



การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน
กรณีศึกษา: การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง
(Airbnb) ในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรม การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน
กรณีศึกษา: การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง
(Airbnb) ในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE SHARING ECONOMY BUSINESS IN ACCOMMODATION
SECTOR: CASE STUDY OF AIRBNB IN BANGKOK
METROPOLITAN AREA

BY

MISS PRAPAPORN TOMYIM



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
INNOVATIVE REAL ESTATE DEVELOPMENT
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม

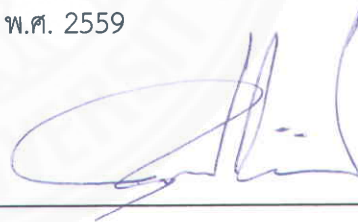
เรื่อง

การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน
กรณีศึกษา: การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง
(Airbnb) ในกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กงกฤษณ์ โตชัยวัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ต้นตสวัสดิ์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษา: การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ใน กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร. ดำรงค์ดี รินชุมภู
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจให้บริการที่พักอาศัยมีรูปแบบและทางเลือกที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีรวมทั้งกระแสแนวความคิดการแบ่งปันทรัพยากร ทำให้คนมากมายเกิดความตื่นตัว และมองเห็นโอกาสที่จะทำกำไรในทรัพย์สินที่มีอยู่

การวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษา การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทางแอร์บีเอ็นบีในกรุงเทพมหานครนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านแอร์บีเอ็นบีจำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้การศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ จำนวน ค่าความถี่ ร้อยละ และข้อมูลที่ได้นั้นจะนำไปสู่การวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากเป็นผู้ที่อาศัยและทำงานอยู่ที่ประเทศไทย มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 60,001 – 90,000 บาท ประเภทของที่พักส่วนมากเป็นอพาร์ทเมนท์หรืออาคารชุด มีการปล่อยให้เช่าในรูปแบบของบ้าน หรือห้องพักทั้งหลัง กรรมสิทธิ์ของที่พักส่วนมากคือยังผ่อนชำระกับทางธนาคารอยู่ โดยผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแอร์บีเอ็นบี ส่วนมากมาจากการที่เพื่อนหรือคนรู้จัก เล่าสู่กันฟัง รายได้ที่คาดหวังหรือเหตุผลที่เข้าร่วมธุรกิจ คือ ต้องการมีรายได้เสริม โดยให้บริการที่พักแบบรายวัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นกลุ่มนักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูง และมีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สิ่งที่ได้รับมีความสำคัญมากที่สุดคือการตกแต่งที่พักให้ดูน่าสนใจ มีสไตล์ การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ในการเข้าพัก ส่วนช่องทางในการให้บริการที่พักอื่น ๆ

นอกเหนือไปจากแอร์บีเอ็นบี ส่วนมากไม่ได้ใช้สื่ออื่น รองลงมาคือใช้บริการนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ และโซเชียลมีเดีย

คำสำคัญ: เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน แอร์บีเอ็นบี ที่พักอาศัย ผู้ให้เช่าที่พักอาศัย



Independent Study Title	THE SHARING ECONOMY BUSINESS IN ACCOMMODATION SECTOR: CASE STUDY OF (AIRBNB) IN BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	Miss Prapaporn Tomyim
Degree	Master of Science
Major Field/Faculty/University	Innovative Real Estate Development Architecture and Planning Thammasat University
Independent Study Advisor	Damrongsak Rinchumphu, Ph.D.
Academic Years	2015

ABSTRACT

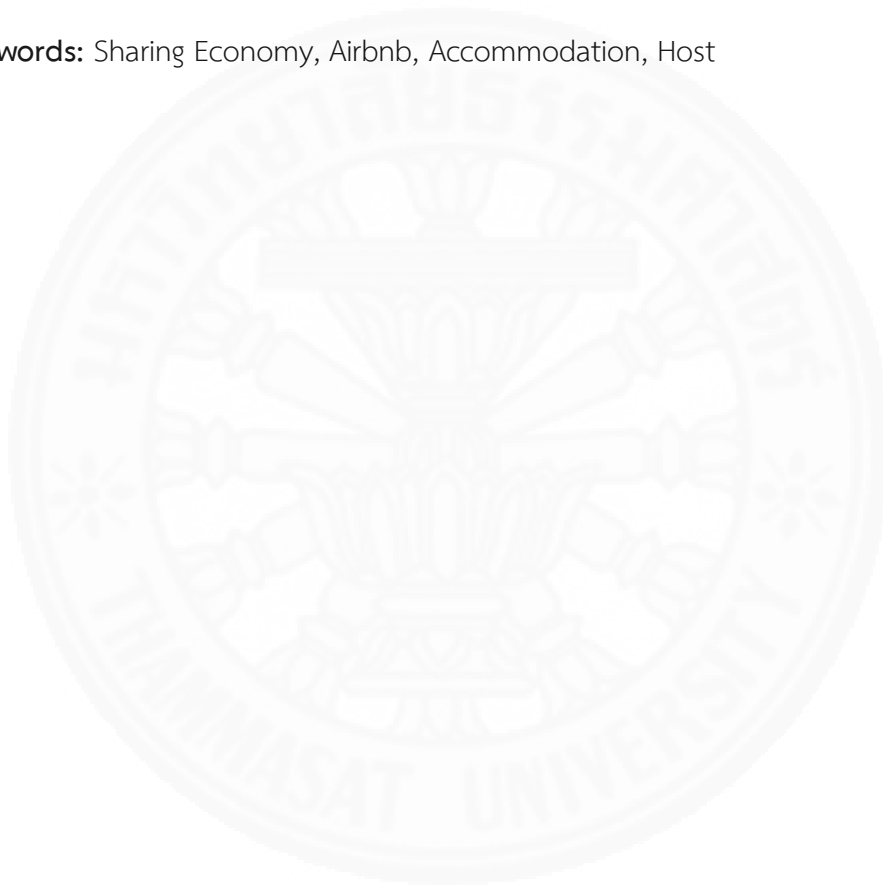
There are many choices in terms of accommodations in Bangkok, in numerous forms and various price ranges. With technology that rolling rapidly, many Bangkok-based property owners see opportunity to become a “host” and capture a fair share of a continuously blooming tourist city.

This Sharing Economy Study explored the characteristic of property owners, often called as “host”, who primarily use Airbnb service to renting their property in inner Bangkok area. A total of fifty respondents were selected through Airbnb host in Bangkok. Using questionnaire to collect the data and analyze with descriptive statistics and following is the results;

Airbnb hosts are mostly living and working in Thailand, while an education background that higher than a bachelor degree and average earning per month at about 60,001-90,000 baht. The type of accommodation is an apartment or condominium and providing the entire room or house for rent. The ownership of the property is under a mortgage loan with the bank. They were introduced and invited to join Airbnb by friends as well as by worth of mouth. The expectation of the host in joining this business is to earn some extra income. The property will be rented in daily basis. The target customers are a group of travelers who are friends, aged

between 21-30 years-old. The most important things to make your accommodation looks attractive to the customer is a stylish decoration and also to prepare the essentials stuffs for travelers such as shampoo, soap, and towel. In addition to Airbnb, most of the hosts did not use any other media to advertise their property but some of them are using other channel such as real estate broker and social media to advertise and rent out there property.

Keywords: Sharing Economy, Airbnb, Accommodation, Host



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันกรณีศึกษา: การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง (Airbnb) ในกรุงเทพมหานครฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ท่านอาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ ริมชุมภู อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกฤษ โตชัยวัฒน์ ประธานกรรมการสอบ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่า ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การเขียนงานวิจัยอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณอาจารย์ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาแนะนำ และสนับสนุนด้านข้อมูลต่าง ๆ จนงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณทีมงาน และคณะผู้บริหาร บริษัท เอ.เอส.ซี. อินทีเรีย จำกัด รวมทั้งครอบครัว และเพื่อน ๆ ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือการดำเนินงานวิจัยฉบับนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการค้นคว้าวิจัยอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นความรู้แก่สาธารณชนสังคมทั่วไป และสามารถต่อยอดองค์ความรู้ต่อไปได้

นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม

สารบัญ

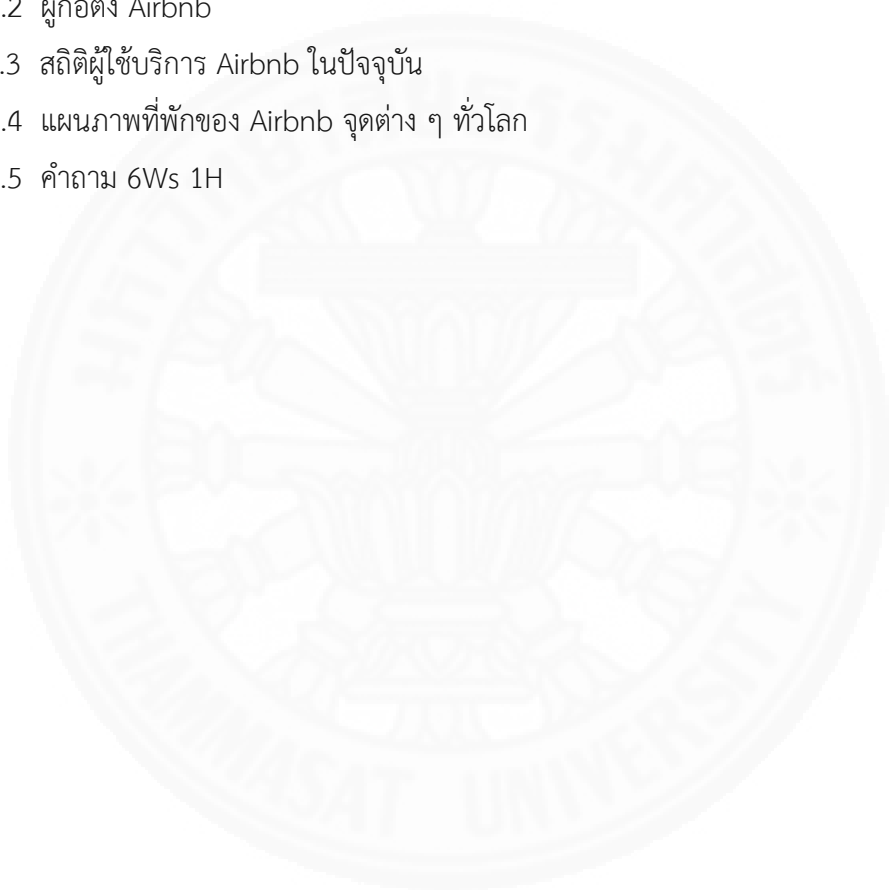
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	3
1.3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล	3
1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่	3
1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแอร์บีเอ็นบี (Airbnb)	6
2.2 เศรษฐกิจแบ่งปันและข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้เช่า	9

2.2.1 รูปแบบของที่פקอาศัยให้เช่า	10
2.2.2 ประเภทของที่פקให้เช่า	10
2.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับที่פקให้เช่า	11
2.2.4 ราคาค่าที่פק	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	12
2.3.1 ปัจจัยด้านเพศ	13
2.3.2 ปัจจัยด้านอายุ	13
2.3.3 ปัจจัยด้านการศึกษา	13
2.3.4 ปัจจัยด้านรายได้	13
2.3.5 ปัจจัยด้านอาชีพ	14
2.3.6 ปัจจัยด้านสถานภาพ	14
2.3.7 ปัจจัยด้านลักษณะครอบครัว	14
2.4 แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ	15
2.4.1 คุณลักษณะของบริการ	15
2.4.2 ราคา	15
2.4.3 การจัดจำหน่าย	15
2.4.4 การส่งเสริมการตลาด	16
2.4.5 กระบวนการ	16
2.4.6 คุณภาพบริการ	16
2.4.7 บุคลากรผู้ให้บริการ	16
2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	17
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	24
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	26
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	28

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานคร	33
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	50
5.1 สรุปผลการวิจัย	50
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานคร	50
5.2 ข้อเสนอแนะ	52
5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการผลการวิจัยไปใช้	52
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	53
รายการอ้างอิง	55
ภาคผนวก	59
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	60
ประวัติผู้เขียน	72

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ของแอร์บีเอ็นบีสำหรับที่พักในกรุงเทพมหานคร	2
1.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	4
2.1 โลโก้ของ Airbnb	6
2.2 ผู้ก่อตั้ง Airbnb	7
2.3 สถิติผู้ใช้บริการ Airbnb ในปัจจุบัน	8
2.4 แผนภาพที่พักของ Airbnb จุดต่าง ๆ ทั่วโลก	8
2.5 คำถาม 6Ws 1H	18



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2 ค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้ หรือให้บริการ ที่พักในกรุงเทพมหานคร	33
4.3 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้ หรือให้บริการ ที่พักในกรุงเทพมหานคร ด้านสัดส่วนกลุ่มลูกค้า	44
4.4 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้ หรือให้บริการ ที่พักในกรุงเทพมหานคร ด้านอายุของลูกค้าส่วนมากที่เข้าพัก	45
4.5 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้ หรือให้บริการ ที่พักในกรุงเทพมหานคร ด้านระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจอง ที่พักของลูกค้า	46

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากมาตรการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นธุรกิจหลักอย่างหนึ่งที่ทำรายได้และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร "เทรเวลแอนด์เลซเซอร์" ของสหรัฐอเมริกาให้เป็น “เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกประจำปี 2556” โดยนับเป็นครั้งที่ 5 ที่กรุงเทพมหานครได้รับรางวัลนี้ โดยมีปัจจัยการคัดเลือกที่สำคัญคือ สถานที่และทัศนียภาพที่สวยงาม เอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี อาหารและแหล่งจับจ่าย ความเป็นมิตร ไมตรีของผู้คน และความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่าย (ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร, 2556)

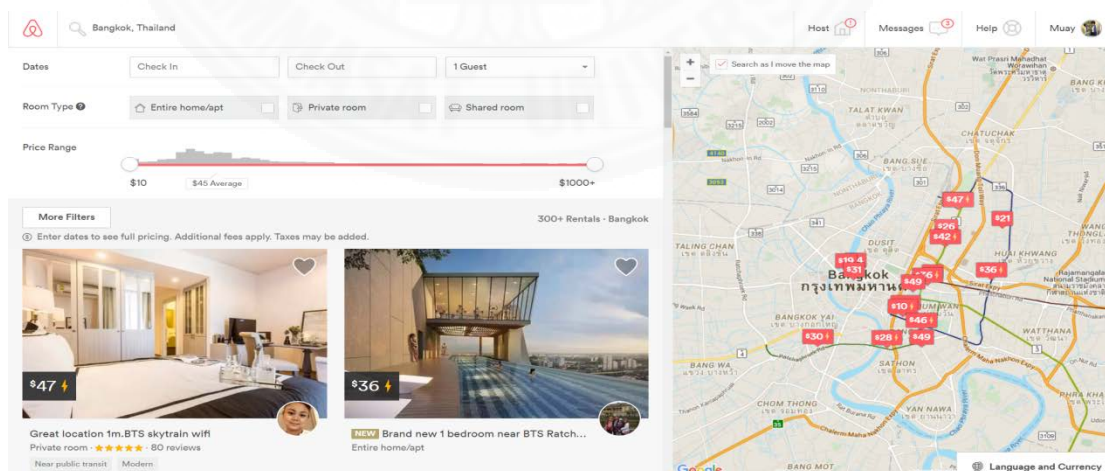
ในช่วงของการนับถอยหลังสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 นั้นจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนดังกล่าว ยังเอื้ออำนวยให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมของผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้สะดวกขึ้น โดยประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายในการลงทุนธุรกิจโรงแรมที่สำคัญของภูมิภาค นำมาซึ่งการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่รุนแรงมากขึ้น และอาจนำมาสู่ภาวะ การแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว ซึ่งมีความเสี่ยงในการเกิดภาวะการณแข่งขันทางด้านราคาในระดับสูงกว่าโรงแรมในระดับสี่ดาวขึ้นไป (ศุภชัยวิชัยกสิกร, 2558) ซึ่งคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจโรงแรมที่พักที่เป็นที่น่าจับตามองในขณะนี้ ก็คือ Airbnb

Airbnb คือ รูปแบบธุรกิจหนึ่ง que เข้ามาสู่ตลาดที่พักในประเทศไทย โดยอาศัยช่องว่างทางการตลาดและการสร้างความแตกต่างในการให้บริการที่พักรูปแบบใหม่ ด้วยแนวคิดธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ซึ่งหมายความว่า ทรัพยากร (ที่พัก) สามารถแบ่งปันกันได้ ทำให้กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจบนโลกออนไลน์ ใครมีทรัพยากรอะไรก็สามารถนำมาแลกเปลี่ยนกันโดยไม่ต้องพึ่งพา ระบบซื้อ ขาย-เช่า แบบเดิม โดยมี Airbnb ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมต่อระหว่างผู้ที่ต้องการห้องพักกับเจ้าของห้องพักที่มีห้องว่างเหลืออยู่ ไม่ว่าจะเป็นห้องว่างในบ้าน โซฟาในห้องรับแขก อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม เต็นท์ หอพัก บังกะโล บ้านต้นไม้ เรือ เป็นต้น โดยเจ้าของห้องพักนั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณา อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจาก Airbnb ในการถ่ายภาพที่พักลงประกาศในเว็บไซต์ที่ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น รวมทั้งอำนวยความสะดวกในด้านการชำระเงิน ในส่วนของผู้เข้าพักก็สามารถประหยัดเวลาในการหาห้องพักราคาถูก หรือหาห้องพักที่มีรูปแบบและบริการที่หลากหลายตามที่ต้องการ อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ของแต่ละที่ ระหว่างคนที่มีสัญชาติที่ต่างกัน ซึ่งเป็น

การสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ กับการพักอาศัย โดยรายได้ของ Airbnb จะมาจากค่าธรรมเนียม โดยเรียกเก็บจากทั้งผู้ให้เช่าและผู้เช่าซึ่งจะนำไปแล้ว Airbnb เปรียบเสมือนบริษัทที่ทำธุรกิจโรงแรม หรือที่พักให้เช่า

จากลักษณะธุรกิจของ Airbnb ที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า การให้เช่าที่พักอาศัย ลักษณะดังกล่าว กำลังเป็นที่นิยมในตลาดธุรกิจสังหาริมทรัพย์ประเภทที่พักผ่อนเป็นอย่างมากในต่างประเทศ และมีการเข้าร่วมธุรกิจลักษณะในประเทศไทยนี้มากยิ่งขึ้น โดยปัจจุบันมีการเข้าร่วมกว่า 1,000 แห่ง จึงนับเป็นแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจให้เช่าที่พักที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก (Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J., 2015) และกรุงเทพมหานคร ถือเป็นหนึ่งในเมืองที่มีผู้ที่สนใจเข้าร่วมธุรกิจการแบ่งปันทรัพยากรที่พักอาศัย ผ่านทางแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) เป็นจำนวนมาก และเติบโตอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2010 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีที่พักที่ให้บริการมากกว่า 300 แห่ง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเฉพาะประเด็นของรูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเท่านั้น โดยไม่ได้้นำปัจจัยด้านกฎหมายต่าง ๆ อาทิเช่น พ.ร.บ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และ พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2478 และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาพิจารณาประกอบการศึกษาวิจัย เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทางแอร์บีเอ็นบี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะนำผลการศึกษาที่ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของธุรกิจสังหาริมทรัพย์ประเภทให้เช่าทั่วไป ดังนั้น เนื้อหาประเด็นของการวิจัยต่าง ๆ ในครั้งนี้จึงจำกัดเฉพาะพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทางแอร์บีเอ็นบี ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น



ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ของแอร์บีเอ็นบีสำหรับที่พักในกรุงเทพมหานคร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันผ่านทาง แอร์บีเอ็นบีในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษาธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัย Airbnb ในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษาธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัยแอร์บีเอ็นบี ในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเฉพาะประเด็นของรูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันเท่านั้น โดยไม่ได้นำปัจจัยด้านกฎหมายต่าง ๆ อาทิเช่น พ.ร.บ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และ พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2478 และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาพิจารณาประกอบการศึกษาวิจัย เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทางแอร์บีเอ็นบี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะนำผลการศึกษาที่ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของธุรกิจสังหาริมทรัพย์ประเภทให้เช่าทั่วไป ดังนั้น เนื้อหาประเด็นของการวิจัยต่าง ๆ ในครั้งนี้จึงจำกัดเฉพาะพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทางแอร์บีเอ็นบี ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

1.3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

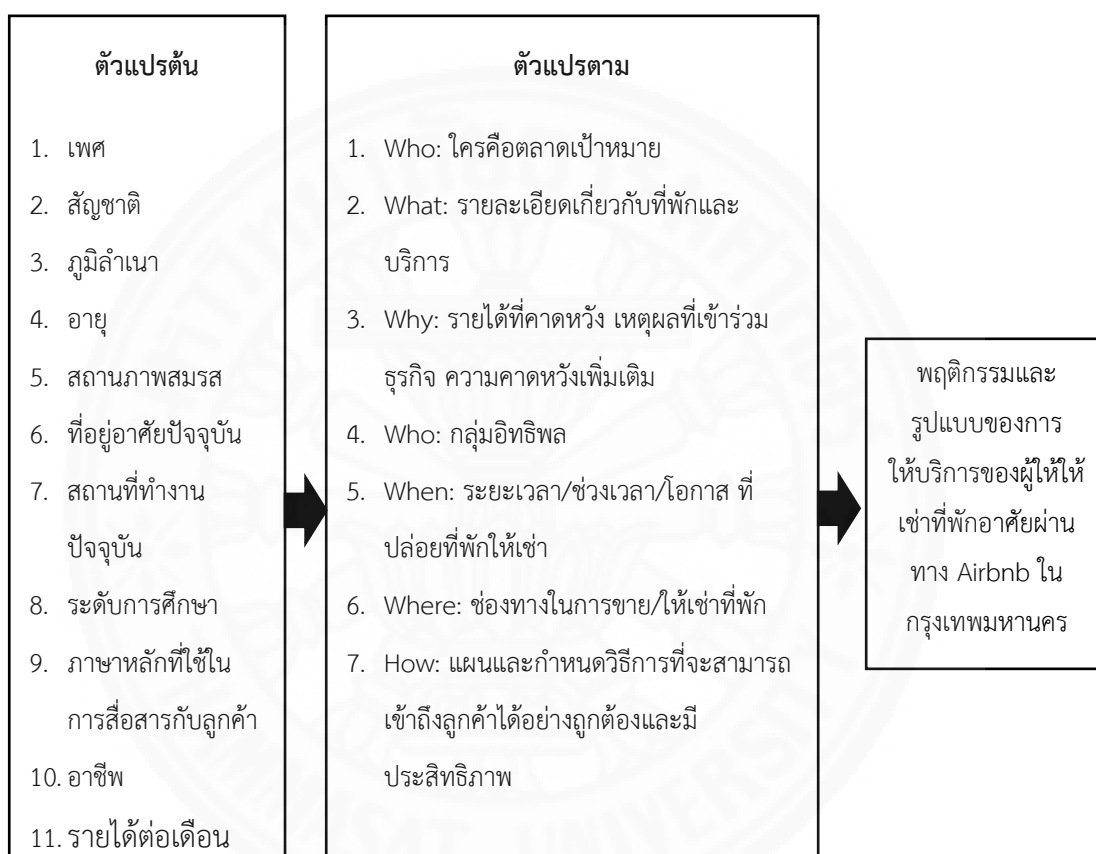
สำหรับขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานครจำนวน 50 คน จากจำนวนผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 400 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้จะดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการที่พัก Airbnb ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สำหรับแนวทางการศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษา ธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัย Airbnb ในกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังที่จะแสดงในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

ได้ทราบถึงพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการ ของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้ทรัพยากรแบบแบ่งปันหรือเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมสมัยใหม่เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้จากทรัพยากรที่ตนเองมี

เพื่อเป็นแนวทางอันเป็นประโยชน์ ต่อผู้ที่ให้บริการที่พักผ่านทาง Airbnb หรือผู้ที่มีความสนใจ และต้องการให้บริการเช่าที่พักผ่านทาง Airbnb สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ปรับปรุงการให้เช่าที่พักอาศัยของตนผ่านแอร์บีเอ็นบี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการ หรือนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อกระตุ้น และดึงดูด และสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการได้

เพื่อเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ต่อผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและที่พัก โดยสามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ ไปประยุกต์ใช้พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) คือ เว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถนำห้องว่างมาลงโฆษณาปล่อยเช่าให้กับนักเดินทางทั่วโลกได้ฟรี โดย Airbnb จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้ทั้งผู้เช่าและผู้ให้เช่า ผ่านทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ ทำให้ผู้เช่าสามารถค้นหาห้องพักได้สะดวกขึ้น และผู้ให้เช่าสามารถสร้างรายได้จากห้องว่าง อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนในการถ่ายภาพเพื่อลงโฆษณา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของที่พักอีกด้วย

ผู้ให้เช่าที่พักอาศัย (Host) คือ ผู้ที่ประกอบธุรกิจให้เช่าที่พักผ่าน Airbnb โดยที่ที่พักนั้น รวมไปถึงบ้าน อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม พูกที่นอน ห้องรับแขกภายในบ้าน หรือพื้นที่ใด ๆ ที่สามารถปล่อยให้เช่าได้ ซึ่งถือเป็นการทำกำไรจากการแบ่งปันทรัพยากรที่พักที่มีอยู่ โดยมี Airbnb เป็นศูนย์กลาง เชื่อมต่อระหว่างผู้ให้เช่าที่พัก และผู้ที่ต้องการเช่าที่พัก

เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) คือ รูปแบบของธุรกิจแบบใหม่ ซึ่งเป็นการนำเอาทรัพยากร (ที่พัก) ที่มีอยู่ มาแบ่งปันเพื่อสร้างรายได้ หรือผลตอบแทน โดยอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารบนโลกออนไลน์ เป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อ Airbnb ผู้วิจัยนี้ได้ศึกษาค้นคว้าแนวความคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังปรากฏรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ Airbnb
- 2.2 เศรษฐกิจแบ่งปันและข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้เช่า
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.4 แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ
- 2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ Airbnb



ภาพที่ 2.1 โลโก้ของ Airbnb

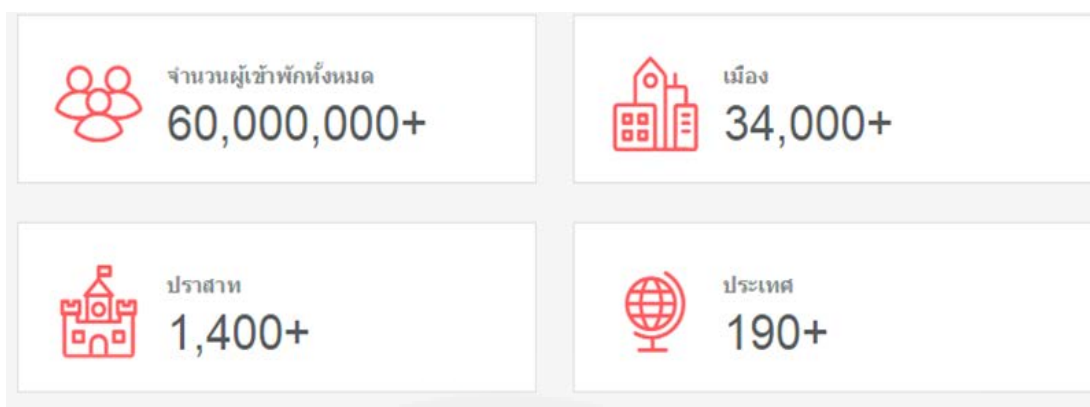
Airbnb ก่อตั้งขึ้นในเดือนสิงหาคมปี 2008 ในซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย Airbnb เป็นตลาดชุมชนที่เชื่อถือได้สำหรับลงประกาศ ค้นพบ และจองที่พักที่ไม่เหมือนใครทั่วโลก ไม่ว่าจะด้วยวิธีการออนไลน์ บนโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต ไม่ว่าจะป็นอพาร์ทเมนท์หนึ่งคืน ปราสาทหนึ่งสัปดาห์หรือวิลล่าหนึ่งเดือน Airbnb เชื่อมโยงคนกับประสบการณ์การเดินทางที่ไม่เหมือนใคร ที่ราคาใดก็ตามในมากกว่า 34,000 เมืองและ 190 ประเทศ และด้วยบริการลูกค้าระดับโลกและชุมชนผู้ใช้ที่

เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ Airbnb เป็นวิธีง่ายที่สุดให้คนมีรายได้จากที่พักของพวกเขาและแสดงที่พักให้คนหลายล้านคนเห็น



ภาพที่ 2.2 ผู้ก่อตั้ง Airbnb

ปัจจุบัน มีจำนวนผู้เข้าพักทั้งหมด 60 กว่าล้านคน และมีประเทศที่ใช้ Airbnb มากกว่า 190 ประเทศ มากกว่า 34,000 เมือง และปราสาทคลาสสิกสุดหรูหามากกว่า 1,400 แห่งทั่วโลก ดังภาพที่ 2.3 และ 2.4



ภาพที่ 2.3 สถิติผู้ใช้บริการ Airbnb ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.4 แผนภาพที่พักของ Airbnb จุดต่าง ๆ ทั่วโลก

การทำงานของ Airbnb นั้น เกิดจากการที่เจ้าของที่พักและนักเดินทางทุกคนมีความแตกต่างกัน โปรไฟล์ส่วนตัวบน Airbnb ช่วยให้เจ้าของที่พักและผู้เข้าพักเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกันและกันก่อนแบ่งปันที่พัก Airbnb ไม่แสดงชื่อเต็มหรือข้อมูลติดต่อบนโปรไฟล์สาธารณะ สมาชิกในชุมชนจึงมั่นใจได้ว่าข้อมูลของพวกเขาปลอดภัย โดยที่พักนั้นจะเป็นที่พักจากฟูกบนพื้นไปจนถึง

ปราสาทบนยอดเขา ที่พัก Airbnb แต่ละแห่งไม่เหมือนกัน ผลการค้นหามีทั้งบ้านทั้งหลัง ห้องส่วนตัว และห้องรวม ที่ราคาต่างกันไป เจ้าของที่พักบรรยายที่พักของพวกเขาแบบละเอียด รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกแต่ละรายการ เวลาที่ผู้เข้าพักเดินทางมาถึงและจากไป และผู้เข้าพักแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของพวกเขา

ทั้งนี้กลุ่มเจ้าของที่พักและการพบปะของชุมชนเกิดขึ้น ก็เพราะต้องการช่วยให้ชุมชนเชื่อมโยงกันผ่านฟอรัมออนไลน์และการพบปะจริง กลุ่ม Airbnb ช่วยให้เจ้าของที่พักพบปะกันออนไลน์เพื่อแบ่งปันเรื่องราว มุมมอง และคำแนะนำต่าง ๆ ทั้งเจ้าของที่พักและผู้เข้าพักใช้ การพบปะ Airbnb เพื่อหาคนในท้องถิ่นและนักเดินทางที่ชอบอะไรคล้าย ๆ กันในทั่วทุกมุมโลก

โดยรายได้ของ Airbnb มาจาก 2 ช่องทางดังต่อไปนี้ (คมคิด ชัชวราภรณ์. สืบค้นจาก <http://www.startitup.in.th/introducing-airbnb-startup/>)

- (1) เจ้าของที่พักคิดราคามาเท่าไร Airbnb จะบวกเพิ่มไปอีกร้อยละ 6-12
- (2) เมื่อผู้เข้าพักจ่ายเงิน ทาง Airbnb จะเก็บค่าธรรมเนียมจ่ายเงินอีกร้อยละ 3 จากเจ้าของที่พัก

อาจกล่าวได้ว่า Airbnb เป็นบริการที่ไว้วางใจได้ เพราะทำให้การแบ่งปันเป็นเรื่องง่าย สนุกสนาน และปลอดภัย โดยมีการยืนยันโปรไฟล์ส่วนตัวและที่พัก ดูและระบบรับส่งข้อความอัจฉริยะ เพื่อให้เจ้าของที่พักและผู้เข้าพักสื่อสารกันได้อย่างความแน่ใจ และจัดการแพลตฟอร์มที่ไว้วางใจได้เพื่อรวบรวมและโอนการชำระเงิน

2.2 เศรษฐกิจแบ่งปันและข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้เช่า

เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) คือ รูปแบบของธุรกิจแบบใหม่ ซึ่งเป็นการนำเอาทรัพยากร (ที่พัก) ที่มีอยู่ มาแบ่งปันเพื่อสร้างรายได้ หรือผลตอบแทน โดยอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารบนโลกออนไลน์ เป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย โดยแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน หมายความว่า ทรัพยากร (ที่พัก) สามารถแบ่งปันกันได้ ทำให้กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจบนโลกออนไลน์ ใครมีทรัพยากรอะไรก็สามารถนำมาแลกเปลี่ยนกันโดยไม่ต้องพึ่งพาระบบซื้อ ขาย-เช่า แบบเดิม

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้เช่า เป็นการศึกษาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อ Airbnb ซึ่ง Airbnb เป็นรูปแบบของที่พักให้เช่าประเภทหนึ่งที่มีผู้ให้เช่าและผู้เช่า ซึ่งการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้เช่า จะทำให้ทราบเกี่ยวกับ รูปแบบของที่

พักอาศัยให้เช่า ประเภทของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และราคาค่าที่พัก ดังปรากฏรายละเอียดดังนี้ (สมพล บั้งเงิน, 2556)

2.2.1 รูปแบบของที่พักอาศัยให้เช่า

รูปแบบของที่พักอาศัยให้เช่าตามระดับคุณภาพของการบริการ แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

(1) รูปแบบของที่พักอาศัยให้เช่าบริการระดับสูง เป็นการให้บริการที่พักสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่ใช้บริการที่พักระดับสูงนี้จะเป็นผู้บริโภคที่เป็นบุคคลสำคัญ มีกำลังทรัพย์ในการซื้อบริการที่พักระดับสูงเช่นกัน โดยลักษณะของที่พักให้เช่าระดับสูงส่วนใหญ่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน หูหรา และมีการสร้างความแตกต่างของที่พักให้รับรู้ได้ถึงความเป็นสิ่งพิเศษ และเป็นสิทธิพิเศษสำหรับบุคคลมีระดับ

(2) รูปแบบที่พักราคาให้เช่าบริการระดับกลาง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นั้นจะเป็นผู้ที่มีประกอบอาชีพที่มีฐานะอยู่ในระดับมาตรฐาน และเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสัดส่วนมากรองลงมาจากผู้ใช้บริการระดับประหยัด ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการระดับกลางนั้นจะต้องการที่พักอาศัยเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ เท่านั้น ไม่ต้องการความหรูหราหรือความพิเศษอื่น ๆ เพิ่มเติม

(3) รูปแบบที่พักราคาให้เช่าบริการระดับประหยัด กลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมากที่สุดใน 3 รูปแบบดังกล่าวข้างต้น โดยกลุ่มผู้ใช้บริการรายนี้จะต้องการเพียงการให้บริการระดับมาตรฐาน อาศัยแต่เพียงการพักผ่อนเท่านั้น โดยลักษณะที่พักราคาให้เช่าเพียงอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ ก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เลือกใช้บริการที่พักราคาให้เช่าสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้

2.2.2 ประเภทของที่พักให้เช่า

อพาร์ทเมนท์ เป็นลักษณะที่พักราคาให้เช่าที่ให้บริการพักราคาให้เช่ากับผู้เช่าเป็นรายเดือน ส่วนใหญ่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง แต่โดยภาพรวมแล้วจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ที่สามารถใช้บริการอยู่อาศัยได้อย่างไม่ขัดสน ไม่เดือดร้อนสำหรับการพักราคาให้เช่าในพื้นที่ดังกล่าว

เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ สำหรับเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะแตกต่างจากอพาร์ทเมนท์ธรรมดาปกติทั่วไปในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมต่าง ๆ เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ส่วนห้องครัวที่เพิ่มเติมในห้องพักราคาให้เช่าที่อำนวยความสะดวกได้อย่างครบถ้วนกว่าอพาร์ทเมนท์ธรรมดาทั่วไป ซึ่งจะมีอัตราค่าบริการพักราคาให้เช่าแพงกว่าอพาร์ทเมนท์

คอนโดมิเนียม/ห้องชุด สำหรับคอนโดมิเนียม จะเป็นลักษณะของการเช่าสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนรวมกันกับผู้ถือกรรมสิทธิ์รายอื่น ๆ ในคอนโดมิเนียม นั้น ๆ อาทิเช่น สิ่งอำนวยความสะดวกอย่าง สระว่ายน้ำ โถงทางเดิน สวนหย่อม ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น ซึ่งคอนโดมิเนียมหรือห้องชุดนั้นจะเป็น

ลักษณะของการซื้อขาดของผู้ถือกรรมสิทธิ์ โดยห้องพักของคนโตๆ จะมีความหรูหรากว่าอพาร์ทเมนท์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และมีอัตราค่าบริการให้เช่าแพงกว่า

บ้านเดี่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของบ้านเดี่ยวที่มีสวนกลาง เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น ครัวกว้างมากกว่าคอนโดฯ ซึ่งผู้ให้บริการเช่าบ้านเดี่ยวส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะผู้เช่าที่เป็นครอบครัว มีสัตว์เลี้ยงหรือลูกที่อยู่ในวัยเด็ก ที่ต้องการพื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัว

ทาวน์เฮ้าส์ จะใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยว แต่มีลักษณะของความเป็นชุมชนมากกว่า และมีความเป็นส่วนตัวน้อยกว่าบ้านเดี่ยว เนื่องจากว่าต้องอาศัยอยู่ภายในชุมชนที่มีกฎระเบียบและข้อบังคับเพื่อส่วนรวมอย่างเคร่งครัด และการแชร์สวนกลางต่าง ๆ ที่ต้องรับผิดชอบร่วมกันกับเจ้าของทาวน์เฮ้าส์รายอื่น ๆ ในชุมชนนั้น ๆ

2.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับที่พักให้เช่า

สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้เช่าได้เข้ามาใช้บริการ เพราะเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เพราะสำหรับผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวหรือเป็นนักเดินทาง ดังนั้น ยามเดินทางห่างไกลจากบ้าน จึงต้องการสิ่งจำเป็นหลากหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญสำหรับที่พักให้เช่า มี 4 ประการ ประกอบด้วย (1) ที่พักที่สะอาด เป็นสิ่งสำคัญในการเข้าพักอาศัยของผู้เช่า เพราะการเข้าพักที่สะอาดจะเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้กับผู้เช่า (2) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้เช่าส่วนใหญ่ นั้น จะจับจ่ายใช้สอยกับค่าอาหารและค่าเครื่องดื่มมากกว่าปกติ เพราะเหตุผลส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยว ดังนั้นที่พักส่วนใหญ่ควรมีบริการอาหารหลากหลายและอาหารท้องถิ่น เพราะอาหารทั้งสองประเภทเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ (3) สถานบริการ อาทิเช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานนันทนาการ ฯลฯ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวต้องจัดขึ้นให้เพียงพอกับความต้องการ การลงทุนกิจกรรมด้านนันทนาการบางอย่างก็ลงทุนไม่มากนัก จึงนับว่าเป็นการสร้างงานและการกระจายรายได้เป็นอย่างดีให้แก่บุคคลในท้องถิ่นในด้านร้านขายของที่ระลึก และ (4) ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ซึ่งสำหรับที่พักให้เช่าแล้ว สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ที่จะต้องทำให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการห้องพักให้เช่า เพื่อให้สามารถทำการติดต่อกับครอบครัว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความเพลิดเพลินในการพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประทับใจในการเข้าพัก

2.2.4 ราคาที่พัก

ราคาค่าที่พักเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดคุณค่าผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปของตัวเงินจัดเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากพิจารณาแล้วเห็นว่ามีความคุ้มค่า

ราคาจึงตัดสินใจซื้อ ด้วยเหตุนี้การกำหนดราคาจึงต้องกำหนดให้เหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์อย่างไรก็ตามในการกำหนดราคาค่าบริการมีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการกำหนดราคา ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน โดยส่วนใหญ่นิยมกำหนดราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งชั้นในระดับเดียวกัน (Morrison. 1989: 457 อ้างใน ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2544) ได้เสนอรูปแบบการกำหนดราคาคือการกำหนดราคาตามผู้นำตลาด (Follow-the-Leader Approach) และการกำหนดราคาตามคุณลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันดังนี้

(1) การกำหนดราคาตามผู้นำตลาด (Follow-the-leader approach) ส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาตามผู้นำตลาด จะเป็นผู้ประกอบการที่เข้าสู่ธุรกิจนั้น ๆ ในช่วงระยะเริ่มแรก โดยอาศัยการตั้งราคาตามผู้ที่เข้าธุรกิจมาก่อนหน้าหรือเป็นผู้นำตลาดอยู่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยอัตราราคาที่กำหนดนั้น ย่อมเป็นราคาที่เป็นมาตรฐานของราคาของสินค้าหรือบริการในช่วงเวลานั้น ๆ

(2) การกำหนดราคาตามคุณลักษณะของผู้บริโภค (Customer characteristics) การกำหนดราคาลักษณะ จะเป็นการกำหนดจากความคล้ายคลึงกันของสินค้าหรือบริการที่มีคุณลักษณะของผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการที่ใกล้เคียงกับธุรกิจนั้น ๆ โดยเฉพาะการอ้างอิงจากราคาที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด เป็นเกณฑ์ของการกำหนดราคา

(3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าหรือบริการ ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้การพิจารณาจากความสะดวกของผู้ใช้บริการที่จะเข้ามาใช้ได้โดยง่ายที่สุด โดยจะเลือกจากพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอาศัยอยู่เป็นเกณฑ์การพิจารณา

(4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดที่ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการพึงพอใจ ย่อมเกิดจากการกระตุ้นที่ความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าหรือบริการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้กับตนเองได้ โดยเฉพาะถ้าสินค้าหรือบริการนั้นเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นพื้นฐาน การส่งเสริมการตลาดที่ตรงประเด็นจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่ายมากขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์นั้น จะเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่นักการตลาดหรือผู้สนใจจะนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อที่จะเข้าใจกับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้หลักการสำคัญของแนวคิดดังกล่าวนี้ จะเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ต่าง ๆ ของมนุษย์ อาทิเช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพ ลักษณะครอบครัว ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจ ทศนคติ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น โดยสามารถจำแนกรายละเอียดได้ ดังนี้ มัทวัน กุศลอภิบาล (2555: 30)

2.3.1 ปัจจัยด้านเพศ

สำหรับปัจจัยด้านเพศนั้น เป็นสิ่งที่มีลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากว่าถ้ามีเพศหญิงและเพศชาย จะมีลักษณะของการตัดสินใจแตกต่างกันไป โดยเฉพาะพฤติกรรมระหว่างเพศหญิงและเพศชาย จะมีทัศนคติ เจตคติ แตกต่างกันไป จึงส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น หากจะต้องการที่จะศึกษาเกี่ยวกับเพศ ควรพิจารณาจากรายละเอียดของพฤติกรรม การแสดงออกของเพศหญิงและเพศชายว่าแตกต่างกันหรือไม่ ดังที่ มัทวัน กุศลอภิบาล ได้กล่าวไว้ว่า เพศเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างเด่นชัด โดยพิจารณาได้จากเพศหญิงนั้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงกว่าเพศชาย

2.3.2 ปัจจัยด้านอายุ

จากการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกัน จะทำให้ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันไป เนื่องจากนอกจากเพศแล้ว การที่บุคคลแต่ละบุคคลนั้น มีอายุแตกต่างกัน จะทำให้ประสบการณ์จากการดำเนินชีวิต ตลอดจนทัศนคติ เจตคติที่มีแตกต่างกันไปในแต่ละระดับช่วงอายุ วัยเด็กอาจจะต้องการของสิ่งหนึ่ง แต่พออายุมากขึ้น เติบโตมากขึ้น ความต้องการดังกล่าวก็จะลดน้อยลง เป็นต้น ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าความต้องการของแต่ละช่วงอายุนั้น จะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการภายในที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเกิดขึ้นได้จากปัจจัยแวดล้อมภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

2.3.3 ปัจจัยด้านการศึกษา

ตัวแปรด้านการศึกษา ถือเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะบุคคลที่มีระดับของการศึกษาสูงกว่าบุคคลที่มีการศึกษาน้อยกว่า มักจะมีเหตุและผลต่อการตัดสินใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า การศึกษานั้นมีส่วนต่อการพัฒนาทักษะและกระบวนการคิดเชิงเหตุผล โดยเฉพาะระดับการศึกษาในบุคคลที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษานั้น มักจะมีกระบวนการคิดและตัดสินใจเป็นกระบวนการและขั้นตอนมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา ที่จะมีกระบวนการคิดและตัดสินใจแตกต่างจากบุคคลที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาอย่างชัดเจน

2.3.4 ปัจจัยด้านรายได้

สำหรับตัวแปรด้านรายได้ เป็นสิ่งหนึ่งที่นักการตลาดและผู้สนใจจะทำการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อนิยมนำมาใช้เป็นตัวแปรในการแบ่งจำแนกฐานะของกลุ่มลูกค้าอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากว่ารายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือผู้บริโภคที่มีรายได้มากน้อยแตกต่างกันนั้น มักจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจ

2.3.5 ปัจจัยด้านอาชีพ

จากการศึกษาเกี่ยวกับอาชีพ พบว่าสิ่งที่เป็นตัวแปรสำคัญอีกตัวแปรหนึ่งตามแนวคิดของประชากรศาสตร์นั้น คือ อาชีพ เนื่องจากว่าอาชีพที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ล้วนมีหลักการของการตัดสินใจแตกต่างกันไป ตลอดจนทัศนคติที่แสดงออกผ่านพฤติกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าการที่บุคคลมีอาชีพแตกต่างกันนั้น จะทำให้มีประสบการณ์ต่อการทำงานแตกต่างกัน จึงส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันไปด้วย เหตุดังกล่าวนี้เองจึงจะพบได้บ่อยครั้งว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้บริโภค จะนิยมซื้อหรือตัดสินใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันเสมอ

2.3.6 ปัจจัยด้านสถานภาพ

จากการศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพ พบว่าบุคคลที่มีสถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ล้วนแล้วแต่จะมีประสบการณ์ของชีวิตแตกต่างกันไป เนื่องจากว่าสถานภาพต่าง ๆ เหล่านี้ จะส่งผลต่อรูปแบบและกระบวนการคิด เหตุและผลของการตัดสินใจเชิงเหตุผลที่แตกต่างกัน เนื่องจากว่าสถานภาพต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลให้เกิดประสบการณ์ในแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และจะทำให้เกิดทัศนคติที่แสดงออกผ่านพฤติกรรมของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป

2.3.7 ปัจจัยด้านลักษณะครอบครัว

จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะครอบครัว พบว่าสิ่งที่ทำให้บุคคลมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไปอย่างหนึ่ง คือ ลักษณะครอบครัว อาทิเช่น ครอบครัวขนาดเล็กที่มีจำนวนสมาชิกภายในครอบครัวไม่เกิน 3 คน ประกอบด้วย พ่อ แม่ และลูก ครอบครัวขนาดกลางที่มีจำนวนสมาชิกไม่เกิน 5 คน ประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก คุณตา และคุณยาย ตลอดจนครอบครัวขนาดใหญ่ ที่มีสมาชิกเกิน 5 คนขึ้นไป จะมีลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันไป เนื่องจากว่าครอบครัวแต่ละขนาด จะส่งผลและมีอิทธิพลต่อรูปแบบการคิดและการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคล และประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายในครอบครัว ก็จะทำให้มีความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมและการแสดงออก

กล่าวโดยสรุป แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์นั้น เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ รายได้ การศึกษา สถานภาพ ลักษณะครอบครัว ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อทัศนคติ พฤติกรรมการแสดงออก ตลอดจนการตัดสินใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ที่มีต่อ Airbnb ซึ่งถือว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธพลเชิงบวกและเชิงลบ โดยปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยต่อไป

2.4 แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ (Marketing Mix '7Ps)

สำหรับ Marketing Mix '7Ps หรือ ส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) สำหรับการบริการนั้นเป็นแนวคิดหนึ่งซึ่งช่วยอธิบายส่วนประสมเกี่ยวกับการบริการของ Airbnb ได้ เนื่องจาก Airbnb ถือเป็นบริการหนึ่งซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการ มีความสะดวกต่อการเช่าที่พักในการเดินทางได้ดีขึ้น ดังนั้นการศึกษาแนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการนี้ จะทำให้ทราบประเด็นของส่วนประสมทางการตลาดที่ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติต่อ Airbnb ในแต่ละด้านได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4.1 คุณลักษณะของบริการ

การบริการที่ดีหรือไม่ ผู้ใช้บริการจะพึงพอใจหรือไม่นั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากคุณลักษณะของบริการนั้น ๆ หากคุณลักษณะของบริการนั้นสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการนั้น คุณลักษณะของบริการนั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เนื่องจากคุณลักษณะของบริการที่แตกต่างไปในแต่ละธุรกิจ จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความเชื่อ ทัศนคติ และความคิดเห็นต่อการบริการให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการได้แตกต่างกันไป

2.4.2 ราคา

การกำหนดราคาของบริการได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ จะส่งผลให้เกิดความตระหนักในคุณภาพของบริการให้กับผู้บริโภคได้อย่างแตกต่างกัน เนื่องจากราคาของค่าบริการที่เหมาะสม ไม่ถูกและไม่แพงจนเกินไป จะทำให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้นเกิดความพึงพอใจ ประทับใจในการใช้บริการ และจะเกิดการใช้บริการซ้ำ ดังนั้น การกำหนดราคาค่าบริการที่ดีจะต้องพิจารณาจากคุณภาพของการให้บริการประกอบกับการกำหนดราคา

2.4.3 การจัดจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นช่องทางที่ผู้ใช้บริการจะเข้าถึงบริการได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็วมากที่สุดต่อทั้งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยเฉพาะการพิจารณา

สถานที่หรือพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริการจะอาศัยอยู่หรือเป็นแหล่งที่รวมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้ โดยบริการแต่ละบริการนั้นจะไม่เหมือนกัน และจะส่งผลให้กลุ่มลูกค้าที่จะใช้บริการจะแตกต่างกันไปด้วย

2.4.4 การส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการทุกราย ล้วนแล้วแต่ต้องมีการใช้การส่งเสริมการตลาดเพื่อส่งเสริมให้สินค้าหรือบริการของตนนั้นเกิดความต้องการใช้จากผู้ให้บริการหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องเพราะการจัดการส่งเสริมการตลาดที่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดีนั้น จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าและบริการตามมา ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดจึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ และส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้

2.4.5 กระบวนการ

สิ่งสำคัญสำหรับผู้ให้บริการที่จะพิจารณาประการหนึ่งกับสินค้าหรือบริการ คือ กระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ หากสามารถพัฒนาและปรับปรุงการกระบวนการให้บริการที่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้ จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจให้ในกระบวนการให้บริการ และจะทำให้เกิดความประทับใจอันมีผลมาจากกระบวนการให้บริการที่รวดเร็วประทับใจ

2.4.6 คุณภาพบริการ

สำหรับคุณภาพการให้บริการนั้น มีความสัมพันธ์ระหว่าง ประสิทธิภาพการให้บริการ กับ คุณภาพการบริการ เนื่องจากทั้งสองสิ่งนั้นจะต้องทำงานสอดประสานกัน จึงจะทำให้เกิดคุณภาพการบริการขึ้นมาได้ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจให้บริการนั้น จะต้องพิจารณาคุณภาพการบริการโดยจะต้องมีการบริการที่รวดเร็ว สะดวก มีประสิทธิภาพ จึงทำให้เกิดคุณภาพการบริการขึ้นมาได้ และจะส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของลูกค้าผู้ใช้บริการ

2.4.7 บุคลากรผู้ให้บริการ

กลไกสำคัญของการบริการประการหนึ่ง คือ บุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่ส่งโดยตรงต่อคุณภาพของการบริการ เนื่องจากบุคลากรผู้ให้บริการนั้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหลักต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำหรือการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หากบุคลากรผู้ให้บริการสร้างความประทับใจจากการให้บริการที่ดีมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้เกิดความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการและจะส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ และเกิดการบอกต่อความประทับใจในบริการให้บุคคลอื่น ๆ รับรู้ต่อไป

อาจกล่าวได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการนั้น เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถจำแนกรายละเอียดแต่ละด้านของ Airbnb ได้ เนื่องจาก Airbnb นั้น เป็นบริการรูปแบบ

หนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภครู้หรือผู้ใช้บริการ Airbnb นั้น สามารถหาที่พักได้สะดวกขึ้น และการตอบสนองกับการให้บริการดังกล่าวนี้ จะสามารถจำแนกส่วนประสมออกเป็น 7 ด้านด้วยกัน ได้แก่ คุณลักษณะของบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ คุณภาพบริการ และบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งแต่ละส่วนประสมแต่ละด้านนั้น ล้วนสามารถนำมาจำแนกและอธิบายการให้บริการของ Airbnb ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาต่อไปว่าในแต่ละส่วนประสมนั้น ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้น มีทัศนคติในแต่ละส่วนประสมอย่างไรบ้างต่อไป

2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น เป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler, P., & Armstrong, G. (2010) ได้อธิบายไว้ว่า จะประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยด้วยกัน กล่าวคือ จะเริ่มต้นจากการมีสิ่งกระตุ้นจากภายใน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้า โดยเป็นผลมาจากการมีแรงจูงใจจากภายในเกิดขึ้นมา ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่เกิดจากการจูงใจและจัดให้มีขึ้นจากผู้ให้บริการที่เป็นผู้สร้างปัจจัยดังกล่าวขึ้นมาจูงใจและจัดให้มีขึ้น หลังจากนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติต่อสิ่งกระตุ้นดังกล่าวนั้นตามมา จนกระทั่งทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ใช้บริการนั้นตามมา โดยเริ่มสิ่งที่เกิดขึ้นท้ายสุดนี้ว่าการตอบสนองของผู้บริโภค เพราะผลสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจนั้น ไม่ว่าจะตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ก็ตาม ตามหลักการแล้วสิ่งนั้นเป็นการตอบสนองของผู้ซื้อ

ทั้งนี้ การจะวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคให้ละเอียดนั้น จำเป็นต้องทำการศึกษเกี่ยวกับ การดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ตลอดจนรายละเอียดของการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงคำตอบที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจต่อการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น จะเป็นการศึกษาว่ากลุ่ม ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอย่างไรในการดำเนินชีวิต รวมถึงการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าและบริการอย่างไร ซึ่งหลักการที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคคือ หลัก 6Ws 1H ที่ต้องพิจารณาหลักต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตลาดเพื่อให้ได้รับคำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 7Os ดังแสดงในภาพที่ 2.5 (พิชามญช์ เดชรังษะ, 2554: 7)

Who: ใครคือตลาดเป้าหมาย	→	กลุ่มเป้าหมาย
What: ตลาดซื้ออะไร	→	ความต้องการ
Why: ทำไมจึงซื้อ	→	เหตุผล
Who: ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ	→	กลุ่มอิทธิพล
When: ซื้อเมื่อใด	→	โอกาสในการซื้อ
Where: ซื้อที่ไหน	→	แหล่งซื้อ
How: ซื้ออย่างไร	→	วิธีการซื้อ

ภาพที่ 2.5 คำถาม 6Ws 1H. โดย พิชามณูย์ เดชรังษฤษฎ์. (2554).

ใครคือตลาดเป้าหมาย ธุรกิจการให้บริการจะต้องมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ เนื่องเพราะการให้บริการจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ธุรกิจจึงจะสามารถตอบสนองกับความต้องการและสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะการพิจารณากำหนดตลาดเป้าหมาย จะทำให้กระบวนการให้บริการได้ตรงกับตลาดเป้าหมายต้องการ โดยเฉพาะหากการให้บริการนั้นเป็นสิ่งจำเพาะเจาะจงกับความต้องการของตลาด จะส่งผลให้การให้บริการแตกต่าง และการสร้างความต้องการและความพึงพอใจให้กับตลาดเป้าหมายได้ จะทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจได้เพราะการกำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

ตลาดซื้ออะไร ธุรกิจการให้บริการ จำเป็นต้องการพิจารณาว่าผู้ใช้บริการหรือกลุ่มเป้าหมายของบริการนั้น มีความต้องการสิ่งใด เพื่อที่จะสร้างหรือพัฒนาบริการให้ตอบสนองกับความต้องการซื้อนั้นได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจสินค้าและบริการที่มุ่งหวังจะสร้างการตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะต้องพิจารณา

ทำไมจึงซื้อ ธุรกิจสินค้าและบริการทุกประเภท จะต้องมีการคำนึงถึงเหตุผลของการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค เนื่องจากการทราบเหตุผลของการซื้อนั้น จะทำให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยจำเป็นต้องพิจารณาสินค้าและบริการนั้นว่าสามารถแก้ปัญหาใดให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด

ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ นอกจากพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือผู้บริโภคแล้ว จะต้องพิจารณาความเกี่ยวข้องของผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักอีกประการหนึ่งด้วย เนื่องเพราะว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม การที่ผู้บริโภคมีการติดต่อพบปะกับผู้อื่นย่อมเป็นสิ่งที่มียอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจใช้สินค้าหรือบริการ อาทิเช่น เพื่อน

แนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพชนิดหนึ่ง ซึ่งการแนะนำดังกล่าวนั้นก็อาจทำให้เกิดความสนใจต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นได้ เป็นต้น

ข้อเมื่อใด ทุกการตัดสินใจใช้สินค้าหรือบริการของผู้บริโภค แต่ครั้งนั้นจะมีช่วงเวลาการใช้สินค้าหรือบริการแตกต่างกัน เนื่องจากสาเหตุที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ แตกต่างกันไป โดยเฉพาะความต้องการในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง เช่น เทศกาลท่องเที่ยว เทศกาลต่าง ๆ ประจำปี ที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการทราบว่าคุณบริโภคจะตัดสินใจซื้อเมื่อใด เพราะเหตุใดจึงซื้อ จะทำให้ทราบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ข้อที่ไหน การทราบถึงช่องทางหรือแหล่งจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้โดยตรงและสะดวกรวดเร็วกับผู้บริโภคได้มากเท่าใด จะส่งผลให้ธุรกิจของสินค้าหรือบริการนั้นได้รับการเลือกใช้บริการจากผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคนั้นมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกต่อการใช้บริการ ดังนั้น มีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าผู้ใช้บริการจะตัดสินใจจากการที่สามารถเข้าถึงสินค้าหรือบริการนั้นได้โดยสะดวกกับตนมากที่สุด

ข้ออย่างไร การทราบถึงขั้นตอนหรือการออกแบบขั้นตอนการซื้อเพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด จะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้โดยง่าย เพราะผู้บริโภคมักมีความชอบและมีแนวโน้มที่จะใช้บริการกับผู้ให้บริการที่มีขั้นตอนการให้บริการที่ง่ายและสะดวกมากที่สุด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2014) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry พบว่าปัจจุบันมีการเพิ่มขึ้นของเทรนด์เศรษฐกิจแบ่งปัน โดยทำการศึกษาผลกระทบของ Airbnb ต่อธุรกิจของโรงแรมต่าง ๆ ในตลาดอุตสาหกรรม พบว่า เทรนด์เศรษฐกิจแบ่งปันดังกล่าวนี้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้รับความนิยมในระยะเวลาเพียงไม่นาน โดยเฉพาะรูปแบบของการให้บริการแบบเช่าระยะสั้น ตั้งแต่การแบ่งปันห้องพักที่ไม่ได้ใช้งาน นำมาแบ่งปันให้เช่าร่วมกัน โดยลักษณะดังกล่าวในปัจจุบัน ได้รับความนิยมไปทั่วโลกมากกว่า 10 ล้านคนที่นิยมในการใช้งานดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนั้นเป็นผลมาจากการกำเนิดขึ้นของ Airbnb ที่เข้ามาอุดช่องว่างที่ผู้บริโภคต้องการ

ทั้งนี้จากการศึกษาผลกระทบในโรงแรมต่าง ๆ พบว่า โรงแรมในรัฐเท็กซัส สหรัฐอเมริกา ได้รับผลกระทบโดยตรงจาก Airbnb เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการที่อาศัยอยู่ในตัวเมืองส่วนใหญ่ จะมีระดับของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันสูงกว่าในพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากเป็นไปได้ว่าอัตราค่าเช่าที่พักระยะสั้นต่าง ๆ ในพื้นที่ดังกล่าว มีอัตราและราคาแพงกว่าพื้นที่อื่น ๆ จึงเป็นตัวเลือกหนึ่งของการนำเศรษฐกิจแบบแบ่งปันมาประยุกต์ใช้ในการปล่อยเช่าที่พักแบบระยะสั้นทุกประเภท

นอกจากนี้ ทางด้านภาครัฐเอง ก็มีการวางแผนและแนวทางเพื่อการจัดเก็บภาษีอย่างเหมาะสมกับรูปแบบของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันที่พักอาศัยดังกล่าว เพื่อนำมาพัฒนาอย่างเหมาะสม เนื่องจากในปัจจุบันมีโรงแรมจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถปรับตัวได้ และได้รับผลกระทบโดยตรงต่อการก่อการเกิดขึ้นจาก Airbnb จำนวนมาก แม้ว่าอัตราส่วนในปัจจุบันจะมีการเลิกกิจการไม่มากนัก แต่ก็ยังเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งทางรัฐเท็กซัสก็ได้พยายามที่จะควบคุมโดยการออกกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม

Fradkin, A., Grewal, E., Holtz, D., & Pearson, M. (2015, June) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Bias and Reciprocity in Online Reviews: Evidence From Field Experiments on Airbnb. พบว่า จากการประเมินความคิดเห็นจากผู้บริโภคที่มีต่อ Airbnb ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือมากเพียงพอ มีศักยภาพที่จะให้บริการได้ และส่วนใหญ่จะมีการสืบค้นข้อมูลก่อนการตัดสินใจใช้บริการจากการอ่านบททวนความคิดเห็นจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อนหน้านั้นแล้ว ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เคยใช้บริการผ่าน Airbnb มีทัศนคติเชิงบวกมากถึง ร้อยละ 97 ของผู้ที่เคยใช้บริการ อีกทั้งเมื่อสอบถามความคิดเห็นต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวแบบปกติ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชิงบวกเพียง ร้อยละ 74 เท่านั้น ซึ่งน้อยกว่าการใช้งานผ่าน Airbnb ซึ่งจากการทดลองดังกล่าวนี้ ยังทำให้ทราบได้อีกว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่หันมานิยมใช้งานผ่าน Airbnb ซึ่งจะเกิดขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และจะมีการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระตามประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

Guttentag, D. (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector พบว่า มีการเพิ่มจำนวนมากขึ้นจากการท่องเที่ยวที่ใช้งานผ่าน Airbnb โดยเป็นรูปแบบของที่พักให้เช่าจากการเทรนด์เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เนื่องจาก Airbnb เป็นเว็บไซต์ประเภทหนึ่งซึ่งปัจจุบันได้ให้บริการที่จะให้บุคคลธรรมดาที่มีที่พักอาศัยทุกรูปแบบ นำมาปล่อยให้เช่าระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว แต่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ระยะสั้น ที่เป็นการปล่อยให้เช่ารายวัน เนื่องจากที่พักเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณแหล่ง

ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ดังนั้นจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ให้เช่า โดยลักษณะบริการดังกล่าว เติบโตขึ้นอย่างมาก และเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีการใช้บริการในแต่ละวันมากกว่าหลายล้านคนต่อการเข้าพักที่ผู้ให้เช่าประกาศผ่าน Airbnb เหล่านี้ การเพิ่มขึ้นของจำนวนการใช้บริการดังกล่าวนี้ เป็นการปฏิวัติวงการอุตสาหกรรมโรงแรม เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องมาจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางอินเทอร์เน็ตที่ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบที่ทันสมัยและตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น โดย Airbnb ได้มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน จึงทำให้สามารถสร้างความแตกต่างให้กับบริการของตนได้ เนื่องจากสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ให้บริการและสร้างรายได้ให้กับผู้ให้เช่า ตลอดจนการเข้ามาเติมเต็มและลดช่องว่างทางการแข่งขันให้น้อยลงสำหรับผู้ให้เช่าจำนวนมาก แต่ทว่า รูปแบบการให้บริการลักษณะดังกล่าวของ Airbnb นั้น ยังไม่มีกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน และสอดคล้องเพียงพอกับบริการดังกล่าว และสถานะปัจจุบันของ Airbnb ยังเป็นบริการที่ผิดกฎหมายและมีปัญหาด้านจัดเก็บภาษี

Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015, February) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Monetizing Network Hospitality: Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb พบว่า มีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ใช้งานกับผู้ใช้งานด้วยกัน เป็นลักษณะของ Airbnb ที่สามารถกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งสร้างรายได้จากการให้บริการผ่านเครือข่ายของ Airbnb และผู้ใช้งานอีกคนหนึ่งสามารถใช้บริการเพื่อทดแทนและตอบสนองกับความต้องการและประหยัดค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการนั้นได้ ซึ่งเป็นรูปแบบของความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เนื่องจากผู้ใช้งาน Airbnb นั้นต่างได้รับผลประโยชน์ต่างตอบแทนจากการใช้งานเครือข่ายผ่าน Airbnb กล่าวคือ ผู้ให้เช่านั้นสามารถสร้างรายได้จากที่พักอาศัยของตนให้เกิดประโยชน์มากขึ้น และผู้บริการหรือผู้เช่านั้นสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเข้าพักอาศัยระยะสั้นจากการใช้บริการจากผู้ให้เช่าที่มีการนำห้องพักอาศัยมาแบ่งปันให้เช่า

Loucks, T. G. (2014) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Travelers Beware: Tort Liability in the Sharing Economy. พบว่า แม้ว่าการใช้งานผ่านเครือข่าย Airbnb จะได้รับความนิยมมากขึ้นก็ตาม เนื่องจากสาเหตุที่ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการผ่านผู้ให้เช่าผ่าน Airbnb และได้รับประโยชน์จากการใช้งานดังกล่าวเป็นอย่างมาก แต่ทว่า การใช้งานดังกล่าวนี้มีความเสี่ยง เนื่องจากผู้ให้เช่านั้นไม่ได้อยู่ภายใต้การอนุญาตเปิดดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย นั่นแปลว่า การที่ผู้ให้เช่าดำเนินการในลักษณะดังกล่าวนี้ ไม่มีภาระผูกพันหรือข้อควรปฏิบัติต่อผู้บริการอย่างเคร่งครัดเหมือนผู้ให้เช่าที่เป็นผู้ประกอบการโรงแรมที่จะต้องมีการขออนุญาตและปฏิบัติต่อผู้บริการอย่างเคร่งครัดในด้านต่าง ๆ ที่ต้องเป็นไปตามกฎหมาย ดังนั้น หากมีปัญหาใด ๆ เกิดขึ้น

ความคุ้มครองทางด้านกฎหมายจะไม่สามารถให้ความคุ้มครองให้กับผู้ใช้บริการได้ ซึ่งถือว่าเป็นความเสี่ยงรูปแบบหนึ่งของการใช้บริการผ่าน Airbnb ทั้งนี้ จากการศึกษาดังกล่าว ยังพบว่า ในหลาย ๆ รัฐของสหรัฐอเมริกาเอง ก็มีมุมมองและท่าทีต่อ Airbnb และบริการลักษณะคล้ายกันที่มีการใช้งานในรูปแบบของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนี้ไปในทิศทางที่แตกต่างกันไป โดยมีเหตุผลหลากหลายที่นำมาโต้แย้งและยังไม่สามารถหาข้อยุติในประเด็นดังกล่าวได้ โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจและความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากบริการต่าง ๆ เหล่านี้

Aloisi, A. (2015). ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Commoditized Workers The Rising of On-Demand Work, A Case Study Research on a Set of Online พบว่า แพลตฟอร์มเกิดใหม่ในธุรกิจแบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนั้น ส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางที่เข้ามาเติมเต็มช่องว่างทางการตลาด อีกทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสิ่งที่ประหยัดหรือสิ่งที่แลกเปลี่ยนที่มีความคุ้มค่าต่อการใช้จ่าย สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย การใช้งานที่มีทางเลือกมากขึ้นไม่จำเป็นต้องแย่งกันใช้ และกฎหมายที่เอื้อประโยชน์กับการใช้งาน

Malmborg, L., Light, A., Fitzpatrick, G., Bellotti, V., & Brereton, M. (2015, April). ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Designing for Sharing in Local Communities พบว่า ชุมชนท้องถิ่นในหลายพื้นที่มีการใช้รูปแบบของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันเข้ามาประยุกต์ใช้ เนื่องการพัฒนาทางเทคโนโลยีและรูปแบบการใช้งานดังกล่าวสามารถที่นำทักษะและทรัพยากรของแต่ละบุคคลที่ตนเองมีอยู่แล้ว นำมาแบ่งปันเพื่อสร้างรายได้ให้กับตน โดยเฉพาะการนำมาทำเป็นธุรกิจที่สามารถตอบสนองกับความต้องการรูปแบบการทำงาน คุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ สังคม และความยืดหยุ่นต่อการทำงานที่สามารถกำหนดได้

Panda, R., Verma, S., & Mehta, B. (2015) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Emergence and Acceptance of Sharing Economy in India: Understanding through the Case of Airbnb โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทราบถึงการปรับตัวเข้ากับโลกิวิวัฒน์ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงและยุคของเทคโนโลยี ซึ่งทำการศึกษา Airbnb ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการให้บริการห้องพักให้เช่ารูปแบบใหม่ที่ผู้ให้เช่าจะเป็นบุคคลใดก็ได้ที่มีห้องว่าง และสามารถนำมาให้เช่าได้ ซึ่งการให้เช่าลักษณะดังกล่าว เป็นการให้เช่าในรูปแบบออนไลน์ ภายในประเทศและจากต่างประเทศ

ทั้งนี้การศึกษาดังกล่าว พบว่าการแชร์ทรัพยากรลักษณะดังกล่าว เป็นรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมและมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต โดยมีตัวอย่างจากการที่ผู้เช่าและผู้ให้เช่า Airbnb ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยการแชร์ทรัพยากรลักษณะดังกล่าวนั้นผู้เช่าให้สัมภาษณ์ว่า สิ่งแรกที่พิจารณาจากปัจจัยบริการห้องพักให้เช่า คือ คอมเมนต์ของผู้ที่เคยใช้บริการ

สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่หรือทำเล ความปลอดภัย ความสะอาด และราคาห้องพักให้เช่า ทุกปัจจัยเป็นสิ่งที่ผู้เช่าจะพิจารณาก่อนทำการจองห้องพักให้เช่าผ่าน Airbnb ซึ่งเป็นสิ่งที่มีประโยชน์สำหรับทุกคนที่ต้องการจะให้เช่าห้องพักและนักการตลาดที่จะปรับปรุงกลยุทธ์ในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมต่อไป

Mikhalkina, T., & Cabantous, L. (2015, January) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Business model innovation: How iconic business model emerges. พบว่า ธุรกิจที่โดดเด่นที่สุดในปัจจุบัน และได้รับการจับตามอง เป็นธุรกิจประเภทเกี่ยวกับการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน โดยเฉพาะ Airbnb ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากที่สุดในปัจจุบัน โดยเป็นการแชร์ทรัพยากรระหว่างบุคคลกับบุคคล (peer-to-peer) ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกิจที่โดดเด่นและได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว เพราะเป็นการทำธุรกิจที่สามารถกำหนดรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเป็นการใช้ทรัพยากรของแต่ละบุคคลที่มี นำออกมาทำเป็นธุรกิจ ก่อให้เกิดรายได้ และไม่ซับซ้อนในการดำเนินกิจการ ซึ่งกระแสดังกล่าวนี้ทำให้ทราบนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป และจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ให้ครอบคลุมอย่างหลากหลายรูปแบบ

Stemler, A. (2014) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Betwixt and Between: Regulating the Sharing Economy. พบว่า แม้ว่าการแบ่งปันทรัพยากรระหว่างบุคคลกับบุคคล จะได้รับความนิยมมากเพียงไร แต่ทว่าสิ่งที่ปัญหาและอุปสรรคใหญ่สำหรับรูปแบบของธุรกิจดังกล่าวนี้ เป็นอุปสรรคด้านกฎหมายที่มีจำนวนมาก เพราะสำหรับบางพื้นที่แล้ว เป็นสิ่งที่ขัดต่อหลักกฎหมายเป็นอย่างมาก เพราะตามระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของบางพื้นที่นั้น ยังไม่เปิดรับรูปแบบธุรกิจใหม่นี้เท่าที่ควร เพราะรูปแบบของการให้บริการจากธุรกิจออนไลน์ประเภทดังกล่าว มักจะไม่สอดคล้องกับกฎหมายที่มี ซึ่งเป็นลักษณะครอบคลุมเฉพาะธุรกิจออฟไลน์แต่เพียงเท่านั้น

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษาธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัย Airbnb ในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการ ของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ ประชากร คือ กลุ่มผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb โดยกลุ่มตัวอย่าง หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) คือตัวแทนของผู้ให้เช่าที่พักในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสืบค้นจากข้อมูลในเว็บไซต์ <http://www.airbnb.com> ได้ระบุจำนวนผู้ให้เช่าที่พักในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จึงกำหนดขนาดของตัวอย่างประชากร โดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Taro Yamane, 1976) และกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะมีความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 14 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดในการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	e	แทนค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง
	N	แทนขนาดของประชากร

จากสูตรข้างบน แทนค่าได้ ดังนี้

$$n = \frac{400}{1+400(0.14)^2} = 45.25 \text{ หรือ } 46 \text{ คน}$$

และเพื่อให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์ จึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง ร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่าง ($45.25 \times 10\% = 4.5$) ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จึง เท่ากับ 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยทำการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จากเจ้าของห้องพัก อาศัยที่ให้เช่าห้องในกรุงเทพมหานคร สืบค้นจากเว็บไซต์ <http://www.airbnb.com> และผู้วิจัยทำการ แจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ เฉพาะกับผู้ที่มีความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเท่านั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการ ของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานครนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือ โดยแต่ละชุดจะแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูล พื้นฐานของผู้ที่ให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันผ่านทางแอร์บีเอ็นบีในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะ บ่งชี้ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่อยู่อาศัย สถานที่ ทำงานปัจจุบัน และภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจเช็ค ได้แก่

- (1) เพศ
- (2) สัญชาติ
- (3) ภูมิลำเนา
- (4) อายุ
- (5) สถานภาพสมรส
- (6) ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน
- (7) สถานที่ทำงานปัจจุบัน
- (8) ระดับการศึกษา
- (9) ภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า

(10) อาชีพ

(11) รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค (หลัก 6Ws1H) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของผู้ให้บริการที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb โดยใช้หลัก 6Ws1H ในการตั้งคำถาม เพื่อให้ทราบถึง รายละเอียดรายละเอียดเกี่ยวกับที่พักและบริการ รายได้ที่คาดหวัง เหตุผลที่เข้าร่วมธุรกิจ ความคาดหวังเพิ่มเติม กลุ่มอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม Airbnb ระยะเวลา/ช่วงเวลา/โอกาส ที่ให้บริการที่พักให้เช่า รวมไปถึงช่องทางในการให้บริการที่พักอื่น ๆ นอกเหนือไปจาก Airbnb โดยใช้โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบเช็ค (Check list) และใช้การประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale) สำหรับข้อมูลในส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และความคิดเห็นต่อวิธีการที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ได้แก่

- (1) Who: ใครคือตลาดเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- (2) What: รายละเอียดเกี่ยวกับที่พักและบริการ
- (3) Why: รายได้ที่คาดหวัง เหตุผลที่เข้าร่วมธุรกิจ และความคาดหวังเพิ่มเติม
- (4) Who: กลุ่มอิทธิพล
- (5) When: ระยะเวลา/ช่วงเวลา/โอกาส ที่ปล่อยที่พักให้เช่า
- (6) Where: ช่องทางในการขาย/ให้เช่าที่พัก
- (7) How: วิธีการที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามงานวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบปรับปรุงความสมบูรณ์และความถูกต้องให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้างเนื้อหาและภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและสามารถครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2543: 115 - 117) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.06 ขึ้นไป เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพพร้อมจัดพิมพ์แบบสอบถามใหม่

นำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้กับประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นไปใช้จริงกับประชากร/กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้และนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิชาการ ดังนี้

จัดทำแบบสอบถามโดยใช้รูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire)

ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2559 ถึงวันที่ 5 มิถุนายน 2559 รวมเวลา 60 วัน

เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ความครบถ้วนในเนื้อหาที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปด้วยสถิติเชิงพรรณนา ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ จำนวนและค่าร้อยละ

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และใช้เกณฑ์การประมาณค่า 5 ระดับ และนำเสนอในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายผลการศึกษา โดยกำหนดการให้คะแนนดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 99 - 100) ดังนี้

ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับการตัดสินใจมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับการตัดสินใจน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยเกณฑ์คะแนนของคำตอบของแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 99-100) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51-5.00	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51-2.50	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.50	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันกรณีศึกษา การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการ ของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานครมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานคร

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	14	28
หญิง	36	72
รวม	50	100
2. สัญชาติ		
ไทย	45	90
อื่น ๆ	5	10
รวม	50	100
3. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพ	41	82
ต่างจังหวัด	2	4
ต่างประเทศ	7	14
รวม	50	100

ตารางที่ 4.1

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4. อายุ		
21-30 ปี	9	18
31-40 ปี	26	52
41-50 ปี	14	28
60 ปีขึ้นไป	1	2
รวม	50	100
5. สถานภาพ		
โสด	32	64
สมรส	13	26
หย่า/หม้าย	5	10
รวม	50	100
6. ที่อยู่ปัจจุบัน		
กรุงเทพ	44	88
ต่างจังหวัด	3	6
ต่างประเทศ	3	6
รวม	50	100
7. สถานที่ทำงาน		
กรุงเทพ	44	88
ต่างประเทศ	6	12
รวม	50	100
8. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	24	48
สูงกว่าปริญญาตรี	26	52
รวม	50	100

ตารางที่ 4.1

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
9. ภาษาหลักที่ใช้สื่อสาร		
ภาษาอังกฤษ	46	92
ภาษาอื่น ๆ	4	8
รวม	50	100
10. อาชีพปัจจุบัน		
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	14	28
พนักงานบริษัทเอกชน	28	56
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	14
เกษียณอายุ	1	2
รวม	50	100
11. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	5	10
30,001-60,000 บาท	5	10
60,001-90,000 บาท	17	34
90,001-120,000 บาท	16	32
120,001-150,000 บาท	1	2
150,000 บาทขึ้นไป	6	12
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของห้องพักอาศัยที่ให้เช่าห้องในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คนจำแนกตาม เพศ สัญชาติ ภูมิลำเนา อายุ สถานภาพ ที่อยู่ ปัจจุบัน สถานที่ทำงาน ระดับการศึกษาสูงสุด ภาษาหลักที่ใช้สื่อสาร อาชีพปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28

สัญชาติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนสัญชาติไทย จำนวน 45 คน คิดเป็น ร้อยละ 90

ภูมิลำเนา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82

อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28

สถานภาพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26

ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 88

สถานที่ทำงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานอยู่กรุงเทพฯ จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 88

ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ภาษาหลักที่ใช้สื่อสาร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 92

อาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 28 คน คิด เป็นร้อยละ 56 รองลงมา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 - 90,000 บาทจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา 90,001-120,000 บาทจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อย ละ 32

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทของที่พัก		
อพาร์ทเมนท์	35	70
บ้าน	11	22
ที่พักพร้อมอาหารเช้า	4	8
รวม	50	100
2. ปีที่ซื้อที่พักอาศัย		
2013-2014	16	32
2011-2012	12	24
ซื้อก่อนปี 2008	12	24
2015-2016	7	14
2009-2010	3	6
รวม	50	100
3. ราคาที่พักอาศัยที่ซื้อ		
70,000-89,999 บาท/ตรม.	25	50
ต่ำกว่า 50,000 บาท/ตรม.	11	22
50,000-69,999 บาท/ตรม.	10	20
90,000-119,999 บาท/ตรม.	2	4
120,000-159,999 บาท/ตรม.	2	4
มากกว่า 160,000 บาท/ตรม.	0	0
รวม	50	100

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
4. กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน		
ผ่อนชำระกับทางธนาคารอยู่	32	64
ผู้ให้เช่าเป็นเจ้าของ	12	24
ครอบครัวผู้ให้เช่าเป็นเจ้าของ	3	6
ทำสัญญาเช่าจากเจ้าของที่พัก	3	6
รวม	50	100
5. ลักษณะการใช้งานที่พักอาศัย ก่อนที่จะนำมาปล่อยให้เช่า		
ลงทุนเพื่อปล่อยเช่า	22	44
ใช้อยู่อาศัยเอง	18	36
รอขายหรือเก็งกำไร	8	16
ไม่มีการใช้ประโยชน์	2	4
รวม	50	100
6. รูปแบบของห้องพัก		
บ้าน/อพาร์ทเมนท์ทั้งหลัง	38	76
ห้องส่วนตัว	12	24
รวม	50	100
7. ที่ตั้งของที่พัก		
รัชดา-ห้วยขวาง	7	14
พหลโยธิน	5	10
สุขุมวิท 24	5	10
บางกรวย ไทรน้อย นนทบุรี	4	8
พระราม 2	3	6
สุขุมวิท 55	3	6

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
7. ที่ตั้งของที่พัก (ต่อ)		
สุขุมวิท 23	3	6
คลองสาน	2	4
รังสิต	2	4
ลาดพร้าว	2	4
สะพานสูง	2	4
สุขุมวิท 71	2	4
สุขุมวิท 105	2	4
สุขุมวิท 102	2	4
อื่น ๆ	4	8
อารีย์	1	2
เพลินจิต	1	2
รวม	50	100
8. จุดเด่นด้านทำเล		
มีระบบขนส่งรางพาดผ่าน	35	70
อยู่ในแหล่งชุมชน	12	24
ติดถนนใหญ่	3	6
รวม	50	100
9. ขนาดพื้นที่ของที่พัก		
30-40 ตรม.	19	38
มากกว่า 70 ตรม.	11	22
ต่ำกว่า 30 ตรม.	6	12
40-50 ตรม.	6	12

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
9. ขนาดพื้นที่ของที่พัก (ต่อ)		
50-60 ตรม.	5	10
60-70 ตรม.	3	6
รวม	50	100
10. จำนวนแขกที่เข้าพัก		
4 คน	14	28
2 คน	10	20
6 คน	9	18
3 คน	8	16
5 คน	3	6
8 คน	2	4
มากกว่า 10 คน	4	8
รวม	50	100
11. จำนวนห้องนอน		
1 ห้อง	23	46
2 ห้อง	16	32
3 ห้อง	5	10
4 ห้อง	2	4
มากกว่า 5 ห้อง	4	8
รวม	50	100
12. จำนวนห้องน้ำ		
1 ห้อง	24	48
2 ห้อง	20	40
4 ห้อง	2	4

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
12. จำนวนห้องน้ำ (ต่อ)		
6 ห้อง	2	4
8 ห้อง	1	2
9 ห้อง	1	2
รวม	50	100
13. สิ่งอำนวยความสะดวก (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
เครื่องปรับอากาศ	50	100
เครื่องทำความร้อน (เครื่องทำน้ำอุ่น)	48	96
ห้องครัว (ที่พักที่ผู้เข้าพักทำอาหารทานเองได้)	46	92
ทีวี	43	86
อินเทอร์เน็ต (เข้าถึงที่พักได้ตลอดเวลา)	39	78
สิ่งจำเป็น (ผ้าขนหนู ผ้าคลุมเตียง สบู่และกระดาษชำระ)	38	76
มีที่จอดรถฟรีบริเวณที่พัก	38	76
สระว่ายน้ำ (ส่วนตัวหรือที่ใช้ร่วมกัน)	34	68
ยิม (ในอาคาร ฟรีหรือมีค่าธรรมเนียม)	32	64
สถานที่ทำงานที่เป็นมิตรกับแล็ปท็อป	32	64
เครื่องซักผ้า (ในอาคาร ฟรีหรือมีค่าธรรมเนียม)	29	58
เคเบิลทีวี	18	36
อาหารเช้า (มีอาหารเช้าให้)	8	16

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
14. คุณลักษณะพิเศษของที่พัก		
เป็นมิตรกับครอบครัว/เด็ก	33	66
อื่น ๆ	5	10
ที่มีสัตว์เลี้ยง	3	6
ผู้พิการเข้าถึงได้	3	6
สูบบุหรี่ได้	2	4
เหมาะสำหรับจัดงาน	2	4
นำสัตว์เลี้ยงเข้ามาได้	2	4
รวม	50	100
15. เหตุผลที่ร่วมธุรกิจ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)		
เป็นอาชีพเสริม (เพียงอย่างเดียวเท่านั้น)	30	60
เป็นอาชีพเสริม และการได้พบปะผู้คนใหม่ ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์	7	14
เป็นอาชีพหลัก (เพียงอย่างเดียวเท่านั้น)	6	12
เป็นอาชีพเสริม การได้พบปะผู้คนใหม่ ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และได้ฝึกทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ	5	10
เป็นอาชีพหลัก และการได้พบปะผู้คนใหม่ ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์	2	4
รวม	50	100
16. ระดับความพึงพอใจ		
พอใจ	37	74
พอใจน้อย	8	16
พอใจมากที่สุด	5	10

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
16. ระดับความพึงพอใจ (ต่อ)		
รวม (ค่าเฉลี่ย = 3.04)	50	100
17. จำนวนแขกเฉลี่ย		
8 คน	8	16
10 คน	8	16
15 คน	8	16
20 คน	5	10
2 คน	3	6
3 คน	1	2
4 คน	1	2
5 คน	4	8
12 คน	4	8
9 คน	2	4
18 คน	2	4
16 คน	1	2
22 คน	1	2
60 คน	1	2
80 คน	1	2
รวม (ค่าเฉลี่ย = 13.5 คน)	50	100
18. ระดับราคาต่อคืน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	9	18
1,001 - 2,000 บาท	28	56

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
18. ระดับราคาต่อคืน (ต่อ)		
2,001-3,000 บาท	7	14
3,001-4,000 บาท	2	4
4,000-5,000 บาท	2	4
มากกว่า 5,000 บาท	2	4
รวม	50	100
19. ระยะเวลาที่เข้าร่วมAirbnb		
1-2 ปี	22	44
น้อยกว่า 1 ปี	20	40
3-4 ปี	8	16
รวม	50	100
20. ผู้แนะนำ		
จากเพื่อนหรือคนรู้จักได้ยืมหรือรู้จักและเล่าสู่กันฟัง	17	34
จากเพื่อนหรือคนรู้จักซึ่งเป็น Host ของ Airbnb แนะนำ	15	30
จากประสบการณ์ตรงในการเข้าพักอาศัยที่พักของ Airbnb	9	18
จากอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย	9	18
รวม	50	100
21. ใช้สื่อใดเพิ่มในการลงประกาศให้เช่าที่พัก		
ไม่มี	17	34
Property Agent	16	32
Social Media เช่น Facebook Instagram	8	16
ประกาศผ่าน Free Listing เว็บไซต์	5	10

ตารางที่ 4.2

แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
21. ใช้สื่อใดเพิ่มในการลงประกาศให้เช่าที่พัก (ต่อ)		
ประกาศผ่านเว็บไซต์ Agoda.com	2	4
ประกาศผ่านเว็บไซต์ Booking.com	2	4
รวม	50	100
22. ระยะเวลาให้เช่า		
รายวัน	26	52
รายเดือน	11	22
รายสัปดาห์	9	18
รายปี	4	8
รวม	50	100
23. ช่วงเวลาให้เช่า		
ทุกวัน	45	90
ช่วงที่ไม่อยู่บ้านชั่วคราว	3	6
ช่วงวันหยุด	2	4
รวม	50	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานครดังนี้

ประเภทของที่พักพบว่าที่พักส่วนใหญ่เป็นอพาร์ทเมนท์หรือห้องชุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70

ปีที่ซื้อที่พักอาศัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อที่พักอาศัยปี 2013 – 2014 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา 2011 - 2012 ซื้อก่อนปี 2008 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ราคาที่พักอาศัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อที่พัก ในระดับราคา 70,000 - 89,999 บาท/ตรม. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50

กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผ่อนชำระกับทางธนาคารอยู่ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64

ลักษณะการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานลงทุนเพื่อปล่อยเช่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา ใช้อาศัยเองจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36

รูปแบบของห้องพัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีห้องพักแบบบ้าน/อพาร์ทเมนท์ทั้งหลัง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมา ห้องส่วนตัวจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ทำเลที่ตั้งของที่พัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่รัชดา-ห้วยขวาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาอยู่พหลโยธินจำนวน 5 คน และสุขุมวิท 24 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาคือ บางกวยจำนวน 4 คน ไทน้อยจำนวน 4 คน นนทบุรีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

จุดเด่นด้านทำเล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำเลมีจุดเด่น คือ มีระบบขนส่งทางพาดผ่านจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา อยู่ในแหล่งชุมชนจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ขนาดพื้นที่ของที่พัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่พักขนาด 30-40 ตรม. จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมา มีที่พักขนาดมากกว่า 70 ตรม. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22

จำนวนแขกที่เข้าพัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนแขกเข้าพัก 4 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 จำนวนแขกเข้าพัก 2 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 จำนวนแขกเข้าพัก 6 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18

จำนวนห้องนอน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีห้องนอน 1 ห้อง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา มีห้องนอน 2 ห้อง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32

จำนวนห้องน้ำ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีห้องน้ำ 1 ห้อง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา มีห้องน้ำ 2 ห้อง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40

สิ่งอำนวยความสะดวกโดยในแบบสอบถามสามารถให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีบริการเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นร้อยละ 100 และจำนวน 48 คน มีเครื่องทำน้ำอุ่น คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาคือห้องครัวจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 92 ทีวีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 86 อินเทอร์เน็ต จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักใน กรุงเทพมหานครด้านสัดส่วนกลุ่มลูกค้า

ด้านสัดส่วนกลุ่มลูกค้า	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	แปลผล
นักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูง	18	13	14	2	3	3.82	มาก
นักเดินทางที่เป็นคู่รัก	13	6	15	9	7	3.18	ปานกลาง
นักเดินทางแบบครอบครัว	7	6	10	14	13	2.60	ปานกลาง
นักเดินทางแบบนักศึกษา	4	8	8	7	23	2.26	น้อย
นักเดินทางกลุ่มนักธุรกิจ	0	6	14	10	20	2.12	น้อย

จากตารางที่ 4.3 สัดส่วนกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาพักแสดงผลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยค่าสถิติ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยโดยการให้คะแนนระดับความสำคัญ พร้อมทั้งแปลความหมายค่าเฉลี่ย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้าพักมากที่สุดคือ นักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมา นักเดินทางที่เป็นคู่รัก อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และนักเดินทางแบบครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 โดยเมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า

(1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูง มีผู้มาใช้บริการระดับมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 มีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และมีผู้มาใช้บริการระดับมาก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 โดยเมื่อแปลผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่านักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูงเป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

(2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางที่เป็นคู่รัก มีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และมีผู้มาใช้บริการระดับมากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 28 โดยเมื่อแปลผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่านักเดินทางที่เป็นคู่รักเป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

(3) กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางแบบครอบครัว มีผู้มาใช้บริการระดับน้อย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 มีผู้มาใช้บริการระดับน้อยที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และมีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 โดยเมื่อแปลผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน

และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่านักเดินทางที่เป็นกลุ่มครอบครัวเป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

(4) กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางแบบนักศึกษา มีผู้มาใช้บริการระดับน้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และมีผู้มาใช้บริการระดับมาก และปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่านักเดินทางแบบนักศึกษา เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26

(5) กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางกลุ่มนักท่องเที่ยวมีผู้มาใช้บริการระดับน้อยที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 มีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และมีผู้มาใช้บริการระดับน้อย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่านักเดินทางแบบนักศึกษา เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานครด้านอายุของลูกค้าส่วนมากที่เข้าพัก

ด้านอายุของลูกค้าส่วนมากที่เข้าพัก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	แปลผล
อายุ 21 - 30 ปี	30	9	5	4	2	4.22	มาก
อายุ 31 - 40 ปี	7	19	18	4	2	3.50	ปานกลาง
อายุ 41 - 50 ปี	3	3	12	10	22	2.10	น้อย
อายุน้อยกว่า 21 ปี	0	12	3	8	27	2.00	น้อย
อายุ 50 ปีขึ้นไป	2	0	0	11	37	1.38	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.4 อายุของลูกค้าส่วนมากที่เข้าพัก แสดงผลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยการให้คะแนนระดับความสำคัญ พร้อมทั้งแปลความหมายค่าเฉลี่ย พบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 21 -30 ปีอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา อายุ 31 -40 ปีอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนอายุ 41-50 ปีอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 และอายุ 50 ปีขึ้นไปอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.38 โดยเมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า

(1) ลูกค้ายุุ่มอายุ 21-30 ปี มีผู้มาใช้บริการระดับมากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีผู้มาใช้บริการระดับมาก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และมีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 เมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าลูกค้ายุุ่มอายุ 21-30 ปี เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

(2) ลูกค้ายุุ่มอายุ 31-40 ปี มีผู้มาใช้บริการระดับมาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และมีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 เมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าลูกค้ายุุ่มอายุ 31-40 ปี เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

(3) ลูกค้ายุุ่มอายุ 41-50 ปี มีผู้มาใช้บริการระดับน้อยที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีผู้มาใช้บริการระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าลูกค้ายุุ่มอายุ 41-50 ปี เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10

(4) ลูกค้ายุุ่มอายุน้อยกว่า 21 ปี มีผู้มาใช้บริการระดับน้อยที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และมีผู้มาใช้บริการระดับมาก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าลูกค้ายุุ่มอายุน้อยกว่า 21 ปี เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

(5) ลูกค้ายุุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มีผู้มาใช้บริการระดับน้อยที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74 เมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าลูกค้ายุุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่เข้ามาพักอยู่ในระดับน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.38

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พักในกรุงเทพมหานครด้านระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พัก ของลูกค้า

ด้านระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พัก ของลูกค้า	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	แปลผล
1. การตกแต่งที่พักให้น่าสนใจ มีสไตล์	28	16	6	0	0	4.44	มาก

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พึงใน กรุงเทพมหานครด้านระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พัก ของลูกค้า (ต่อ)

ด้านระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พัก ของลูกค้า	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	แปลผล
2. การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ในการเข้าพัก เช่น สบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว	27	12	10	0	1	4.28	มาก
3. ทำเลที่ตั้งของที่พักสามารถเดินทางเข้า-ออกได้อย่างสะดวก มีช่องทางการเดินทางที่หลากหลาย	23	17	10	0	0	4.26	มาก
4. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่	26	13	7	4	0	4.22	มาก
5. การบริการที่เป็นมิตรและให้คำแนะนำในทางท่องเที่ยวหรือเข้าพักทั้งก่อน และขณะเข้าพัก	16	20	14	0	0	4.04	มาก
6. การแสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตประจำวันขณะเข้าพักในบ้านของคุณ เช่นมีมมนั่งพักผ่อน มุมทำงาน สวนในบ้าน	15	14	15	4	2	3.72	มาก
7. การตั้งราคาให้ถูกกว่าที่พักรข้างเคียง	7	19	11	11	2	3.36	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจองที่พักของลูกค้าแสดงผลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยค่าสถิติ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยการให้คะแนนระดับ

ความสำคัญ พร้อมทั้งแปลความหมายค่าเฉลี่ย พบว่าการตกแต่งที่พักให้ดูน่าสนใจ มีสไตล์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ในการเข้าพัก เช่น สบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก สามารถเดินทางเข้า-ออกได้อย่างสะดวกมีช่องทางการเดินทางที่หลากหลายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านการรักษาความปลอดภัยของสถานที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านการบริการที่เป็นมิตรและให้คำแนะนำในการท่องเที่ยวหรือเข้าพัก ทั้งก่อน และขณะเข้าพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนด้านการแสดงให้ผู้เข้าพักเห็นถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ขณะเข้าพักในบ้านของคุณ เช่นมีมุมนั่งพักผ่อน มุมทำงาน สวนในบ้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และด้านการตั้งราคาให้ถูกกว่าที่พักข้างเคียงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 โดยเมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า

(1) การตกแต่งที่พักให้ดูน่าสนใจ มีสไตล์อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และระดับมาก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าการตกแต่งที่พักให้ดูน่าสนใจ มีสไตล์อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

(2) การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ในการเข้าพัก เช่น สบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัวอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และระดับมาก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ในการเข้าพัก อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

(3) ทำเลที่ตั้งของที่พัก สามารถเดินทางเข้า-ออกได้อย่างสะดวก มีช่องทางการเดินทางที่หลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และระดับมาก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าทำเลที่ตั้งของที่พักอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

(4) การรักษาความปลอดภัยของสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และระดับมาก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าการรักษาความปลอดภัยของสถานที่อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

(5) การบริการที่เป็นมิตรและให้คำแนะนำในการท่องเที่ยวหรือเข้าพัก ทั้งก่อน และขณะเข้าพักอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และระดับมาก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผล

ปรากฏว่าการบริการที่เป็นมิตรและให้คำแนะนำในการท่องเที่ยวหรือเข้าพัก อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

(6) การแสดงให้ผู้เข้าพักเห็นถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ขณะเข้าพักในบ้านของคุณ เช่นมี มุมนั่งพักผ่อน มุมทำงาน สวนในบ้านอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และระดับมาก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าการแสดงให้ผู้เข้าพักเห็นถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ขณะเข้าพักในบ้านของคุณอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

(7) การตั้งราคาให้ถูกกว่าที่พักรข้างเคียงอยู่ในระดับมาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ระดับปานกลาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 โดยเมื่อแปรผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่าการตั้งราคาให้ถูกกว่าที่พักรข้างเคียงอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปันกรณีศึกษา การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการ ของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานคร มีผลการสรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นหญิงชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีเพียง ร้อยละ 10 ที่เป็นชาวต่างชาติ และร้อยละ 14 ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 31 ถึง 40 ปี สถานภาพโสด ที่อาศัยและทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร กว่าร้อยละ 88 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 52 สื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการติดต่อกับลูกค้าผู้ที่ต้องการเช่าที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี นอกจากนี้แล้วยังมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 52 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 60,001 บาท ถึง 90,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 34 และ 90,001 บาท ถึง 120,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 32

5.1.2. ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการใช้หรือให้บริการที่พัก

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างนั้น ด้านรายละเอียดรายละเอียดเกี่ยวกับที่พักและบริการ พบว่าประเภทของที่พักกว่าร้อยละ 70 เป็นอพาร์ทเมนท์หรืออาคารชุด โดยกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 32 นั้น ชื้อที่พักตั้งแต่ปี ค.ศ. 2013 ถึง 2014 โดยมีราคาต้นทุนของการซื้อที่พักดังกล่าว เริ่มตั้งแต่ 70,000 – 89,000 ต่อตารางเมตร ทั้งนี้กรรมสิทธิ์ของที่พักให้เช่าดังกล่าว พบว่าส่วนมากยังคงผ่อนชำระกับทางธนาคารอยู่ คิดเป็นร้อยละ 64 โดยมีจุดประสงค์ในการซื้อที่พักก่อนที่จะนำที่พักมาปล่อยให้เช่าผ่านแอร์บีเอ็นบี คือเป็นการลงทุนเพื่อปล่อยเช่ากว่าร้อยละ 44 และเพื่อใช้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 36 โดยรูปแบบที่พักที่นิยมปล่อยเช่าคือ รูปแบบของบ้านหรืออพาร์ทเมนท์ทั้งหลัง ซึ่งเขตพื้นที่ที่เป็นที่นิยมในการปล่อยให้เช่าที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี โดยใช้บริการจัดกลุ่มตามย่านที่มีรถไฟฟ้าพาดผ่าน พบว่าที่พักให้เช่าส่วนใหญ่อยู่ใน ย่านรถไฟฟ้าสายสุขุมวิท ตั้งแต่เพลินจิต ถึงแบร์ริง คิดเป็นร้อยละ 36 และรองลงมาคือย่านรัชดา-ห้วยขวาง-ลาดพร้าว คิดเป็นร้อยละ 16 โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านจุดเด่นของที่พัก ซึ่งกว่าร้อยละ 36 มีความเห็นว่าทำเลที่ตั้งคือจุดเด่นของที่พัก รองลงมาคืออยู่ในแหล่งชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24

จุดเด่นด้านระบบการขนส่งแบบรางพาดผ่าน ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สำคัญ เพราะสามารถเดินทางได้โดยสะดวก โดยขนาดของห้องพักที่ให้เช่าส่วนใหญ่ คือ ตั้งแต่ 30 – 40 ตารางเมตร ประเภทห้อง 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ โดยมีจำนวนแขกผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อห้องส่วนมากอยู่ที่จำนวน 4 คน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่าง ๆ ร้อยละ 100 มีบริการเครื่องปรับอากาศ รองลงมาคือ เครื่องทำน้ำอุ่น ห้องครัว ทีวี อินเทอร์เน็ต และสิ่งจำเป็นต่าง ๆ อาทิเช่น ผ้าขนหนู ผ้าคลุมเตียง สบู่ และกระดาษชำระ ตามลำดับ ส่วนสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีบริการจัดให้น้อยที่สุดคือ อาหารเช้า คิดเป็นร้อยละ 16 และ เครื่องอบผ้า คิดเป็นร้อยละ 12 อีกทั้งหากมีคุณลักษณะพิเศษของที่พัก คือเป็นมิตรกับครอบครัว/เด็ก และสิ่งที่แตกต่างจากที่พักโรงแรมทั่วไปคือสามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าที่พักได้ คิดเป็นร้อยละ 6

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนั้น มีเหตุผลของการเข้าร่วม คือ ต้องการจะทำเป็นอาชีพเสริมหรือรายได้เสริม โดยมีจำนวนแขกที่เข้าพักส่วนมากจำนวน 8 คืน 10 คืน และ 15 คืน ต่อเดือน โดยหากคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เข้าพักทั้งหมด จะอยู่ที่จำนวน 13.54 คืน ระดับราคาที่สามารถปล่อยเช่าได้ตั้งแต่ 1,001 – 2,000 บาท ซึ่งสร้างความพึงพอใจจากการลงทุนที่ระดับปานกลาง หรือที่ค่าเฉลี่ย 3.04 ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักและเล่าสู่กันฟัง ในการเริ่มปล่อยให้เช่าที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี ซึ่งนอกจากการปล่อยให้เช่าที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบีแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ร้อยละ 34 ไม่ได้ใช้สื่ออื่น ๆ อีกในการลงโฆษณาที่พัก แต่ก็ยังมี ร้อยละ 32 ได้ปล่อยเช่าที่พักผ่านนายหน้าอสังหาริมทรัพย์เพื่อปล่อยเช่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกเช่นกัน ซึ่งจะเน้นการปล่อยเช่าที่พักรูปแบบรายวันมากกว่ารายเดือน มีกลุ่มลูกค้าหลักคือนักเดินทางที่เดินทางกับกลุ่มเพื่อนฝูง และมีอายุเฉลี่ยตั้งแต่ 21 ปี ถึง 30 ปี ซึ่งปัจจัยในการตัดสินใจเลือกจองที่พัก คือปัจจัยด้านการตกแต่งห้องพักที่สวยงาม ดึงดูด มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์ และมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ในการเข้าพัก เช่น สบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว โดยปัจจัยที่พิจารณารองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของที่พัก กล่าวคือ จะต้องสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก สามารถเลือกการเดินทางได้อย่างหลากหลาย

สรุปได้ว่า จากการศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างนั้น ถือเป็นพฤติกรรมและรูปแบบของการลงทุนที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและสภาพเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นรูปแบบของเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ที่สร้างโอกาสให้กับคนทั่วไป ในการลงทุนและทำกำไรจากอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นบ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ หรืออพาร์ทเมนท์ทั้งหลัง ก็สามารถนำมาสร้างผลกำไรได้จากการปล่อยเช่า อีกทั้งยังสามารถหาผู้เช่าได้โดยง่ายจากการปล่อยเช่าที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี ซึ่งกลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของนักเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของพฤติกรรมที่ชอบการเดินทางที่สะดวก สามารถเข้าพักอาศัยได้หลายคน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบครัน แต่ราคาไม่แพงจนเกินไปนัก ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของการปล่อยเช่าที่พัก

อาศัยผ่าน Airbnb หรือเป็นเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เพราะผู้ให้เช่าที่พักผ่าน Airbnb ก็ได้รับประโยชน์ และผลกำไรจากที่พักที่แต่เดิมนั้นไม่สามารถสร้างรายได้ ให้มีประโยชน์ สามารถสร้างรายได้เสริมตลอดจนสามารถสร้างรายได้อย่างเพียงพอต่อการผ่อนส่งสังหาริมทรัพย์กับทางธนาคาร ได้เป็นอย่างดี

อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการของผู้ให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานครนั้น เป็นลักษณะของการปล่อยเช่าระหว่างบุคคลกับบุคคลโดยตรง ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจแต่เพียงของโรงแรม อพาร์ทเมนท์ โฮเทล ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ต้องมีพนักงานให้บริการจำนวนมาก แต่ปัจจุบัน การปล่อยเช่าที่พักผ่าน Airbnb เป็นการปล่อยเช่าระหว่างบุคคลกับบุคคลโดยตรง โดยใช้สื่อกลางคือ Airbnb ซึ่งเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้ทรัพยากรแบบแบ่งปันหรือเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมสมัยใหม่เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้จากทรัพยากรที่ตนเองมี ในระดับที่ผู้ให้เช่าและผู้เช่าต่างพึงพอใจ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

(1) จากพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยส่วนมากแล้วกลุ่มตัวอย่างจะได้รับทราบข้อมูล หรือได้รับอิทธิพล ในการตัดสินใจเข้าร่วม Airbnb จากเพื่อนหรือคนรู้จัก บอกต่อ หรือเล่าสู่กันฟัง รวมทั้งจากความคิดเห็นของผู้ที่ให้บริการที่พักผ่านแอร์ Airbnb มาก่อนแล้ว ดังนั้น Airbnb จึงควรให้ความสำคัญต่อการเพิ่มฐานลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ โดยมุ่งเน้นการบอกต่อของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะเป็นการเน้นการประชาสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในแง่การทำการตลาด

(2) จากผลการศึกษา ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการที่พักผ่าน Airbnb ผู้ให้เช่าที่พักผ่าน Airbnb สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ปรับปรุงการให้เช่าที่พักอาศัยของตนผ่าน Airbnb เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการ หรือนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อกระตุ้น และดึงดูด และสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการได้

(3) จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นั้นเป็นนักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูงของผู้เคยใช้บริการมาก่อน อีกทั้งตัดสินใจเลือกจองที่พักจากการตกแต่งที่พักให้ดูน่าสนใจ มีสไตล์ ดังนั้น ควรพัฒนากำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการตกแต่งที่พักที่ตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมาย และเน้นการสร้างความสะดวกสบายต่อการเข้าพักให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการได้โดยง่าย

(4) จากศึกษาข้อเสนอแนะ ได้พบข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ บอกแผนที่หรือแผนผังการเดินทางไปยังที่พักที่ประกาศให้เช่าในแอร์บีเอ็นบีให้ชัดเจน โดยเฉพาะการระบุพิกัดของสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น

(5) ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและที่พัก ควรพิจารณาด้านกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการที่พักรผ่านช่องทาง Airbnb มากขึ้น เนื่องเพราะการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ที่มีความต้องการที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะลักษณะของการให้บริการและการอำนวยความสะดวกที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและที่พัก ควรมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยประยุกต์ใช้ข้อมูลดังกล่าวจากผลการศึกษาครั้งนี้ นำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

(6) หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กรมสรรพากร กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรมีการออกกฎหมายควบคุมการให้เช่าที่พักอาศัยผ่าน Airbnb โดยเน้นการออกกฎหมายคุ้มครองผู้เช่าที่พัก และผู้ให้เช่าที่พัก ที่ต้องมีการยึดหยุ่นข้อบังคับและระเบียบการปฏิบัติให้สอดคล้องกับผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักที่มีการขออนุญาตอย่างถูกกฎหมาย เนื่องจากหากไม่มีการดำเนินการควบคุมใด ๆ อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในภาพรวมทั้งหมด อีกทั้งยังเป็นการสร้างปัญหาให้กับระบบเศรษฐกิจ เช่น การหลีกเลี่ยงภาษี เป็นต้น ซึ่งถือว่าควรนารายได้ดังกล่าวนี้ นำมาพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไป ดังนั้น จึงควรมีการออกกฎหมาย เช่นเจ้าของที่พักอาศัยนั้นจะต้องมีการเปิดให้แขกพักอาศัยอยู่อย่างน้อย 5 วันถึง 1 สัปดาห์ หรือควรเป็นการเช่าที่พักอาศัยซึ่งผู้ให้เช่าต้องอาศัยอยู่ด้วยในขณะที่ปล่อยเช่า ซึ่งจะไม่เป็นการเอาเปรียบการให้เช่าที่พักแบบรายวันของอุตสาหกรรมโรงแรมมากจนเกินไป แต่ก็ไม่เป็นการปิดโอกาสของการกระตุ้นและส่งเสริมเจ้าของที่พักรายย่อยจำนวนมากเช่นกัน

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าที่พักอาศัยจากแอปพลิเคชัน Airbnb ของผู้ใช้บริการ โดยจำกัดขอบเขตของการศึกษาคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าที่พักอาศัยของผู้ใช้บริการ

(2) ควรทำการศึกษาคาดหวังและความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการเช่าที่พักอาศัยจากแอปพลิเคชันแอร์บีเอ็นบีของผู้ใช้บริการ โดยทำการจำกัดขอบเขตของการศึกษาจาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้เช่าที่พักผ่าน Airbnb นำผลการวิจัยดังกล่าว ไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

(3) ควรมีการศึกษาในส่วนของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี ถึงข้อกำหนดของกฎหมาย ภาษี และระเบียบข้อบังคับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป



รายการอ้างอิง

หนังสือ

- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2544). การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์พรีนซ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

วิทยานิพนธ์

- พิชามญช์ เดชรังษะชญ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟจากร้านสตาร์บัคส์ของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- มัทวัน กุศลอภิบาล. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้าน กาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- สมพล บั้งเงิน. (2556). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ตในอำเภอ เชียงของ จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพะเยา, คณะวิศวกรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- คมคิด ชัชราภรณ์. ข้อมูลเกี่ยวกับแอร์บีแอนด์บี. สืบค้นจาก <http://www.startitup.in.th/-airbnb-startup/> (เมื่อ 6 ตุลาคม 2558)
- ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร. (5 กรกฎาคม 2556). แกล้งขำเมืองน่าท่องเที่ยวที่สุดในโลก Travel & Leisure. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/Sukhumbhand.P/photos/?tab=album&album_id=392718320840393.

- ศูนย์วิจัยกสิกร. (21 มกราคม 2558). คาดปี' 58 โรงแรมฟื้นตัวโต 7.1-10.0% แต่ยังคงจับตามาจะนักท่องเที่ยวรัสเซียและยุโรปชะลอตัว รวมถึงการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่รุนแรง (กระแสรศรศน์ ฉบับที่ 2583). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33593>
- Airbnb Inc. (20 ตุลาคม 2558). เกี่ยวกับเรา. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://th.airbnb.com/about/about-us>

Books and Book articles

- Allport, G. W. (1950). *The nature of personality: selected papers*. Greenwood Press.
- Aloisi, A. (2015). Commoditized Workers The Rising of On-Demand Work, A Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps. *A Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps (July 2015)*.
- Fradkin, A., Grewal, E., Holtz, D., & Pearson, M. (2015, June). Bias and reciprocity in online reviews: Evidence from field experiments on airbnb. In *Proceedings of the Sixteenth ACM Conference on Economics and Computation* (pp. 641-641). ACM.
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism, 18*(12), 1192-1217.
- Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015, February). Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of airbnb. In *Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing* (pp. 1033-1044). ACM.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing. pearson education*.
- Krech, D., Crutchfield, R. S., & Ballachey, E. L. (1962). Individual in society: A textbook of social psychology.
- Loucks, T. G. (2014). Travelers Beware: Tort Liability in the Sharing Economy. *Wash. JL Tech. & Arts, 10*, 329.

- Malmborg, L., Light, A., Fitzpatrick, G., Bellotti, V., & Brereton, M. (2015, April). Designing for Sharing in Local Communities. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2357-2360). ACM.
- Mikhalkina, T., & Cabantous, L. (2015, January). Business model innovation: How iconic business model emerges. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2015, No. 1, p. 12761). Academy of Management.
- Panda, R., Verma, S., & Mehta, B. (2015). Emergence and Acceptance of Sharing Economy in India: Understanding through the Case of Airbnb. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, 5(3), 1-17.
- Stemler, A. (2014). Betwixt and Between: Regulating the Shared Economy. *Fordham Urban Law Journal*, 43.
- Taro Yamane. (1976). *Statistics: An introductory analysis (2nd edition)*. New York: Harper and Row.
- Triandis, H. C. (1964). Cultural influences upon cognitive processes. *Advances in experimental social psychology*, 1, 1-48.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2014). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Boston U. School of Management Research Paper*, 16, 2014

Electronic Media

- Slee, T. (2013). Some obvious things about internet reputation systems. *tomslee. net*, available at: http://tomslee.net/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/2013-09-23_reputation_systems.pdf (accessed 6 October 2015).



ภาคผนวก



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING, THAMMASAT UNIVERSITY

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121
โทร. 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-8067 อีเมล info@ap.tu.ac.th www.tds.tu.ac.th

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษา การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษา การให้เช่าที่พักอาศัยผ่านทาง Airbnb ในกรุงเทพมหานคร

โดยในแบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- (1) ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- (2) ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบของการให้บริการที่พักอาศัยผ่านทาง

Airbnb ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถามจะใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยขอรับรองว่าการให้ข้อมูลของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม 081-622-46126

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(Part 1: Personal Information)

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย / ใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง
(Please put checkmark in the parentheses () to the answer of your choice or write
in the space provided as the case may be)

1.1 เพศ (What is your gender?)

- () ชาย - Male () หญิง - Female

1.2 สถานภาพสมรส (What is your current marital status?)

- () โสด - Single
() สมรส - Married
() หย่า/หม้าย - Divorce
() อื่น ๆ (โปรดระบุ) - Others (Please
specify).....

1.3 สัญชาติ (Nationality)

- () ไทย
() อื่น ๆ (โปรดระบุ) - Others (Please
specify).....

1.4 อายุ (What is your age?)

- () ต่ำกว่า 21 ปี - Below 21 years old () 21-30 years old
() 31-40 years old () 41-50 years old
() 51-60 years old () 60 ปีขึ้นไป - Above 60 years old

1.5 ระดับการศึกษาสูงสุด (What is the highest level of education you have completed?)

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี - Less than bachelor's degree
() ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า - Bachelor's degree or equivalent
() สูงกว่าปริญญาตรี - Post Graduate

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน (How much is your monthly income?)

- () ต่ำกว่า 30,000 baht - Less than 30,000 baht
- () 30,001-60,000 baht
- () 60,001-90,000 baht
- () 90,001-120,000 baht
- () 120,001-150,000 baht
- () 150,000 บาทขึ้นไป - More than 150,000 baht
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

1.7 อาชีพปัจจุบัน (What is your current occupation)

- () นักศึกษา - Student
- () พนักงานบริษัทเอกชน - Employee for a private sector
- () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ - Business Owner/Self-employed
- () ข้าราชการ - Employee for a public sector
- () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- () เกษียณอายุ - Retire
- () ไม่ได้ทำงาน - Unemployed
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

1.8 ภูมิลำเนา (Where is your Home Land)

- () กรุงเทพฯ - Bangkok, Thailand
- () ต่างจังหวัด - Other Province in Thailand
- () ต่างประเทศ - Other Country

1.9 ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน (Where is your current reside?)

- () กรุงเทพฯ - Bangkok, Thailand
- () ต่างจังหวัด - Other Province in Thailand
- () ต่างประเทศ - Other Country
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

1.10 สถานที่ทำงานปัจจุบัน (Where is your current working address location?)

- () กรุงเทพฯ - Bangkok, Thailand
 () ต่างจังหวัด - Other Province in Thailand
 () ต่างประเทศ - Other Country
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

1.11 ภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า Airbnb (What is your primary language to communicate with Airbnb client)

- () ภาษาไทย - Thai language
 () ภาษาอังกฤษ - English Language
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

1.11 ภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า Airbnb (What is your primary language to communicate with Airbnb client)

- () ภาษาไทย - Thai language
 () ภาษาอังกฤษ - English Language
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัยและการให้บริการ

(Part 2.1: Product and Services Information)

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย * ใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง (Please put checkmark in the parentheses () to the answer of your choice or write in the space provided as the case may be)

2.1 ประเภทของที่พักให้เช่า (Type of accommodation?)

- () อพาร์ทเมนท์ (ที่พักของคุณคืออพาร์ทเมนท์ แฟลต หรืออาคารชุด) -
 Apartment/Condominium (Your space is an apartment, flat, or a unit in a multi-unit building)

- () บ้าน (ที่พักของคุณคือบ้านสำหรับครอบครัวเดียว หรือทาวน์เฮ้าส์) - House/Single house/Townhouse (Your space is a single family house or townhouse)
- () ที่พักพร้อมอาหารเช้า (คุณให้เช่าหลายห้องในอาคารแห่งเดียวกัน บริการของคุณรวมอาหารเช้าด้วย) - Bed and breakfast (You rent out several rooms within the establishment. Your service include breakfast.)
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify)

2.2 คุณซื้อที่พักอาศัยปีใด (When did you acquire this property?)

- () 2015 - 2016 () 2013 - 2014
- () 2011 - 2012 () 2009 - 2010
- () 2008 - 2009 () ซื้อมาก่อนปี 2008 - Before 2008

2.3 คุณซื้อที่พักอาศัย ราคาเท่าไร (หน่วยเป็น บาท/ตรม.) (What was the price per square metre of the property you acquire?)

- () ต่ำกว่า 50,000 - Less than 50,000 THB/sq.m
- () 50,000 - 69,999 THB/sq.m
- () 70,000 - 89,999 THB/sq.m
- () 90,000 - 119,999 THB/sq.m
- () 120,000 - 159,999 THB/sq.m
- () มากกว่า 160,000 THB/sq.m – More than 160,000 THB/sq.m

2.4 กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน (Ownership of the property)

- () ผู้ให้เช่าเป็นเจ้าของ - Self-ownership
- () ครอบครัวผู้ให้เช่าเป็นเจ้าของ - Family's properties
- () ผ่อนชำระกับทางธนาคารอยู่ - Mortgage loan with the bank
- () ทำสัญญาเช่าจากเจ้าของที่พัก - Landlord leasing

2.5 ลักษณะการใช้งานที่พักอาศัย ก่อนที่จะนำมาปล่อยให้เช่า (Using purpose of the property before renting out?)

- () ใช้อาศัยเอง - You were living there
- () ลงทุนเพื่อปล่อยเช่า - Investment (to rent)
- () รอขายหรือเก็งกำไร - Investment (to sale)

- () ไม่มีการใช้ประโยชน์ - Not using it at the moment
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.6 รูปแบบของห้องพักที่ให้เช่า (Room Type)

- () บ้าน/อพาร์ทเมนท์ทั้งหลัง (คุณให้เช่าบ้านทั้งหลัง) - Entire home/Apartment
 (You're renting out the entire home)
 () ห้องส่วนตัว (คุณให้เช่าห้องส่วนตัวภายในบ้าน) - Private room (You're renting out a private room within a home)
 () ห้องเช่าร่วม (คุณให้เช่าพื้นที่ส่วนกลาง เช่นเตียงลมในห้องนั่งเล่น) - Shared room
 (You're renting out a common area, such as an airbed in the living room.)
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.7 ที่ตั้งของที่พักอาศัย (Where is the location of your property)

(โปรดระบุ – Please specify)

2.8 จุดเด่นด้านทำเล ของที่พักอาศัย (Best describe the location of your property)

- () มีระบบขนส่งรางพาดผ่าน - Near BTS/MRT/Train/Airport link
 () ติดถนนใหญ่ - Near the main road
 () อยู่ในแหล่งชุมชน - Near city/town center
 () ติดแม่น้ำ - Waterfront
 () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.9 ขนาดพื้นที่ของที่พักอาศัยที่ให้เช่า (ตารางเมตร) (What is the size of the rental house/room in square metre?)

- () ต่ำกว่า 30 ตรม. - Less than 30 sq.m
 () 30-40 ตรม/sq.m
 () 40-50 ตรม/sq.m
 () 50-60 ตรม/sq.m

- () 60-70 ตรม/sq.m
 () มากกว่า 70 ตรม - More than 70 sq.m

2.10 จำนวนแขกที่เข้าพักได้สูงสุดกี่คน (How many people can your property accommodate?)

(โปรดระบุ – Please specify)

2.11 จำนวนห้องน้ำ (Number of bathrooms?)

(โปรดระบุ – Please specify)

2.12 จำนวนห้องนอน (Number of beds?)

(โปรดระบุ – Please specify)

2.13 บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (Which amenities you provided for the property? (You can choose more than 1 choice))

- () สิ่งจำเป็น (ผ้าขนหนู ผ้าคลุมเตียง สบู่และกระดาษชำระ) - Essentials (Towel, bed sheet, soap, tissue paper)
- () โทรทัศน์ - TV
- () เคเบิลทีวี - Cable TV
- () เครื่องปรับอากาศ - Air Conditioning
- () เครื่องทำความร้อน (เครื่องทำน้ำอุ่น)
- () เครื่องทำความร้อน (เครื่องทำน้ำอุ่น) - Water Heater
- () อินเทอร์เน็ต (เข้าถึงที่พักรับได้ตลอดเวลา) - Internet (accessible 24/7)
- () ห้องครัว (ที่พักรับที่ผู้เข้าพักทำอาหารทานเองได้) - Kitchen (Guests can cook in the area)
- () เครื่องซักผ้า (ในอาคาร ฟรีหรือมีค่าธรรมเนียม) - Washing machine (on the premises, complimentary or addition charges will be applied)
- () สระว่ายน้ำ (ส่วนตัวหรือที่ใช้ร่วมกัน) - Pool (private or shared)
- () เครื่องอบผ้า (ในอาคาร ฟรีหรือมีค่าธรรมเนียม) - Clothes dryer machine (on the premises, complimentary or addition charges will be applied)
- () อาหารเช้า (มีอาหารเช้าให้) - Breakfast

- () มีที่จอดรถฟรีบริเวณที่พัก - Free parking on premises
- () ยิม ในอาคาร ฟรีหรือมีค่าธรรมเนียมนิยม) - Gym (on the premises, complimentary or addition charges will be applied)
- () สถานที่ทำงานที่เป็นมิตรกับแล็ปท็อป - Laptop friendly workspace
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.14 คุณลักษณะพิเศษของที่พัก (Special features)

- () เป็นมิตรกับครอบครัว/เด็ก - Children friendly
- () สูบบุหรี่ได้ - Smoking allowed
- () เหมาะสำหรับจัดงาน - Events or parties allowed
- () นำสัตว์เลี้ยงเข้ามาได้ - Pets are allowed on the property
- () ที่นี้มีสัตว์เลี้ยง - Pets live on this property
- () ผู้พิการเข้าถึงได้ - Wheelchair accessible
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.15 เหตุผลหลักที่เข้าร่วมธุรกิจ Airbnb (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (Main reason for joining Airbnb (You can choose more than 1 choice))

- () ด้านรายได้ - เป็นอาชีพหลัก
Earning - main source of income
- () ด้านรายได้ - เป็นอาชีพเสริม
Earning - another source of income apart from the main job
- () ด้านสังคม - การได้พบปะผู้คนใหม่ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
Social - Get to know new people
- () ด้านสังคม - ได้ฝึกทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ
Social-Practicing English skill
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.16 ระดับความพึงพอใจของรายได้ที่ได้รับ เทียบกับรายได้ที่คาดหวัง จากการปล่อยเช่าที่พักผ่าน Airbnb (Was the earning you get reach your expectation?)

- () พอใจมากที่สุด (เกินความคาดหวัง) - Yes. Exceed expectation.

- () พอใจมาก (ตามความคาดหวัง) - Yes. Like I've expected from it.
- () พอใจ - Yes. It's alright.
- () พอใจน้อย (ต่ำกว่าความคาดหวัง) -Not really. It's below my expectation.
- () พอใจน้อยที่สุด (ต่ำกว่าความคาดหวังมาก) - No. It's way off my expectation.

2.17 จำนวนแขกผู้มาเข้าพักโดยเฉลี่ยมีกี่คืน ใน 1 เดือน (In average, what is the occupancy rate (No. of night stay) do you have per month?)

(โปรดระบุ – Please specify)

2.18 ระดับราคาค่าเช่าของที่พักต่อคืน (What's the cost per night of your accommodation?)

- () ต่ำกว่า 1,000 บาท/คืน – Less than 1,000 THB/Night
- () 1,001-2,000 THB/Night
- () 2,001-3,000 THB/Night
- () 3,001-4,000 THB/Night
- () 4,000-5,000 THB/Night
- () มากกว่า 5,000 บาท/คืน – More than 5,000 THB/Night

2.19 ระยะเวลาที่เข้าร่วม Airbnb (How long have you been joining Airbnb?)

- () น้อยกว่า 1 ปี – Less than 1 year
- () 1-2 year
- () 3-4 year
- () มากกว่า 5 ปี – More than 5 years

2.20 ใครคือผู้ที่แนะนำ หรือชักชวนในการเข้าร่วม Airbnb (Who encourage/suggest you to join Airbnb?)

- () จากประสบการณ์ตรง ในการเข้าพักอาศัยที่พักรของ Airbnb - Direct experience as a guest at Airbnb
- () จากเพื่อนหรือคนรู้จัก ซึ่งเป็น Host ของ Airbnb แนะนำ - Friend(s) or acquaintance who joins Airbnb as a host

- () จากเพื่อนหรือคนรู้จัก ได้ยินหรือรู้จัก และเล่าสู่กันฟัง - Mentioned of Airbnb from friends/family
- () จากอินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ Social Media เช่น Website, Banner, Facebook, Instagram, Twitter - Internet, social media
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.21 นอกจาก Airbnb แล้ว คุณปล่อยเช่าที่พักผ่านทางสื่อใด (Apart from Airbnb, Have you advertised or posted about renting the property anywhere else?)

- () นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ - Property agent
- () ประกาศผ่าน Free listing เว็บไซต์ - Free listing website
- () ประกาศผ่าน เว็บไซต์ Agoda.com
- () ประกาศผ่าน เว็บไซต์ Booking.com
- () Social Media เช่น Facebook, Instagram,
- () ใช้เว็บไซต์หรือบล็อกส่วนตัว - Own website/blog
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.22 ส่วนมากคุณให้เช่าห้องพัก ระยะเวลาสั้นเท่าใดต่อการเข้าพัก 1 ครั้ง (How long that you normally rent out the property per one stay?)

- () รายวัน - Daily
- () รายสัปดาห์ - Weekly
- () รายเดือน - Monthly
- () รายปี – Yearly
- () อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

2.23 ช่วงเวลา/โอกาส ในการปล่อยที่พักให้เช่า (When is the convenient time for you to rent out the property?)

- () ช่วงที่ไม่อยู่บ้านชั่วคราว (ไปเรียนต่อ หรือไปเที่ยวพักผ่อนต่างประเทศ) - Away on vacation (Go study abroad for a short period)
- () ช่วงวันหยุดวันเสาร์-อาทิตย์ - Weekends
- () ช่วงวันธรรมดา - Weekdays

() ทุกวัน - Everyday

() อื่น ๆ (โปรดระบุ) – Others (Please specify).....

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัยและการให้บริการ

(Part 2.2: Product and Services information)

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย X ในช่องว่างที่กำหนดตามความเป็นจริง

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

(5-Very important 4-Somewhat important 3-Neither important 2-Somewhat unimportant 1-Unimportant)

ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัยและการให้บริการ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
2.24 สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าที่มาเข้าพักจำนวนเยอะที่สุด Segmentation of your overall guests					
1. นักเดินทางแบบครอบครัว - Family					
2. นักเดินทางที่เป็นคู่รัก- Couple					
3. นักเดินทางที่เป็นเพื่อนฝูง - Friends					
4. นักเดินทางกลุ่มนักธุรกิจ - Business					
5. นักเดินทางแบบนักศึกษา/เพื่อมาเรียนหรือฝึกงาน - Student					
2.25 อายุของลูกค้าส่วนมากที่มาเข้าพัก Average age of your guests by the following range					
1. น้อยกว่า 21 ปี – Less than 21 years old					
2. 21-30 years old					
3. 31-40 years old					
4. 41-50 years old					
5. 50 ปีขึ้นไป – More than 50 years old					

ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักอาศัยและการให้บริการ	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
2.26 ระดับความสำคัญ ที่คุณคิดว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือก จองที่พัก ของลูกค้าเป้าหมาย (Influential factors involving decision- making in selection of accommodations)					
1. การแสดงให้ผู้เข้าพักเห็นถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ขณะ เข้าพักในบ้านของคุณ เช่นมีมุมนั่งพักผ่อน มุมทำงาน สวนใน บ้าน - Showing the different angles from your property such as living room or dining room to give the guests an idea during the stay					
2. การตกแต่งที่พักให้ดูน่าสนใจ มีสไตล์ - Tasteful decoration					
3. การตั้งราคาให้ถูกกว่าที่พักข้างเคียง - Offering cheaper price among the neighborhood					
4. การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกหลักๆในการเข้า พัก เช่น สบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว - Providing the essentials such as shampoo, soap, towel					
5. การบริการที่เป็นมิตรและให้คำแนะนำในการท่องเที่ยว หรือเข้าพัก ทั้งก่อน และขณะเข้าพัก - Hospitality and traveling advice before and during stay					
6. ทำเลที่ตั้งของที่พัก สามารถเดินทางเข้า-ออกได้อย่าง สะดวก มีช่องทางการเดินทางที่หลากหลาย - Locations. Easy access from local transportation.					
7. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ - Security of the premises					
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) (.....)					

ขอขอบคุณท่านที่เสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวประภาภรณ์ ต่อมยิ้ม
วันเดือนปีเกิด 14 มิถุนายน 2526
ตำแหน่ง ผู้จัดการ บริษัท เอ.เอส.ซี. อินทีเรีย จำกัด

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิชาการเรื่อง การศึกษารูปแบบการให้บริการที่พักแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน กรณีศึกษา การให้
เช่าที่พักอาศัยผ่านทางแอร์บีเอ็นบีในกรุงเทพมหานคร นำเสนอในงานประชุมวิชาการ
ระดับชาติ เรื่อง เทคโนโลยีกับการบริหารจัดการ ณ ห้องประชุมฟองจันทร์ มหาวิทยาลัยการ
จัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น วันที่ 4 มิถุนายน 2559 จัดโดยมหาวิทยาลัยการจัดการและ
เทคโนโลยีอีสเทิร์น.

ประสบการณ์ทำงาน ปี 2548 - ปัจจุบัน ผู้จัดการ
บริษัท เอ.เอส.ซี. อินทีเรีย จำกัด