Tower* Retrieved from Thailand: Courtland L. Bovee and John V. Thill and Marian Burk Wood and George P. Dovel. (1993). *Management (International Edition)*. The United State of America: McGraw-Hill: Inc.
- Emily N. Zietz. (2003). Multifamily housing: A review of theory and evidence. *the Journal of Real Estate Research*, 25, 185.
- John D. Benjamin and G. Stacy Sirmans and Emily Norman Zietz. (1997). Security Measures and the Apartment Market. *the Journal of Real Estate Research*, 14, 347-358.
- Jud G. Donald and John D. Benjamin and G. Stacy Sirmans. (1996). What do we know about apartments and their markets. *the Journal of Real Estate Research*, 11, 243-257.
- Louis E. Boone and David L.Kurtz. (1993). *Contemporary Business*. The Unite States of America: The Dryden Press.
- Michael Porter. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, March-April 1-10.
- Philip Kotler and Gary Armstorg. (1996). *Principles of Marketing*. the United States of America: Prentice-Hall International: Inc.
- Richard B. Peiser and Dean Schwanke. (1992). *Professional Real Estate Development* (Vol. The ULI Guide to the Business). usa: Dearborn Financial Publishing.
- Sirman G. Stacy and Jonh D. Benjamin. (1991). Determinant of Market Rent. *the Journal of Real Estate Research*, 6, 357-379.

- Sirman G. Stacy and Sirmans C. F. and Jonh D. Benjamin. (1989). Determining Apartment Rent: The Value of Amenities, Services and External Factors. *the Journal of Real Estate Research*, 6, 33-43.
- ต่อศักดิ์ มีสุข. (2547). ผลกระทบต่อที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตห้วยขวาง เมื่อมีระบบ รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถิรวุฒิ ธนวิษเพียรพาก. (2552). แนวทางการปรับตัวของโรงแรมท้องถิ่นระดับราคาประหยัด : กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา.
- ทีมธุรกิจBusy-Day. (2548). ทำอพาร์ทเมนต์ให้รวย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ปีสี่เดี่ยว.
- ธอส. (2555). วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ Retrieved from
- โนริโกะ โอชิ. (2556). สภาพการอยู่อาศัยและพฤติกรรมสุขภาพของชาวญี่ปุ่นในอาคารอยู่อาศัยรวม เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชนะ บุญเลิศ. (2551). คัมภีร์เศรษฐกิจจากธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์. . กรุงเทพมหานคร: บริษัทที่เคพริ้นต์ติ้ง จำกัด.
- พัลลภ กฤตยานวัช. (2548). อพาร์ทเมนต์: แนวทางการลงทุนและบริหารกิจการ. Retrieved from วารสารธนาคารอาคาร สงเคราะห์
- ภูวิชัย เอี่ยมพิงพร. (2545). ปัจจัยการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของชาวต่างชาติในเขตศูนย์กลางธุรกิจ: กรณีศึกษาบ้านสวนพหลุ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานพ พงศทัต. (2527). รวมเรื่องอาคารชุดของประเทศไทย. (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- มาลี แซ่ตั้ง. (2552). แนวทางการจัดการอพาร์ทเมนต์ระดับราคาสูงในเมืองสมุทรสาคร: กรณีศึกษาอพาร์ทเมนต์ AAA. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณารถ แสงมณี. (2544). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลส์ จำกัด.
- วิศาล มุขตารี. (2548). การบริหารกลยุทธ์กับงานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ กรณีศึกษาบริษัทลักษณะจำกัด. (Masters), The university of the Thai Chamber of Commerce.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอช เอ็น กรุ๊ป จำกัด.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). ธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมชาย หิรัญกิตติ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

สุกัญญา เขียวพิจกุล. (2548). ทำธุรกิจพาร์ตเมนต์กันดีกว่า. กรุงเทพมหานคร: Phisit Thaioffest Co., Ltd.

สุชาดา สนธยางกุล. (2550). ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่าอาคารอยู่อาศัยรวมให้เช่า : กรณีศึกษาบริเวณถนนอ่อนนุช. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสาวลักษณ์ เลิศบุศย์ สุรพลชัย. (2549). การพัฒนาแหล่งพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว หลักการเบื้องต้น. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

อนุชา กุลวิสุทธิ. (2551). ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์แบบมืออาชีพ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การสอบถามโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) นั้นจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้และมีการทดสอบแบบสอบถามก่อน (Pre-Test) เป็นจำนวน 50 ชุด โดยมี 2 โครงการ โดยแบ่งเป็นโครงการชมเมอร์เซท เลคพอยด์ กรุงเทพฯ 35 ชุด และโครงการจัสมินซิตี 15 ชุด และนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขข้อความและภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงก่อนนำไปใช้งานจริง แล้วไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

แบบสอบถาม Pre-Test จะประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. แบบสอบถามของผู้เข้าพักอาศัยในโครงการประกอบด้วย

- ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- พฤติกรรมการอยู่อาศัยในห้องพักอาศัย หรือพฤติกรรมการใช้ส่วนกลาง และปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจพักอาศัย

**ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม** ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา จำนวน 7 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-end response questions) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ 1. เพศชาย และ 2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้ 1. น้อยกว่า 25 ปี 2. อายุ 26-35 ปี 3. อายุ 36-45 ปี 4. อายุ 46-55 ปี และ 5. มากกว่า 55 ปี

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ 1. โสด 2. สมรส และ 3. หย่า/แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ขนาดครอบครัว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้ 1. พักคนเดียว 2. 2-3 คน 3. 4-5 คน และ 4. 6 คนขึ้นไป

ข้อที่ 5 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี และ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 6 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1. ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ 4. อื่นๆ

ข้อที่ 7 รายได้ครอบครัวต่อเดือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้ 1. น้อยกว่า 50,000 บาท 2. 50,001-100,000 บาท 3. 100,001-150,000 บาท 4. 150,001-200,000 บาท และ 5. มากกว่า 200,000 บาท

## ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการอยู่อาศัยในโครงการ

ประกอบไปด้วยข้อคำถามจำนวน 7 ข้อดังต่อไปนี้

ข้อที่ 1 ระยะเวลาที่อาศัยในห้องชุดพักอาศัยปัจจุบันใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) จำนวน 4 ช่วงได้แก่ 1. รายวัน 2. ต่ำกว่า 6 เดือน 3. 6 เดือน-1 ปี และ 4. 1 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 2 ชนิดและขนาดของห้องที่ท่านตัดสินใจเข้าพักใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ 1.สตูดิโอ 2.1 ห้องนอน 3.2 ห้องนอน และ 4. อื่นๆ

ข้อที่ 3 สาเหตุที่ทำให้ย้ายมาอยู่ในโครงการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบด้วย 1.ใกล้สถานีรถไฟฟ้า 2.ทำเลใกล้ที่ทำงาน/โรงเรียน 3.รูปแบบของห้องหรือรูปแบบอาคาร 4.ราคาเหมาะสม และ 5. อื่นๆ

ข้อที่ 4 บุคคลที่อาศัยร่วมกับท่านใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบไปด้วย 1.อาศัยเพียงลำพัง 2. คู่สมรส 3. ครอบครัว (ไม่ใช่คู่สมรส) และ 4. อื่นๆ

ข้อที่ 5 วิธีที่ท่านใช้ในการเดินทางเป็นประจำ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบไปด้วย 1.เดิน 2. จักรยานหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว 3. รถยนต์ส่วนตัว 4. จักรยานยนต์รับจ้าง 5. รถยนต์รับจ้าง 6. รถประจำทาง 7. รถรับส่งของโรงแรม 8. รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงาน 9. รถไฟฟ้า

ข้อที่ 6 การเดินทางไปที่อื่นๆในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบไปด้วย 1. รถไฟฟ้า 2. รถยนต์ส่วนตัว และ 3. อื่นๆ

ข้อที่ 7 ความถี่ในการใช้งานส่วนกลางของโครงการ (ระบุกิจกรรม) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) จำนวน 4 ช่วงประกอบไปด้วย 1. ใช้เป็นประจำ 2. อาทิตย์ละครั้ง 3. เดือนละครั้ง และ 4. ไม่เคยใช้เลย

และคำถามปลายเปิดจำนวน 4 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เหตุผลที่ท่านเลือกพักที่โครงการ

ข้อที่ 2 จุดเด่น จุดด้อยของโครงการ

ข้อที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อที่ 4 แบบสอบถามนี้เป็นอย่างไร และควรมีการปรับปรุงอย่างไร

เมื่อได้มีการทดสอบแบบสอบถาม Pre-Test แล้ว จึงเอาผลที่ได้การทำงานทำแบบสอบถามแบบมาสรุปและปรับแก้ไขข้อมูลเพิ่มเติมให้ออกมาแบบแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ โดยปรับเปลี่ยนคำถามและตัวเลือกให้สอดคล้องกันมากขึ้น

โดยแบบสอบถาม ฉบับสมบูรณ์ จะประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

1. แบบสอบถามของผู้เข้าพักอาศัยในโครงการประกอบด้วย

- ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

-พฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัยในห้องพักอาศัย หรือพฤติกรรมการณ์การใช้ส่วนกลาง และปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจพักอาศัย

- ความเข้าใจในโครงการ ความพึงพอใจ และปัญหาของโครงการที่เลือกพักอาศัย

### ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่เพศ

อายุอาชีพสถานภาพสมรสรายได้ต่อเดือนและระดับการศึกษาจำนวน 7 ข้อซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-end response questions) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ 1.เพศชายและ 2.เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้ 1.น้อยกว่า 25 ปี 2.อายุ 26-35 ปี 3.อายุ 36-45 ปี 4.อายุ 46- 55 ปี และ 5.มากกว่า 55 ปี

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งเป็น

3 ประเภทดังนี้ 1.ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.ปริญญาตรี และ 3.สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งเป็น

5 ประเภทดังนี้ 1.ผู้ประกอบการส่วนตัว 2.พนักงานบริษัทเอกชน 3.ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ 4.อื่นๆ

ข้อที่ 5 รายได้ครอบครัวต่อเดือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้ 1.น้อยกว่า 50,000 บาท 2.50,001-100,000 บาท 3. 100,001-150,000 บาท 4.150,001-200, 000บาท และ 5.มากกว่า 200,000 บาท

ข้อที่ 6 จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักของท่าน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ประกอบไปด้วย 1.1คน 2.2-3 คนและ 3.4 คนขึ้นไป

ข้อที่ 7 บุคคลที่อาศัยร่วมกับท่านภายในโครงการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ประกอบไปด้วย 1.พักคนเดียว 2.คู่สมรส ไม่มีบุตร 3. คู่สมรสและบุตร และ 4.ครอบครัว (บิดา มารดา พี่น้อง)

### ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การอยู่อาศัยในโครงการ

ประกอบไปด้วยข้อคำถามจำนวน 12 ข้อดังต่อไปนี้

ข้อที่ 1 คุณทราบหรือไม่ว่าโครงการที่คุณพักอาศัยเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์กึ่งโรงแรม ที่เปิดให้บริการทั้งแบบเข้าพักระยะยาวและแบบเข้าพักระยะสั้น ได้แก่ 1. ทราบ และ 2. ไม่ทราบ

ข้อที่ 2 ระยะเวลาที่อาศัยในห้องชุดพักอาศัยปัจจุบันใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) จำนวน 4 ช่วงได้แก่ 1. รายวัน 2. ต่ำกว่า 6 เดือน 3. 6 เดือน-1 ปี และ 4. 1 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ชนิดและขนาดของห้องที่ท่านตัดสินใจเข้าพักใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ 1. สตูดิโอ 2.1 ห้องนอน 3.2 ห้องนอนและ 4.3 ห้องนอน

ข้อที่ 4 สาเหตุที่ท่านเลือกเข้าพักในโรงแรมกึ่งเซอริวิสอพาร์ทเมนต์ แทนที่ เซอริวิสอพาร์ทเมนต์หรือห้องชุดเช่า พักอาศัย ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบด้วย 1. ทางด้านการบริการจากพนักงาน 2. ทางด้านความปลอดภัย 3. ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง 4. ทางด้านความสะอาด 5. ราคาเหมาะสม 6. รูปแบบ/ขนาดของพื้นที่ใช้สอยภายในห้อง 7. สิ่งอำนวยความสะดวกครบ 8. สภาพแวดล้อมและส่วนกลาง 9. ใกล้สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนและ 10. ชื่อเสียงผู้ประกอบการ

ข้อที่ 5 วิธีที่ท่านใช้ในการเดินทางเป็นประจำ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบไปด้วย 1. เดิน 2. จักรยานหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว 3. รถยนต์ส่วนตัว 4. จักรยานยนต์รับจ้าง 5. รถยนต์รับจ้าง 6. รถประจำทาง 7. รถรับส่งของโรงแรม 8. รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงานและ 9. รถไฟฟ้า

ข้อที่ 6 การเดินทางไปที่อื่นๆในวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบไปด้วย 1. รถไฟฟ้า และ 2. รถยนต์ส่วนตัว

ข้อที่ 7 พื้นที่กิจกรรมในโครงการและความถี่ในการใช้งาน มี 11 พื้นที่ด้วยกัน คือ 1. ที่จอดรถ 2. ลีบบี 3. สระว่ายน้ำ 4. ฟิตเนส 5. ชาวน่า/สตริ่ม 6. สวนและพื้นที่นั่งเล่นด้านนอกอาคาร 7. ห้องเด็กเล่น 8. ห้องประชุมหรือห้องเอนกประสงค์ 9. ร้านสะดวกซื้อ 10. ร้านค้า (ร้านนวด) 11. ห้องอาหาร โดยแบ่งความถี่ในการใช้งานต่อสัปดาห์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ 1. มากกว่า 5 ครั้ง 2. 3-4 ครั้ง 3. 1-2 ครั้ง 4. นานๆครั้ง และ 5. ไม่เคยใช้เลย

ข้อที่ 8 พื้นที่ที่จำเป็นภายในห้องพักของโครงการ มี 7 พื้นที่ ได้แก่ คือ 1. โถงทางเข้า (ตู้รองเท้า) 2. ส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง) 3. ส่วนซักรีด (เครื่องซักผ้า) 4. ส่วนรับแขก (โต๊ะกลางและโซฟา) 5. ส่วนรับประทานอาหาร (ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร) 6. ส่วนแต่งตัว (ตู้เสื้อผ้าและโต๊ะเครื่องแป้ง) 7. ส่วนทำงาน (โต๊ะทำงาน) และ 8. ระเบียง แบ่งออกเป็น 5 ระดับความสำคัญ คือ 1. มากที่สุด 2. มาก 3. ปานกลาง 4. น้อย และ 5. น้อยที่สุด

ข้อที่ 8 พื้นที่ที่จำเป็นภายในโครงการ มี 13 พื้นที่ ได้แก่ คือ 1. ทางเท้าที่สะดวก (ทางเชื่อมตึกทางออก แลห้องอาหาร) 2. รถรับส่งไปสถานีรถไฟฟ้า 3. ที่จอดรถ 4. ลีบบี 5. ร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อใต้อาคาร 6. อินเทอร์เน็ตส่วนกลาง 7. สระว่ายน้ำ 8. ฟิตเนส 9. ชาวน่า/สตริ่ม 10. สวนและพื้นที่นั่งเล่น



ด้านนอกอาคาร 11.สนามเด็กเล่น 12.ห้องประชุมหรือห้องเอนกประสงค์ และ 13.พื้นที่กีฬาบอลฟ  
แบ่งออกเป็น 5 ระดับความสำคัญ คือ 1.มากที่สุด 2.มาก 3.ปานกลาง 4.น้อยและ 5.น้อยที่สุด

### ตอนที่ 3 ความเข้าใจในโครงการ ความพึงพอใจ และปัญหาของโครงการที่เลือกพักอาศัย

ข้อที่ 1 คุณชอบห้องพักของคุณหรือไม่ 1.ชอบ และ 2. ไม่ชอบ

ข้อที่ 2 ความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ มี 9 ด้าน ได้แก่  
1.ที่ตั้งโครงการสะดวกต่อการเดินทาง 2.รูปแบบและคุณภาพของห้อง 3.คุณภาพของอาคารและการ  
ก่อสร้าง 4.สภาพแวดล้อมภายในโครงการ 5.ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ 6.  
พื้นที่ส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ที่จอดรถ 7.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ร้านสะดวก  
ซื้อ 8.เจ้าหน้าที่ภายในโครงการ และ 9.ความปลอดภัยในโครงการ แบ่งออกเป็น 5ระดับ คือ 1.มาก  
ที่สุด 2.มาก 3.ปานกลาง 4.น้อย และ 5.น้อยที่สุด

ข้อที่ 3 ปัญหาภายในโครงการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)  
ประกอบด้วย 1.ราคาสูงเกินไป 2.พื้นที่ส่วนกลางไม่ครอบคลุม เช่น ไม่มีพื้นที่ดริฟกอล์ฟ 3.ระบบ  
สาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ 4.เสียงดังรบกวน 5.การบำรุงรักษาอาคารและ  
สิ่งแวดล้อมภายในโครงการ 6.การบริการของพนักงาน และ 7.การเข้าถึงโครงการไม่สะดวก

NO. ....

### แบบสอบถามเรื่อง แนวทางการปรับตัวของเซอวิสิสพาร์ตเมนต์กึ่งโรงแรม

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ ทางผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น  
จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความ  
ร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  เพียงช่องเดียวที่ตรงกับข้อมูลทั่วไปของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สถานะสังคมและเศรษฐกิจ

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 25 ปี	<input type="checkbox"/> 2. อายุ 26-35 ปี
<input type="checkbox"/> 3. อายุ 36-45 ปี	<input type="checkbox"/> 4. อายุ 46-55 ปี
<input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 55 ปี	
3. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี	
4. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> 1. ผู้ประกอบการส่วนตัว	<input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ .....
5. รายได้ครอบครัวต่อเดือน (ไม่หักค่าใช้จ่าย)
 

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 50,001-100,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 100,001-150,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 150,001-200,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 200,000 บาท	
6. จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในห้องพักกับท่าน (รวมตัวท่าน)
 

<input type="checkbox"/> 1. 1 คน	<input type="checkbox"/> 2. 2-3 คน
<input type="checkbox"/> 3. 4 คนขึ้นไป	
7. บุคคลที่อาศัยร่วมกับท่านภายในโครงการ
 

<input type="checkbox"/> 1. พักคนเดียว	<input type="checkbox"/> 2. คู่สมรส(ไม่มีบุตร)
<input type="checkbox"/> 3. คู่สมรสและบุตร	<input type="checkbox"/> 4. ครอบครัว(บิดา มารดา พี่น้อง)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอยู่อาศัย

1. คุณทราบหรือไม่ว่าโครงการที่คุณพักอาศัยเป็นเซอวิสิสพาร์ตเมนต์กึ่งโรงแรม ที่เปิดให้บริการทั้งแบบเข้าพักระยะยาวและแบบเข้าพักระยะสั้น
 

<input type="checkbox"/> 1. ทราบ	<input type="checkbox"/> 2. ไม่ทราบ
----------------------------------	-------------------------------------
2. ระยะเวลาที่อาศัยในโรงแรมกึ่งเซอวิสิสพาร์ตเมนต์ปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> 1. ภายใน	<input type="checkbox"/> 2. ต่ำกว่า 6 เดือน
<input type="checkbox"/> 3. 6 เดือน-1 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 1 ปีขึ้นไป
3. ชนิดและขนาดของห้องที่ท่านตัดสินใจเข้าพัก
 

<input type="checkbox"/> 1. สตูดิโอ	<input type="checkbox"/> 2. 1 ห้องนอน
<input type="checkbox"/> 3. 2 ห้องนอน	<input type="checkbox"/> 4. 3 ห้องนอน

4. สถานที่ที่ท่านเลือกเข้าทำนักในโรงแรมหรือเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ แทนที่ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์หรือห้องชุดเช่า พักอาศัย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ทางด้านการบริการ  2. ทางด้านความปลอดภัย
3. ทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง  4. ทางด้านความสะดวก
5. ราคาเหมาะสม  6. รูปแบบขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องพัก
7. สิ่งอำนวยความสะดวกครบ  8. สภาพแวดล้อมและส่วนกลางที่ปลอดภัย
9. ใกล้สถานบุญโภคหรือสถานรูปการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน
10. ชื่อเสียงผู้ประกอบการ

5. วิธีที่ท่านใช้ในการเดินทางเป็นประจำ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เดิน  2. จักรยานหรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว
3. รถยนต์ส่วนตัว  4. จักรยานยนต์รับจ้าง
5. รถยนต์รับจ้าง  6. รถประจำทาง
7. รถรับส่งของโรงแรม  8. รถรับส่งของบริษัทที่ท่านทำงาน
9. รถไฟฟ้า

6. การเดินทางไปที่อื่นๆในวันหยุด (เช่ารถจักรยานยนต์)

1. รถไฟฟ้า  2. รถยนต์ส่วนตัว

7. พื้นที่กิจกรรมในโครงการและความถี่ในการใช้งาน

พื้นที่กิจกรรม	ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์				
	มากกว่า 5 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	นานๆครั้ง	ไม่เคยใช้
1. ที่จอดรถ	5	4	3	2	1
2. ลีโอบนึ่ง ส่วนพักผ่อน	5	4	3	2	1
3. สระว่ายน้ำ	5	4	3	2	1
4. ฟิตเนส	5	4	3	2	1
5. ซาونا สตรีม	5	4	3	2	1
6. สวนและพื้นที่นั่งเล่นด้านนอกอาคาร	5	4	3	2	1
7. ห้องเด็กเล่น	5	4	3	2	1
8. ห้องประชุมหรือรวมประชุม	5	4	3	2	1
9. ร้านสะดวกซื้อ	5	4	3	2	1
10. ร้านค้าอื่นๆ	5	4	3	2	1
11. พื้นที่กีฬากระดาน	5	4	3	2	1

8. พื้นที่ที่ท่านคิดว่าจำเป็นภายในห้องพักของโครงการ

พื้นที่ในห้องพัก	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โถงทางเข้า (ตู้รองเท้า)	5	4	3	2	1
2. ส่วนครัว (เตาและอ่างล้าง)	5	4	3	2	1
3. ส่วนซักผ้า (เครื่องซักผ้า)	5	4	3	2	1
4. ส่วนรับแขก (โต๊ะกลาง โซฟา และโทรทัศน์)	5	4	3	2	1
5. ส่วนรับประทานอาหาร (ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร)	5	4	3	2	1
6. ส่วนแต่งตัว (ตู้เสื้อผ้าและโต๊ะเครื่องแป้ง)	5	4	3	2	1
7. ส่วนทำงาน (โต๊ะทำงาน)	5	4	3	2	1
8. ระเบียง	5	4	3	2	1

9. พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ท่านคิดว่าจำเป็นภายในโครงการ

พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. พาน้ำที่สะอาด (ทางเชื่อมเด็ก Phosphen)	5	4	3	2	1
2. รถรับส่งไปสถานี่รอไฟฟ้า	5	4	3	2	1
3. ที่จอดรถ	5	4	3	2	1
4. ลิฟต์	5	4	3	2	1
5. บ้านสะอาดซึ่งมีอากาศ	5	4	3	2	1
6. อินเทอร์เน็ตส่วนกลาง	5	4	3	2	1
7. สระว่ายน้ำ	5	4	3	2	1
8. พิศนาค	5	4	3	2	1
9. ซากปรักหักพัง	5	4	3	2	1
10. สวนและพื้นที่นั่งพักผ่อนภายในอาคาร	5	4	3	2	1
11. สนามเด็กเล่น	5	4	3	2	1
12. ห้องประชุมหรือห้องเอนกประสงค์	5	4	3	2	1
13. พื้นที่กีฬากลางแจ้ง	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 ความเข้าใจในโครงการ ความพึงพอใจ และปัญหาของโครงการที่เลือกศึกษาค้น

1. คุณชอบหรือรักโครงการหรือไม่

1. ชอบ

2. ไม่ชอบ

2. ความพึงพอใจต่อโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ที่ตั้งโครงการสะดวกต่อการเดินทาง	5	4	3	2	1
2. รูปโฉมและคุณภาพของห้อง	5	4	3	2	1
3. คุณภาพของอาคารและการก่อสร้าง	5	4	3	2	1
4. สภาพแวดล้อมภายในโครงการ	5	4	3	2	1
5. ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์	5	4	3	2	1
6. พื้นที่ส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ พิศนาค ที่จอดรถ	5	4	3	2	1
7. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บ้านค้า บ้านสะอาดซึ่ง	5	4	3	2	1
8. การบริการของเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ	5	4	3	2	1
9. ความปลอดภัยในโครงการ	5	4	3	2	1

3. ปัญหาภายในโครงการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อและไม่ตรงตามเรื่องในวงเล็บที่ท่านคิดว่าไม่มีปัญหา)

1. ราคาสูงเกินไป

2. พื้นที่ส่วนกลางไม่ครอบคลุม (ไม่มีพื้นที่จอดรถ, ขึ้นๆ.....)

3. ระบบสาธารณูปโภค ( ไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต)

4. เสียงดังรบกวน (พื้นที่พักผ่อน, พื้นที่สาธารณะ)

5. การบำรุงรักษาอาคารและสิ่งแวดลอมภายในโครงการ

6. การบริการของพนักงาน (พนักงานต้อนรับ, พนักงาน, ฯลฯ.....)

7. การเข้าถึงโครงการไม่สะดวก

4. ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นอื่นๆเกี่ยวกับโครงการที่ท่านเลือกเข้ามาพัก

.....

.....

.....

©ขอพระราชทานเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม©

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว สาธิญา เองกิจ เกิดเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2534 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สาขาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ ปริญญาตรี การบริหารการจัดการ เอกการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา สาขาพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

