

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการบริการ : กรณีศึกษา  
เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
EXPECTATION AND PERCEPTION OF FOREIGN TOURISTS TO SERVICE QUALITY: A CASE  
STUDY OF 3 STARS AND 4 STARS SERVICED APARTMENTS AT PHAYATHAI DISTRICT,  
BANGKOK

อภิสรา กวางคีรี

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Aphisara.kwangkeeree@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้และเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ใช้ตารางแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจในการบริการเพื่อหาช่องว่างของคุณภาพบริการระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคำนวณโดยใช้สูตร (P - E)

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือนจำนวน 30,001 – 40,000 บาท มีภูมิลำเนา/เชื้อชาติอยู่ในทวีปยุโรป ส่วนใหญ่มาเข้าพักครั้งแรก ระยะเวลาในการเข้าพักอยู่ที่ประมาณ 2 – 5 วันในส่วนในระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมากและการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมรายด้านและรายข้อพบว่าผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวัง

**คำสำคัญ :** เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์, คุณภาพการบริการ, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### Abstract

This research aims to study the expectation and perception and compare the gap between expectations and perceptions of foreign tourists on the Service Quality : A case study of serviced apartments 3 stars and 4 stars in Phayathai Bangkok. The tool used for collecting data was questionnaire which included personal data, expectation and perception. The data were analyzed with several statistical techniques such as descriptive statistic, percentage, frequency, percentage, frequency, mean, standard deviation. The analysis of service satisfaction assessments to find the gap between perception (P) and expectation (E) was calculated using the formula (P - E).

User group service are mostly male. Aged between 21-30 years were single, and those worked as an executive or business. They are graduated with a bachelor's degree. Monthly income between 30,001 – 40,000 Baht. Mainly are European, and mostly is the first time to use the service, and period of journey is 2-5 days. There are expectations and perceptions for the quality of service 5 dimensions of service apartments as a whole on a massive scale. The satisfaction assessment about the quality of service. The results showed that the difference between the mean of expectations and the perceptions in 5 dimensions is positive and on average perceptions is higher than expectations.

**Keywords:** Serviced Apartments, Service Quality, Foreign Tourists

## บทนำ

ประเทศไทยในปัจจุบันเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยว เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเข้ามาใช้บริการที่พักแรมเพื่อพักผ่อน และเริ่มทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในวันต่อไป ซึ่งที่พักในประเทศไทยมีให้บริการหลายประเภท ได้แก่ โรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ โฮสเทล รีสอร์ท โฮมสเตย์ หรือแม้กระทั่งที่พักรายวันตามริมถนนเส้นทางหลวง (Motel) เป็นต้น ธุรกิจทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก โดยการสำรวจดัชนีแบรนด์ประเทศ (Country Brand Index: CBI) ปรากฏว่าค่า CBI ของประเทศไทยสามารถแสดงศักยภาพในหลายด้าน เช่น ประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่ดีที่สุด (Best Country Brand for Nightlife) ประเทศที่สามารถใช้จ่ายได้อย่างคุ้มค่า (Best Country brand for Money Value) และประเทศที่ประชาชนมีมิตรไมตรี (Best Country brand for Friendly Locals) (ที่มา: องค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International) ) ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวล้นหลามอย่างไม่ขาดสาย

เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในประเทศไทยสามารถสร้างมาตรฐานและคุณภาพในการให้บริการ รวมถึงสามารถสร้างชื่อเสียงจนสามารถครองใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและมีฐานลูกค้าที่ให้ความเชื่อถือมาอย่างยาวนาน จากผลสำรวจของฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย สำหรับตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์กรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2561 จะมีผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 - 3 ราย หันมาพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์บนพื้นที่เช่าระยะยาว ในส่วนพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจเป็นทำเลยอดนิยมที่สุดสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากความสะดวกในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย รวมไปถึงการเข้าถึงสถานที่ที่สะดวกด้วยรถไฟฟ้า BTS แม้ว่าจำนวนของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องก็ตาม โครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่จะเพิ่มสัดส่วนของผู้เช่ารายวันหรือระยะสั้นมากขึ้น เพราะสามารถเรียกเก็บค่าเช่าได้สูงกว่า โครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มีการขยายตัวและยังดึงดูดการลงทุนอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดภาวะโรงแรมล้นตลาดโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติมีทางเลือกพักตามที่พักรูปแบบอื่น ๆ แทนโรงแรมมากขึ้น (ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Colliers International และ CBRE Ellis)

งานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ซึ่ง

เขตพญาไทเป็น 1 ใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร โดยบริเวณพื้นที่โดยรอบเต็มไปด้วย เขตชุมชน ธุรกิจที่พัก แรมประเภทต่าง ๆ รวมไปถึงห้างสรรพสินค้าใหญ่ ซึ่งตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเขตพญาไทมีสถานที่สำคัญ ตั้งอยู่มากมาย ทั้งกรมประชาสัมพันธ์วิทยุและโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พิพิธภัณฑิ์ไปรษณีย์ อีกทั้งยังมีที่พัก หลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็น โฮสเทล เกสต์เฮาส์ โรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น เขตพญาไทเป็น ย่านที่มีความครึกครื้นตั้งแต่เช้าจรดค่ำ อีกทั้งยังหนาแน่นไปด้วยผู้คนพักอาศัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ถึงแม้จะมีผู้คนอาศัยอยู่มาก แต่ก็มาพร้อมด้วยความสะดวกสบาย ทั้งในเรื่องของการคมนาคมที่สามารถ เดินทางได้สะดวกด้วยรถไฟฟ้า BTS รถโดยสารประจำทางสายต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณ ใกล้เคียง รวมไปถึงแหล่งช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียง เช่น King Power และ ตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นต้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ทัศนศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ทัศนศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถทราบถึงคาดหวังความหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้มาพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจเพื่อสามารถตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้ มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. เพื่อสะท้อนถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของการให้บริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นถึงจุดอ่อนของธุรกิจ และสามารถ นำมาพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพ การบริการให้มีมาตรฐานที่ดีเพื่อเป็นภาพลักษณ์ และสามารถสร้างข้อ ได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจได้ต่อไป
3. เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ว่าผู้ให้บริการปฏิบัติต่อลูกค้าได้สอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด (Gronroos, Smith and Houston, 1982 cited in Khantanapha, 2000 and Parasuraman et al., 1988) โดยคุณภาพการ บริการนั้นจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคาดหวังของผู้ได้รับบริการ ซึ่งยึดถือหลักการดำเนินงานบริการที่ ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีความสามารถในการรับรู้ความต้องการ ของลูกค้า หรือผู้รับบริการได้ดีอีกด้วย สิ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพของการบริการได้ทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) 3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) 4. การให้ความมั่นใจแก่ ลูกค้า (Assurance) และ 5. ความใส่ใจลูกค้า (Empathy)

## ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมากรุงเทพมหานคร ซึ่งจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560 ของ กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา มีจำนวนทั้งสิ้น 3,535,594 คน(ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (ณ วันที่ 11 มกราคม 2561))

2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกประชากร คือ กำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

### ขอบเขตด้านพื้นที่

เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 24 แห่ง โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ที่มา : [www.booking.com](http://www.booking.com) ข้อมูล ณ วันที่ 19 พฤษภาคม 2561)

1. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาว 4 แห่ง และ ระดับ 4 ดาว 4 แห่ง ซึ่งประเมินจากการรีวิวตามเว็บไซต์จองห้องพักที่มีความน่าเชื่อถือในระดับโลกได้แก่ [www.booking.com](http://www.booking.com) และเว็บไซต์นี้ยังเป็นหนึ่งในฐานข้อมูลของ The Global Serviced Apartment Industry Report ซึ่งเป็นองค์กรที่ดูแลอุตสาหกรรมประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ทั่วโลก

2. มีคุณลักษณะทางกายภาพของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่ครบครัน ได้แก่ แผนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง แม่บ้านรายวัน บริการรถรับ - ส่ง ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส ห้องนั่งเล่น ห้องครัวและอุปกรณ์ซักรีดภายในห้องพัก(The Association of Serviced Apartment Providers : 2018)

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือมาจากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามได้จัดทำเป็น 3 ภาษา คือ ภาษาไทย 1 ฉบับ ภาษาอังกฤษ 1 ฉบับ และภาษาจีน 1 ฉบับ โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา ความถี่ในการเข้าพัก และระยะเวลาในการเข้าพัก

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร โดยยึดปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 มิติตามหลักทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions เป็นแบบสอบถามที่มีการวัดและกำหนดน้ำหนักคะแนนประเมินตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกสำหรับแบบสอบถาม 1 = แย่ที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด

**ส่วนที่ 3** คำถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมและแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์เป็นคำถามปลายเปิด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ตารางแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (mean) และ

วิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจในการบริการเพื่อหาช่องว่าง (Gap) ของคุณภาพบริการระหว่างการรับรู้ (P) และความคาดหวัง (E) คำนวณโดยใช้สูตร (P - E)

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.5 มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.5 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.8 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 32 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29 มีภูมิลำเนา/เชื้อชาติอยู่ในทวีปยุโรปคิดเป็นร้อยละ 46 ส่วนใหญ่มาเข้าพักครั้งแรกมาคิดเป็นร้อยละ 50 ระยะเวลาในการเข้าพักอยู่ที่ประมาณ 2 – 5 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5

### 2. ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษาเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ตามหลักทฤษฎี SERVQUAL 5 Dimensions โดยสรุป

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.68	.545	มาก	4.14	.520	มาก
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	3.78	.612	มาก	4.16	.564	มาก
3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.79	.597	มาก	4.15	.570	มาก
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	3.85	.603	มาก	4.33	.576	มาก
5. ความเอาใจใส่ลูกค้า	3.79	.566	มาก	4.27	.590	มาก
รวม	3.78	.504	มาก	4.21	.564	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.78 S.D. = .504) ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษาเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.21 S.D. = .564)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนค่าเฉลี่ยการรับรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ส่วนค่าเฉลี่ยการรับรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนค่าเฉลี่ยการรับรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วน

ค่าเฉลี่ยการรับรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนค่าเฉลี่ยการรับรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

### 3. เปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษาเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง (E)	การรับรู้ (P)	ผลต่าง (P - E)	การแปลผล
<b>ความเป็นรูปธรรมของการบริการ</b>	<b>3.68</b>	<b>4.14</b>	<b>0.46</b>	<b>พึงพอใจ</b>
1. ห้องพักรับประทานอาหาร สะอาด เรียบร้อย	3.76	4.38	0.62	พึงพอใจ
2. ห้องพักรับประทานอาหาร อำนวยความสะดวกครบครัน ทันสมัย และได้มาตรฐาน เช่น เครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์ในห้องน้ำ สระว่ายน้ำ น้ำ ฟิตเนส ห้องซาวน่า เป็นต้น	3.55	4.12	0.57	พึงพอใจ
3. สถานที่ตั้งของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มีความสะดวกในการเดินทาง	3.76	3.91	0.15	พึงพอใจ
4. ห้องพักรับประทานอาหารมีขนาดกว้างขวางเหมาะกับการเข้าพัก	3.66	4.14	0.48	พึงพอใจ
<b>ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ</b>	<b>3.78</b>	<b>4.16</b>	<b>0.38</b>	<b>พึงพอใจ</b>
1. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	3.71	4.11	0.40	พึงพอใจ
2. ท่านได้รับการบริการตรงตามที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ได้ให้สัญญาไว้	3.88	4.22	0.34	พึงพอใจ
3. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีการคิดค่าบริการตรงตามที่ระบุไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใส	3.86	4.21	0.35	พึงพอใจ
4. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี	3.70	4.09	0.39	พึงพอใจ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษาเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	ความคาดหวัง (E)	การรับรู้ (P)	ผลต่าง (P - E)	การแปล ผล
<b>การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ</b>	<b>3.79</b>	<b>4.15</b>	<b>0.36</b>	<b>พึงพอใจ</b>
1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.72	4.16	0.44	พึงพอใจ
2. การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทาง	3.71	4.08	0.37	พึงพอใจ
3. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี	3.86	4.17	0.31	พึงพอใจ
4. พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจบริการ	3.88	4.22	0.34	พึงพอใจ
<b>การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า</b>	<b>3.85</b>	<b>4.33</b>	<b>0.48</b>	<b>พึงพอใจ</b>
1. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์พร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ เช่น ทรัพย์สินของลูกค้าเสียหาย	3.88	4.31	0.43	พึงพอใจ
2. บริเวณโดยรอบของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพตลอด 24 ชั่วโมง	3.90	4.40	0.50	พึงพอใจ
3. อุปกรณ์มีมาตรฐานและปลอดภัย เช่น เครื่องตรวจจับควันไฟ เครื่องทำน้ำอุ่น ถึงดับเพลิง คีย์การ์ด เป็นต้น	3.80	4.28	0.48	พึงพอใจ
4. ท่านมีความรู้สึกปลอดภัยต่อสถานการณ์เมื่อเข้าพัก	3.82	4.35	0.53	พึงพอใจ
<b>ความใส่ใจลูกค้า</b>	<b>3.79</b>	<b>4.27</b>	<b>0.48</b>	<b>พึงพอใจ</b>
1. พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการ	3.77	4.28	0.51	พึงพอใจ
2. พนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการ	3.77	4.24	0.47	พึงพอใจ
3. พนักงานบริการอย่างเป็นมิตร	3.87	4.30	0.43	พึงพอใจ
4. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี	3.74	4.28	0.54	พึงพอใจ
<b>รวม</b>	<b>3.78</b>	<b>4.21</b>	<b>0.43</b>	<b>พึงพอใจ</b>

จากตารางที่ 2 ในภาพรวมพบว่า การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมรายด้านและรายข้อ พบว่า

1. **ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ** ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.46 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าห้องพักมีความสะอาด ระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยการรับรู้

สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.62 รองลงมาห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทันสมัย และได้มาตรฐาน เช่น เครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์ในห้องน้ำ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องซาวน่า มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.57 ห้องพักมีขนาดกว้างขวางเหมาะกับการเข้าพักมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.48 และสถานที่ตั้งของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่มีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.15 เป็นต้น

## 2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.38 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.40 รองลงมาเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.39 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีการคิดค่าบริการตรงตามที่ระบุไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.35 และท่านได้รับบริการตรงตามที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ได้ให้สัญญาไว้ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.34 เป็นต้น

## 3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.36 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.44 รองลงมา การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.37 พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจบริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.34 และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.31 เป็นต้น

## 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่าง

ค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.48 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าท่านมีความรู้สึกปลอดภัยต่อสถานการณ์เมื่อเข้าพักมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.53 รองลงมาบริเวณโดยรอบของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มีระบบกล้องวงจรปิดบันทึกภาพตลอด 24 ชั่วโมงมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.50 อุปกรณ์มีมาตรฐานและปลอดภัย เช่น เครื่องตรวจจับควันไฟ เครื่องทำน้ำอุ่น ถังดับเพลิง คีย์การ์ด เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.48 และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์พร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ เช่น ทรัพย์สินของลูกค้าเสียหาย มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.43 เป็นต้น

## 5. ด้านความใส่ใจลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย

ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.48 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญได้ดีมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.54 รองลงมาพนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.51 พนักงานแสดงความเต็มใจในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.47 และพนักงานบริการอย่างเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังเท่ากับ 0.43 เป็นต้น

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง“ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการบริการ : กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท จังหวัดกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. **วัตถุประสงค์วิจัยข้อที่ 1** เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ผู้มาใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่มาใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่มีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษาเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับมากโดยมีความคาดหวังคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้านความเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการตามลำดับในส่วนของการรับรู้คุณภาพการบริการมีการรับรู้ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือด้านความเอาใจใส่ลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ สุรีย์ เข้มทอง และอาทิตย์ ไวทยะพันธ์ (2010) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการวัดคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานครโดยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลสำรวจยังพบว่าด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

2. **วัตถุประสงค์วิจัยข้อที่ 2** เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ในภาพรวมเมื่อเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมรายด้านและรายข้อพบว่าผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมเป็นค่าบวก หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในทุก ๆ ด้าน โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ตั้งความคาดหวังก่อนมาใช้บริการอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าก่อนที่จะมาใช้บริการจริง โดยข้อที่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุด คือ ด้านความใส่ใจลูกค้าในเรื่องของพนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญได้ดีและข้อที่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องของพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี

## ข้อเสนอแนะ

1. **ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ**ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังสถานที่ตั้งของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ให้ละเอียดที่สุดในทุกช่องทาง เช่น เว็บไซต์ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เว็บไซต์จองห้องพักต่าง ๆ ป้ายชื่อเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่ชัดเจน อาจจัดมีบริการรถรับ-ส่งตามจุดสำคัญต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่ตั้งของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่จะเดินทางมาเข้าพักเนื่องจากผลวิจัยพบว่า การประเมินความพึงพอใจช่องว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการน้อยที่สุด คือ สถานที่ตั้งของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่มีความสะดวกในการเดินทาง

2. **ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ**ควรมีการจัดพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องในทุกขั้นตอนและเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น เรื่องของเวลาการลงทะเบียนเข้าพักและการรับคืนห้องพัก ทางเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ต้องให้บริการตามสัญญาให้ถูกต้องตรงต่อเวลาแก่ลูกค้าเสมอเนื่องจากผลวิจัยพบว่า การประเมินความพึงพอใจช่องว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ น้อยที่สุด คือ ท่านได้รับบริการตรงตามที่เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ได้ให้สัญญาไว้

3. **ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ**ควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน พร้อมทั้งจัดเตรียมพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการและมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เมื่อเกิดปัญหาขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของเวลาในการลงทะเบียนเข้าพักหากเป็นช่วง High Season อาจเกิดปัญหาไม่สามารถให้ลูกค้าขึ้นห้องพักได้ตามเวลาที่กำหนดได้ เนื่องจากแผนกทำความสะอาดห้องพักทำห้องไม่ทันตามกำหนดเวลา เป็นต้นเนื่องจากผลวิจัยพบว่า การประเมินความพึงพอใจช่องว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ น้อยที่สุด คือพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี

4. **ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า**ควรมีการจัดเตรียมตู้นิรภัยไว้ในห้องพักทุกห้องเพื่อให้ลูกค้าสามารถเก็บสิ่งของที่มีค่าไว้ได้อย่างปลอดภัย พร้อมทั้งมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดบริเวณโดยรอบโรงแรมเพื่อสามารถให้ลูกค้าตรวจสอบได้ เป็นต้นเนื่องจากผลวิจัยพบว่า การประเมินความพึงพอใจช่องว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า น้อยที่สุด คือเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์พร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ เช่น ทรัพย์สินของลูกค้าเสียหาย

5. **ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า**ควรมีจัดการฝึกอบรมพนักงานในด้านการให้บริการโดยเฉพาะในเรื่องของการมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อการให้บริการ การแสดงกิริยามารยาทที่ดีต่อลูกค้า การมีทัศนคติที่ดีในการทำงานด้านบริการและการมีบุคลิกภาพที่ดี เป็นต้นเนื่องจากผลวิจัยพบว่า การประเมินความพึงพอใจช่องว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ในด้านความเอาใจใส่ลูกค้า น้อยที่สุด คือพนักงานบริการอย่างเป็นมิตร

## เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560 (ภาคกลาง)*. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561, จาก [https://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=504&filename=index](https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename=index)

ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย. (2560). *ตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์กรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.colliers.com/-/media/files/apac/thailand/marketreports/bangkok%20serviced%20apartment%20q%202017-th.pdf?la=en-gb>

- วิธาน เจริญผล. (2011). การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Colliers International และ CBRE Ellis). สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2561, จาก [https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/304/dzkh01zomf/2622\\_20111220165820.pdf](https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/304/dzkh01zomf/2622_20111220165820.pdf)
- สุรีย์ เข็มทองและอาทิตย์ ไทยะพันธ์. (2553). การวัดคุณภาพการบริการของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานครโดยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. (วารสารการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 หน้า 95-109). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- Booking.com. (2018). เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในเขตพญาไท. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.booking.com/th-th/>
- Gronroos, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Public Sector*. Finland: Swedish School of Economics and Business Management. New York : McGraw – Hill Book.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988) “SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.” *Journal of Retailing* 64.
- The Association of Serviced Apartment Providers. (2018). *What is a Serviced Apartment*. Retrieved May 13, 2018 from <http://theasap.org.uk/>
- The Global Serviced Apartment Industry Report. (2017). *The Apartment Service Worldwide*. Retrieved May 13, 2018 from <https://www.apartmentservice.com>