



งานสัมมนาทางวิชาการและการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 4 ปี 2020

วันพฤหัสบดีที่ 18 มิถุนายน 2563 ณ โรงแรม Swissotel Ratchada

Social Distancing

1.5 m

Safe
Spot!!

คำนำ

การจัดประชุมวิชาการระดับชาติของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยในปีนี้นับเป็นครั้งที่ 4 และยังคงจัดภายใต้แนวคิดเดิมคือการสื่อสารและการจัดการ การจัดประชุมในครั้งนี้ นอกจากคณะกรรมการจัดการประชุมจะให้ความสำคัญในเรื่องเนื้อหาด้านวิชาการเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมาแล้วยังมีความพิถีพิถันเป็นพิเศษในเรื่องความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการเนื่องจากการระบาดของไวรัสโคโรนา หรือที่เรียกอย่างสั้นว่าโรค COVID-19

คณะกรรมการจัดการประชุมตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการแพร่กระจายของไวรัสจึงดำเนินการตามมาตรการในการป้องกันและรักษาความปลอดภัยของทุกคนตามที่รัฐบาลกำหนดทุกประการเช่น การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค การจัดที่นั่งโดยเว้นระยะห่าง การขอให้ผู้เข้าร่วมประชุมใส่หน้ากาก การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์รวมทั้งการลดความแออัดในห้องประชุม ในปีนี้จึงใช้ห้องประชุมย่อยจำนวนมากและกำหนดให้แต่ละห้องประชุมย่อยมีผู้เข้าร่วมประชุมน้อย

บทความวิชาการและบทความวิจัยส่วนใหญ่มาจากสาขาวิชาการจัดการ นิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์ บางบทความมีเนื้อหาจากการบูรณาการข้ามสาขา เช่น การผสมระหว่างสาขาวิชาสาธารณสุขและสังคมศาสตร์หรือนิเทศศาสตร์และการจัดการ บทความที่ผ่านการประเมินคุณภาพตามหลักวิชาการและสามารถเผยแพร่ได้มีทั้งสิ้นจำนวน 71 บทความ โดยแบ่งเป็นการนำเสนอผ่านระบบออนไลน์จำนวน 13 บทความและนำเสนอในห้องประชุมจำนวน 58 บทความ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกสถาบันที่ช่วยประเมินผลงานวิชาการและให้ข้อเสนอแนะ ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการรักษามาตรฐานวิชาการและความปลอดภัย คณะกรรมการจัดการประชุมเชื่อว่าการประชุมวิชาการระดับชาติจะเป็นประโยชน์ในฐานะที่เป็นเวทีวิชาการในการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยของกัลยาณมิตรทางวิชาการทุกคนในครั้งนี้และโอกาสต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



คำสั่ง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ 004/2563

เรื่อง แต่งตั้งกรรมการวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการครั้งที่ 4

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2562

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดิ์ดา ปั่นเหนงเพ็ชร	ประธาน
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	ที่ปรึกษา
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา เขียวแก้ว	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชจิตชวิน กิจวิศาละ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระหนักจิต ยุตยรรยง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลาภาวัฒนาพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีไสย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรจน์ เขมาวุฒานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.สมเกียรติ เหลืองศักดิ์ชัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ณัทภักดิ์ ปั่นจาด	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ปรีชญา แม่นมินทร์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ	กรรมการ
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา	กรรมการ

อาจารย์ ดร.โสภชา เอี่ยมโสภาส	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุธี เผ่าบุญมี	กรรมการ
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จตุพร ปริญญากุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตติกาล เจนจัด	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์	กรรมการ

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีคุณภาพในระดับชาติ รวมถึงหน้าที่ในการพิจารณาบทความและสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ

สั่ง ณ วันที่ 13 เมษายน 2563

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจที่พักแรมแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) กรณีศึกษาที่พักแรมแห่งหนึ่ง
ในเขตกรุงเทพมหานคร
Accommodation Business Model and Operation Strategy of Airbnb, Inc. Forwarder for
Case Study the Company in Bangkok

รัชมงคล ทองหล่อ¹ กาญจนา มาสันเพ็ญ² คณัฐฎา นาคตรีธีรนนท์³ อรอนงค์ ทะแพงพันธ์⁴
อาริยา ศรีอินทร์⁵ และ อิทธิพล พึ่งยอด⁶

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²⁻⁶นักศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจที่พักแรมแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) กรณีศึกษาที่พักแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ทฤษฎีฐานราก และใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ ผู้ประกอบการ และหุ้นส่วนจำนวน 10 คน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก Airbnb แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ได้อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจพัก พบว่า ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พัก 2) กลยุทธ์การให้บริการ 3) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจที่พักแรม พร้อมทั้งมีกระบวนการสร้างธุรกิจประกอบด้วย 4 ระยะ ได้แก่ 1) ระยะการเริ่มต้นธุรกิจ 2) ระยะการวางแผนการสร้างธุรกิจ 3) ระยะดำเนินธุรกิจ 4) ระยะการประเมินผล ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจที่พักแรม Airbnb ประกอบด้วย 4 ปัญหา ได้แก่ 1) ปัญหาเรื่องข้อกฎหมาย 2) ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ 3) ปัญหาทางด้านการเมือง 4) ปัญหาทางด้านการแพร่ระบาดไวรัส ข้อเสนอแนะจากการวิจัยสามารถสร้างความตระหนักด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Backpacker) ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ด้านการตกแต่ง (Decorate) และด้านโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Hotels) เพื่อใช้ศึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจไปจนถึงการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักขนาดย่อม ตลอดจนสร้างทัศนคติเชิงบวกของผู้รับบริการต่อธุรกิจ และสามารถทำให้ธุรกิจที่พักอาศัยได้ถูกรองรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นธุรกิจที่พักแรมถูกต้องตามกฎหมายต่อไป

คำสำคัญ : รูปแบบ กลยุทธ์ กระบวนการสร้างธุรกิจ ที่พักแรมแอร์บีเอ็นบี

Abstract

The purpose of this study was to investigate the business pattern and strategy of Airbnb. The case study of the accommodation business in Bangkok was a qualitative research based on the Grounded Theory approach. The data were collected from 10 Airbnb hosts using in-depth interviewing. Based on the findings, one of Airbnb host in Bangkok explained the strategy concept in operating accommodation business that there were 3 types of strategy: 1) Operating Strategy 2) Service Strategy 3) Marketing Strategy for accommodation business and the 4 Phases of Business Creation Process consisting of 1) Introduction Phase 2) Business Planning Phase 3) Operating Phase and 4) Assessment. The host stated further about issues and barriers in operating the business, which were 1) Legal issues 2) Economic issues 3) Political issues and 4) The recent pandemic issues. It was suggested that this study could be used to raise awareness about responding to backpacker's needs, Digital Marketing, decoration of the accommodation, and energy reduction (Green Hotels). This research could also be used as a case study in initiating new business and becoming the small-sized accommodation business host, building a good brand image for the business, and acquiring support from the relevant agencies to continue operating in the accommodation business.

Keyword : Pattern, Strategy, Business Creation Process consisting, Airbnb

1. บทนำ

การท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว รายได้ส่วนใหญ่จะมาจากการท่องเที่ยว และการเดินทางไปท่องเที่ยว ปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยว คือ การหาที่พักแรม ทำให้ผู้ประกอบการหันมาทำธุรกิจที่พักกันมากขึ้น (Wu & Shen, 2018) ในยุคเศรษฐกิจถดถอย ในการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้น มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างสูง ผู้รับบริการต้องการลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการหาที่พักลง พร้อมทั้งมีความคาดหวังการได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการ แต่การบริการที่มีคุณภาพดี จะมีราคาสูงขึ้นตามคุณภาพของการบริการ ด้วยเหตุนี้การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งเกิดข้อคำนึงในเรื่องของค่าใช้จ่าย จึงทำให้เกิดธุรกิจที่พักแรมรูปแบบใหม่ขึ้นมา (Wei, 2018)

การแข่งขันของธุรกิจที่พักแรมสูงขึ้นส่งผลให้เกิดนวัตกรรมบนสมาร์ตโฟน ซึ่งธุรกิจที่พักแรมแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) เป็นแอปพลิเคชันที่ไม่มีกฎหมายรับรอง โดยอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารและความไว้วางใจระหว่างผู้ให้บริการตลอดจนนักท่องเที่ยว (Guttentag et al, 2017) การริเริ่มธุรกิจที่พักแรม Airbnb สามารถทำได้ง่ายเพราะเป็นการนำห้องพักภายในบ้านของผู้ให้บริการมาปรับแต่ง และ ปล่อยเช่า (Ward, 2019) ธุรกิจที่พัก

แรม Airbnb ได้พัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ราคาโดยมีการเปรียบเทียบราคากับผู้ให้บริการรายอื่น และมีการปรับราคาตามความต้องการผันผวนของนักท่องเที่ยว (Kwok & Xie, 2018) ธุรกิจที่พักแรม Airbnb เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นถึงการติดตามแนวโน้มของเทคโนโลยี ตลอดจนสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้ทางบริษัทได้เล็งเห็นถึงโอกาส นำมาสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันจองห้องพักที่สะดวก มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายรูปแบบ และมีความปลอดภัย (Lin, Yulan & Wang, 2008) ธุรกิจ Airbnb ได้ใช้ความคิดเห็นหรือบทวิจารณ์ออนไลน์เพื่อใช้เป็นพื้นฐานของคุณภาพ ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจ (Chua, Chiu & Bool, 2019)

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า ธุรกิจที่พักแรมมีบทบาทและความสำคัญในทุกประเทศทั่วโลกและมีส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จึงมีธุรกิจที่พักแรมเกิดขึ้นหลายประเภท และการศึกษาทำวิจัยครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยอยากทราบถึงลักษณะรูปแบบและการดำเนินของธุรกิจที่พักแรมแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) พร้อมทั้งธุรกิจที่พักแรม Airbnb มีรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานที่น่าสนใจ ในการวิจัยครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้มีการศึกษาตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ รายใหม่ไปใช้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจที่พักแรมให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. กระบวนการสร้างและการดำเนินธุรกิจของที่พักแรม Airbnb กรณีศึกษาที่พักแรมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของที่พักแรม Airbnb กรณีศึกษาที่พักแรมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. รูปแบบพิมพ์เขียวการให้บริการของธุรกิจที่พักแรม Airbnb กรณีศึกษาที่พักแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1) แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) หมายถึง ตัวกลางสำหรับโพสต์และจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน รวมถึงเป็นตัวกลางชำระเงินให้กับฝ่ายเจ้าของบ้านด้วย โดยที่เว็บไซต์จะลงโฆษณาห้องของเจ้าของห้องพักในท้องถิ่นที่วางอยู่ให้กับนักเดินทางทั่วโลกได้เข้าพัก

2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม

ในยุคสังคมดิจิทัล แอปพลิเคชันแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ได้เข้ามาตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับบริการในยุคปัจจุบันที่มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนมากกว่า 8-10 ชั่วโมง/วัน ความพิเศษของแอปพลิเคชัน Airbnb คือ ผู้บริโภคสามารถเลือกที่พักตรงกับรูปแบบกิจกรรมประจำวัน ตามสถานที่ที่ต้องการ ขนาดที่เหมาะสม และราคาที่ต้องการได้ อีกทั้งผู้บริโภคสามารถพูดคุยกับเจ้าของที่พักก่อนตัดสินใจเข้าพัก (Sakveeradaytkun, 2016)

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจที่พิกแรมขนาดเล็ก เป็นหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจจากสตาร์ทอัพจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลมาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขยายตัวจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสร้างกระแสรายได้ภายในประเทศ (Yookong, 2012) องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ธุรกิจที่พิกแรมประสบความสำเร็จมี ดังนี้ 1) การบริการที่ดี (Good Service) 2) อาหารที่ดี (Good Food) 3) บรรยากาศที่ดี (Good Atmosphere) 4) บริการที่สะอาด มารยาทที่สุภาพอ่อนโยน (Good pleasant Conscious Service) 5) พนักงานมีความชำนาญ (Good Efficient) 6) ทำเลที่ตั้งดี (Good Location) 7) ชื่อเสียงดี (Good Reputation) (Akrawigrai, 2016)

แนวคิดในการให้บริการ Service Blueprint

ในการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน จะต้องใช้ทฤษฎีพิมพ์เขียวการบริการ เพราะเป็นกระบวนการให้บริการที่ถูกต้อง และสามารถทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจได้ สิ่งนี้เป็นแผนผังสำหรับการบริการที่มีการลงรายละเอียดทุกขั้นตอนของกระบวนการส่งมอบบริการอย่างเฉพาะเจาะจงและครอบคลุม พิมพ์เขียวนี้ช่วยให้สามารถมองเห็นภาพรวมในการออกแบบการบริการ ส่งผลให้สามารถวิเคราะห์ วิจารณ์ และปรับปรุง (Fitzsimmons, 2001 & Hoffman and Bateson, 1997)

แนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่พิกแรม

การทำการตลาดธุรกิจที่พิกแรมจำเป็นจะต้องใช้ ทฤษฎีหลักการส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ความหมาย คือ (Sayreerat et al., 2009) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดขั้นพื้นฐาน โดยมีหน้าที่สนับสนุนแนวคิดเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ ประกอบด้วยเครื่องมือดัง ต่อไปนี้ 1) Product: สนับสนุนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 2) Price: สนับสนุนกลยุทธ์ราคา 3) Place: สนับสนุนกลยุทธ์ช่องทาง การจัดจำหน่าย 4) Promotion: สนับสนุนกลยุทธ์ส่งเสริมตลาด 5) People: สนับสนุนกลยุทธ์บุคคล 6) Physical Evidence: สนับสนุนกลยุทธ์ลักษณะทางกายภาพ 7) Process: สนับสนุนกลยุทธ์กระบวนการ

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการสร้างธุรกิจขนาดย่อมได้
2. ผู้ประกอบการได้ศึกษากระบวนการในการสร้างธุรกิจ ได้นำไปเริ่มสร้างธุรกิจที่พิกขนาดย่อมของตนเองได้
3. ภาครัฐจะดำเนินการเปิดช่องทาง เพื่อรองรับธุรกิจที่พิกอาศัยเป็นธุรกิจที่พิกแรม เพื่อสร้างรายได้ และสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมในชุมชนต่าง ๆ

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจของที่พักแรม Airbnb กรณีศึกษาที่พักแรม : ทฤษฎีฐานราก คือ คือ ทฤษฎีที่มีลักษณะเฉพาะ สร้างขึ้นจากข้อมูลที่เกิดจากปรากฏการณ์จริง โดยทฤษฎีนี้ได้รับ

การตรวจสอบ (Verify) จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกและนำไปวิเคราะห์ ทฤษฎีจะประกอบไปด้วยชุดของมโนทัศน์ (Concept) ของปรากฏการณ์จริง (Leedy and Ormard, 2001) โดยดำเนินการวิจัยข้อมูลดังนี้

3.1 พื้นที่ที่ใช้ศึกษาข้อมูล

ธุรกิจที่พักแรม Airbnb ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ประชากรและผู้ให้ข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยเลือกข้อมูลหลักตามวิธีการ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีลักษณะเป็นผู้ที่ให้ความรู้หรือให้ข้อมูลได้มากที่สุด (Jantawanit, 2010) ได้แก่ผู้ประกอบการ หุ้นส่วนและบุคคลที่เกี่ยวข้องในธุรกิจที่พักแรมที่ไม่ใช่โรงแรม จำนวน 10 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัย ถือเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัยครั้งนี้
2. สมุดบันทึกเพื่อบันทึกรายละเอียด และข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
3. โทรศัพท์เพื่อบันทึกเสียง
4. iPad (รุ่นที่ 7) พร้อม Apple Pencil (รุ่นที่ 1)
5. แบบสัมภาษณ์ (Jantawanit, 2010)

3.4 ขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาบทความ เว็บไซต์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจที่พักแรม
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยประเด็นในการสัมภาษณ์มีดังนี้ 1) รูปแบบและกลยุทธ์ในการสร้างธุรกิจ 2) กลยุทธ์ทางการตลาด 3) ด้านการเตรียมการ (Jantawanit, 2010)

3.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้า 1) ด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยพิจารณาจากแหล่งเวลา สถานที่ และบุคคล 2) ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) โดยการเปลี่ยนผู้สัมภาษณ์ 3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลควบคู่กับวิธีการต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือเพิ่มเติม (Jantawanit, 2010)

3.6 วิธีการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

จากการศึกษาบทความ เว็บไซต์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ประเด็นออกเป็น 3 ส่วนหลักได้แก่ 1) วิเคราะห์ประเด็นหลัก (Major themes) 2) วิเคราะห์ประเด็นย่อย (Sub themes) 3) วิเคราะห์หัวข้อย่อย (Categories) จากนั้นเสนอผลวิจัยด้วยรูปแบบเชิงบรรยาย (Descriptive Research) (Saatmanachat, 2016)

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจของที่พักแรม Airbnb กรณีศึกษาที่ที่พักแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถวิเคราะห์และนำเสนอผลกระทบของการสร้างธุรกิจประกอบด้วย 4 ระยะ ดังนี้

4.1 ระยะการเริ่มธุรกิจ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตัวเองทั้งหมด โดยลงทุนจากเก็บเงินเอง ประกอบกับมีประสบการณ์ไปต่างประเทศ และทดลองใช้แพลตฟอร์มของธุรกิจที่พัก Airbnb แห่งหนึ่ง จากนั้นผู้ประกอบการจึงนำมาปรับใช้ในธุรกิจของตัวเอง เริ่มจากปรึกษากับครอบครัวและบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างธุรกิจที่พักแอร์บีเอ็นบี

4.2 ระยะเวลากการวางแผนสร้างธุรกิจ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินการวางแผนการสร้างธุรกิจ ดังนี้

4.2.1 ด้านผู้ใช้บริการ จากการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการที่มาเข้าพักคือ นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Backpacker) เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการความหรูหรา แต่ต้องการห้องพักราคาประหยัด เนื่องจากผู้เข้าพักประเภทนี้มีความต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ มากกว่าต้องการประสบการณ์ในการเข้าพักโรงแรมที่หรูหรา และยังมีความต้องการพบปะเพื่อนใหม่หรือสังคมใหม่

4.2.2 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเลือกนำอาคารที่ว่างเปล่า ดำเนินงานโดยนำนักออกแบบ (Interior Designer) ตกแต่งอาคารที่ว่างเปล่าให้ทันสมัยขึ้น ผู้ประกอบการเลือกตกแต่งที่พักแบบมินิมอลสไตล์ (Minimal Style) โดยต้องการให้ผู้เข้าพักมีความรู้สึกสบายเหมือนพักผ่อนที่บ้านของตน

4.2.3 ด้านราคา จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการตั้งราคาที่พักต่อคืน โดยการตั้งราคาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ตั้ง ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) หรือช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการสามารถใช้พิจารณาการตั้งราคาที่เหมาะสมได้

4.2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจำหน่ายห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน Airbnb โดยเป็นตัวกลางสำหรับโพสต์และจองห้องพัก รวมถึงชำระเงินให้กับฝ่ายผู้ประกอบการ เริ่มต้นจากผู้ประกอบการสมัครสมาชิก เพื่อเปิดบ้านให้ลูกค้าเช่าและตั้งราคาที่เหมาะสม

4.2.5 ด้านการประชาสัมพันธ์ จากการวิจัยพบว่า การลงประกาศที่พักเบื้องต้นไม่มีค่าใช้จ่าย หากมีผู้จองที่พักทางเว็บไซต์จะเรียกเก็บค่าบริการประมาณ 3-5% จากเจ้าของที่พัก และการประชาสัมพันธ์อีกช่องทางหนึ่งของที่พักเกิดขึ้นจากผู้ประกอบการและผู้รับบริการ เป็นผู้เขียนรีวิวเองทั้งหมด นอกจากการเขียนรีวิวแล้วผู้เข้าพักยังมีการให้คะแนนที่พักเป็นระยะเวลา 14 วันหลังจากมีการเช็คเอาท์ (Check out)

4.2.6 ด้านการชำระเงิน จากการวิจัยพบว่า รูปแบบการชำระเงินของธุรกิจที่พักแรม Airbnb มี 2 ช่องทาง ได้แก่ การโอนเงินผ่านธนาคารและบัตรเครดิต ดังนี้

4.2.6.1 การโอนเงินผ่านธนาคาร เป็นช่องทางที่ไม่เสียค่าธรรมเนียมใด ๆ ในการโอนเงินจากเว็บไซต์มายังบัญชี อีกทั้งทางเว็บไซต์ยังรองรับบัญชีของธนาคารส่วนใหญ่ในไทยได้แต่ระยะเวลาที่จะได้รับเงินนั้นขึ้นอยู่กับเวลาทำการของธนาคารซึ่งถ้าเป็นวันหยุดอาจจะต้องรอเฉลี่ยประมาณ 3-5 วัน

4.2.6.2 บัตรเครดิตหลักและบัตรเครดิตแบบเติมเงิน เช่น Visa, MasterCard, Amex, Discover, JCB รวมถึงบัตรเดบิตที่ใช้แบบเครดิตได้ เป็นวิธีชำระเงินที่ให้บริการทั่วโลก

4.2.7 ด้านการเตรียมการ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินการสมัครเพื่อเข้าร่วมแบ่งปันห้องพักรับทาง Airbnb โดยมีหัวข้อให้ผู้ประกอบการเลือกและสามารถลงทะเบียนที่พักฟรี ผู้ประกอบการสามารถเลือกวิธีการลงทะเบียนได้โดยการผูกบัญชีเข้ากับ Facebook, Google หรือบัญชีอีเมล ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถเลือกช่องทางการชำระเงินผ่านระบบได้ตามที่ต้องการ เช่น Paypal, การโอนเงินผ่านธนาคารหรือบริการตัดบัตรเครดิต เป็นต้น

4.2.8 ด้านลูกค้า จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีผู้ผลิตร่วมธุรกิจ จำนวน 3 ธุรกิจ ดังนี้

4.2.8.1 แอปพลิเคชัน Airbnb เป็นหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพราะถือเป็นช่องทางในการขายสินค้าและบริการ

4.2.8.2 บริษัททำความสะอาด เนื่องจากธุรกิจที่พักแรม เป็นธุรกิจที่พักขนาดย่อม จึงไม่จำเป็นต้องมีพนักงานทำความสะอาดในพื้นที่ แต่สามารถจ้างพนักงานทำความสะอาดจากบริษัทภายนอกเข้ามาทำความสะอาดได้

4.2.8.3 บริษัทซ่อมบำรุง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่พักขนาดย่อม จำไม่จำเป็นต้องสร้างทีมซ่อมบำรุงเป็นของตนเองแต่สามารถจ้างพนักงานซ่อมบำรุงจากบริษัทภายนอกได้

4.2.9 ด้านความปลอดภัย จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในมาตรการความปลอดภัยเป็นอย่างมาก เพื่อป้องกันในด้านทรัพย์สินและชีวิตของผู้รับบริการไม่ให้เกิดความเสียหาย มีมาตรการด้านความปลอดภัยดังนี้

4.2.9.1 กุญแจประตูระบบคีย์การ์ด จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินการใช้กุญแจประตูระบบคีย์การ์ด ซึ่งเป็นมาตรการใหม่ของธุรกิจที่พักแรม

4.2.9.2 กล้องวงจรปิด จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการใช้กล้องวงจรปิดในการเพิ่มมาตรการความปลอดภัยให้กับผู้รับบริการ สามารถบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในภายหลังหากพบเหตุการณ์ผิดปกติขึ้นในที่พัก

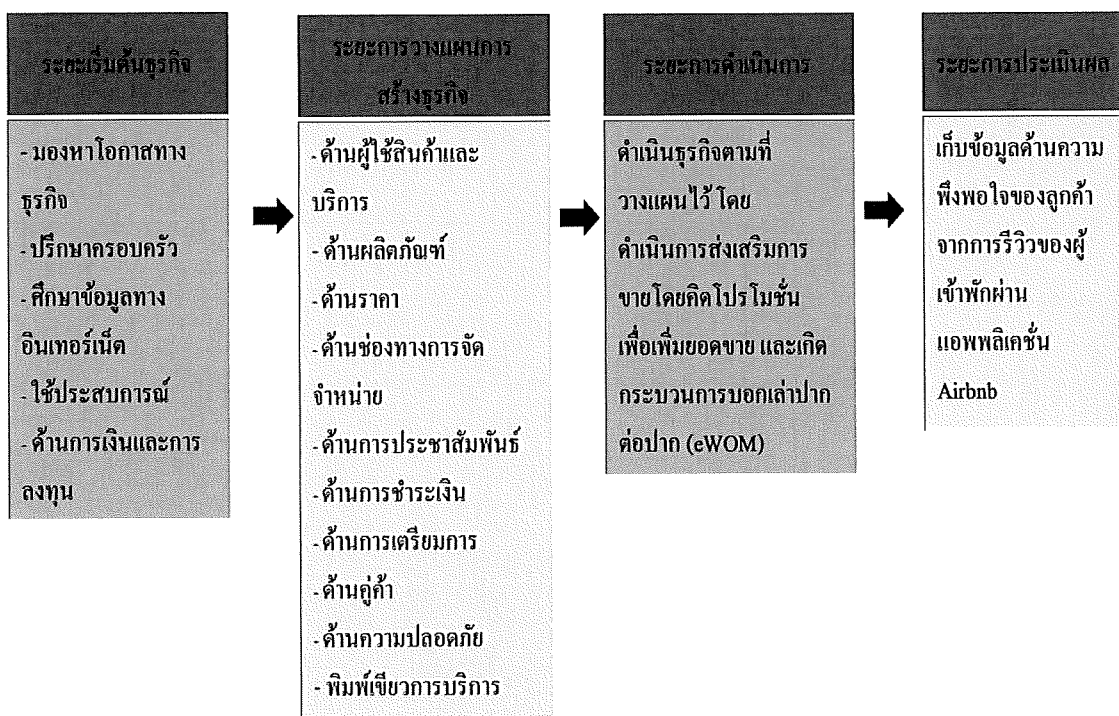
4.2.9.3 สัญญาณเตือนไฟไหม้ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินการติดตั้งสัญญาณเตือนภัยตามจุดสำคัญต่าง ๆ พร้อมทั้งติดตั้งระบบน้ำดับเพลิงที่ทำงานโดยอัตโนมัติ เพื่อป้องกันภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

4.2.9.4 เส้นทางหนีฉุกเฉิน จากการวิจัยพบว่า การเกิดเหตุอัคคีภัยสามารถเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ทั้งนี้ทางผู้ประกอบการจึงได้กำหนดเส้นทางหนีฉุกเฉิน และมีการอบรมพนักงานให้สามารถนำผู้รับบริการออกจากเหตุอัคคีภัยได้ล่วงหน้า

4.2.9.5 อุปกรณ์ดับเพลิง จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินการจัดเตรียมอุปกรณ์ดับเพลิงไว้ให้พร้อมใช้งานได้อย่างตลอดเวลา ติดตั้งประจำจุดสำคัญที่สามารถมองเห็นได้ง่ายและพร้อมต่อการใช้งานได้ทันทีที่เกิดเหตุเพื่อป้องกันเหตุอัคคีภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ

4.3 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินการจ้างพนักงานจำนวน 1 คน เพื่อดูแลธุรกิจแทนผู้ประกอบการ ในเวลา que ผู้ประกอบการไม่สะดวก มีหน้าที่ตรวจสอบในความเรียบร้อย

4.4 ระยะเวลาประเมินผล จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีการจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจทางออนไลน์หลังการใช้บริการ โดยมีการให้คะแนนความพึงพอใจจากผู้เข้าพักและการเขียนรีวิวประสบการณ์การใช้บริการให้กับผู้ประกอบการ เพื่อสอบถามความพึงพอใจ และนำมาปรับใช้กับธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



ภาพที่ 1 ระยะเวลาสร้างธุรกิจ Airbnb

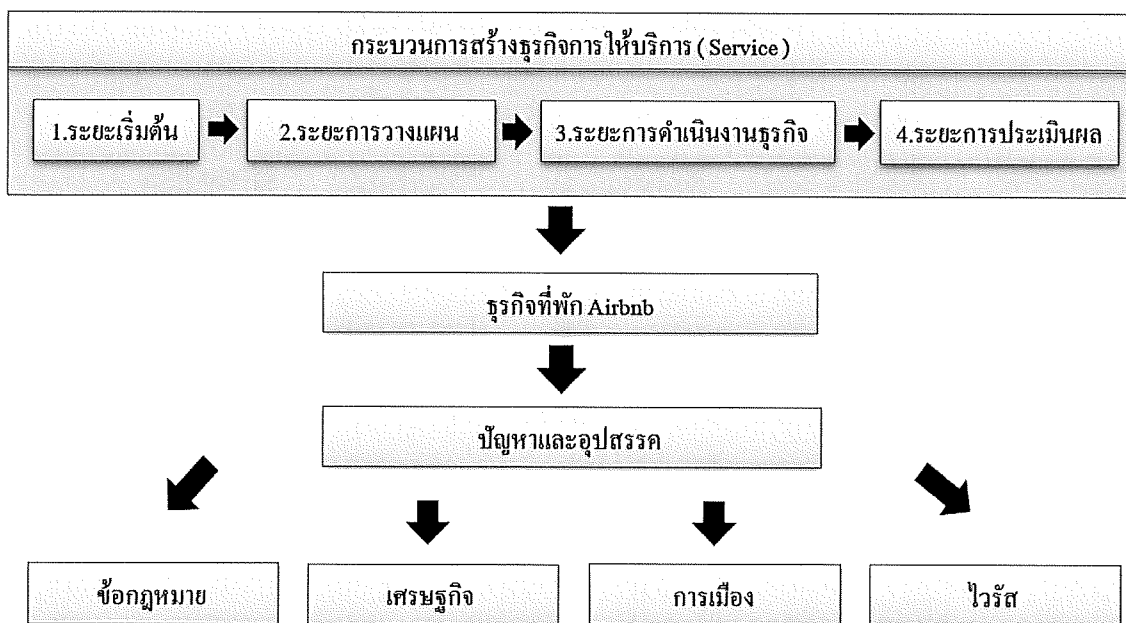
ปัญหาและอุปสรรค

1. ปัญหาเรื่องข้อกฎหมาย จากการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่พักรวม Airbnb เป็นธุรกิจผิดกฎหมายและไม่มีข้อกฎหมายรองรับโดยตรง แต่ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้ อ้างอิงตามพระราชบัญญัติการควบคุมอาหาร พุทธศักราช 2522 และพระราชบัญญัติการโรงแรม พุทธศักราช 2547

2. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า ปัญหาทางเศรษฐกิจไทย มาจากการลดลงของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากถึง ร้อยละ 90 ส่งผลให้ยอดการจองที่พักและหนึ่งในรายได้หลักของประเทศลดลง

3. ปัญหาทางการเมือง จากการวิจัยพบว่า ความไม่มั่นคงทางการเมืองมีส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากเกิดความรู้สึกไม่มั่นใจ ไม่ปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน ตลอดจนมองว่าประเทศนั้นไม่มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

4. ปัญหาทางการแพร่ระบาดของไวรัส จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยกเลิกการจองห้องพัก



ภาพที่ 2 รูปแบบและกระบวนการสร้างธุรกิจที่พัก Airbnb

4.5 พิมพ์เขียวการบริการ (Blueprint) จากการวิจัยพบว่า กระบวนการในการให้บริการของธุรกิจที่พักแรม Airbnb มีขั้นตอนและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ดังนี้ ผู้ประกอบการลงทะเบียนห้องพักกับแอปพลิเคชัน Airbnb เพื่อเป็นการจำหน่ายห้องพักให้แก่ผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการเลือกที่พักที่ต้องการผ่านแอปพลิเคชัน Airbnb และดำเนินการจองที่พักที่ตนเองสนใจ เลือกระยะเวลาที่สะดวก พร้อมทั้งชำระเงินผ่านระบบธนาคารออนไลน์ (Online Banking) เป็นอันเสร็จสิ้นการจอง เมื่อถึงวันที่ได้ทำการจอง ดำเนินการลงทะเบียนเข้าพัก (Check-in) ผ่านระบบบริการต้อนรับส่วนหน้า (Front) ทางด้าน Front จะเข้าสู่กระบวนการรับลงทะเบียนเข้าพัก (Process Registration) เพื่อบันทึกข้อมูลผู้เข้าพักลงในระบบรับจอง (Registration

5.1 การตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Backpacker Needs) พบว่าผู้ประกอบการสร้างธุรกิจแอร์บีเอ็นบีขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Backpacker) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อความสะดวกสบาย พร้อมทั้งราคาประหยัด ทั้งนี้ยังสร้างสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นจุดสำคัญที่ก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้เข้าพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Pooyongyut, 2016) ศึกษาเรื่องนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ (Backpacker)

5.2 การสร้างภาพลักษณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ (Online Media Image) พบว่า ผู้ประกอบการได้ดำเนินการสร้างภาพลักษณ์บนสื่อออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยใช้กลยุทธ์ปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์การขายและโปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน Airbnb สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kaewjarernsree, 2014) ค้นคว้าเรื่องอิทธิพลของรูปแบบการตลาดแบบปากต่อปาก ที่มีต่อทัศนคติของการตลาดแบบปากต่อปาก

5.3 รูปแบบพิมพ์เขียวการให้บริการอย่างมีระบบ (Process of Service Blueprint) พบว่า กิจกรรมในการให้บริการของธุรกิจที่พักแรม Airbnb มีขั้นตอนการให้บริการ ดังนี้ ผู้รับบริการเลือกที่พักที่ตนเองสนใจและทำการจองผ่านแอปพลิเคชันแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) พร้อมทั้งชำระเงินผ่านการบริการของธนาคารออนไลน์ จากนั้นเมื่อถึงวันที่ผู้รับบริการมาถึงที่พักในวันที่ตนเองเลือก ดำเนินการลงทะเบียนเข้าพัก (Check-in) และเมื่อสิ้นสุดการจอง ผู้รับบริการจะต้องมาเช็คเอาท์ (Check-out) กับ Front ขั้นตอนสุดท้ายทางผู้ประกอบการจะกล่าวขอบคุณผู้รับบริการที่มาใช้บริการ จึงจบกระบวนการในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2001 และ Hoffman and Bateson, 1997 เป็นทฤษฎีกระบวนการในการให้บริการอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวกรองขวัญ อัครวิกรัย, 2559 ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่พักแรมให้ประสบความสำเร็จ

5.4 ความสะดวกสบายของการใช้งาน และง่ายต่อการเข้าถึง (Convenience of Application) Airbnb ถูกสร้างให้ตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับบริการในยุคปัจจุบัน เช่น ระบบจองห้องพัก ระบบจ่ายเงิน มีการออกแบบ UX UI ให้เข้าใจง่ายสำหรับผู้ใช้งาน มีตัวเลือกต่าง ๆ ไว้ให้ผู้เข้าพักเลือก เช่น จำนวนเตียง วิว พื้นที่ของที่พัก ราคา ประเภทที่พัก กฎของที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของพรเทพ ปิยวัฒนาเมธา (2536, หน้า 58) ศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการ

5.5 การตกแต่งที่โดดเด่นของที่พัก (Distinctiveness of decoration) พบว่า ธุรกิจตกแต่งอาคารที่พักให้ทันสมัยตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการตกแต่งที่พักด้วยรูปแบบมินิมอลสไตล์ (Minimal Style) ที่เน้นความสะดวกของผู้รับบริการเป็นหลัก ใช้โทนสีที่สบายตาต่อผู้เข้าพักและเน้นความสะดวกของห้องพัก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558,19) เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ข้อสรุปเชิงทฤษฎี จากการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจที่พักรแอมแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) กรณีศึกษาที่พักรแอมแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้ทฤษฎีฐานราก ได้ดังนี้

1. การตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวแบบประหยัด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Backpacker) ต่อการเข้าพักที่พักรขนาดย่อม นั้น คือต้องการความสะดวกรวดเร็ว สะอาด และราคาประหยัด ทั้งนี้ ยังมีความต้องการพบปะเพื่อนใหม่หรือสังคมใหม่อยู่เสมอ
2. การสร้างภาพลักษณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจากผู้รับบริการใช้บริการ และเกิดความพึงพอใจ ทำให้เกิดการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นผ่านทางสังคมออนไลน์ในการส่งผ่าน
3. การสร้างพิมพ์เขียวการให้บริการอย่างเป็นระบบ มุ่งเน้นดูแลลูกค้าผ่านระบบสนทนาออนไลน์ เน้นการให้คำปรึกษาอย่างเป็นกันเองด้วยคำพูดที่สุภาพและการแสดงความจริงใจ ใช้รูปแบบการแบบสนทนาออนไลน์ ตั้งแต่ก่อนเข้าพัก ระหว่างการเข้าพัก ตลอดจนจบการให้บริการ กล่าวคำอวยพรและคำขอบคุณ เก็บคะแนนที่พึงพอใจและคำแนะนำหรือข้อปรับปรุงมาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น กระบวนการดังกล่าวสามารถรับรู้ถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ และสามารถนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. ความสะดวกสบายของการใช้งาน และง่ายต่อการเข้าถึง แอปพลิเคชัน Airbnb ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่ต้องการความรวดเร็วในการจองที่ไม่ยุ่งยาก สะดวก และราคาสามารถเข้าถึงได้
5. การตกแต่งที่โดดเด่นของที่พัก การตกแต่งห้องพักรที่สวยงามและทันสมัยจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกผ่อนคลาย ส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ในเชิงบวกต่อการรับบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจที่พักรแอม Airbnb นี้ยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ จึงมีข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางให้ภาครัฐดำเนินการเปิดช่องทาง เพื่อรองรับธุรกิจที่พักรอาศัยเป็นธุรกิจที่พักรแอม ก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมในชุมชนต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ
2. โรงแรมคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Green Hotels) การทำธุรกิจที่พักรแอมเป็นธุรกิจที่ใช้พลังงานสูง เช่น พลังงานน้ำ หรือพลังงานไฟ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในเรื่องของการรณรงค์การประหยัดพลังงาน อาทิ การติดป้ายประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้นและสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างได้
2. ควรศึกษาปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ได้รับจากการให้บริการ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง การแข่งขันเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รู้ทฤษฎีการรับมือกับปัญหาและนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้

บรรณานุกรม

- กาญจนภรณ์ พลประทีป. (2006). พิมพ์เขียวการบริการกับการพัฒนาคุณภาพของกระบวนการส่งมอบการบริการ. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://www.mut.ac.th/uploaded/_4.pdf
- ชลธิณี อยู่คง. (2555). การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา).
- ฉัญวรัชญ์ สะอาดมานะชาติ. (2559). รายงานวิจัยเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้สิทธิพิเศษ (Privilege) จากผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- นิยม เจริญศิริ. (2558). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- ยาใจ แสงวาททรัพย์. (2558). การพัฒนาพิมพ์เขียวการบริการสำหรับธุรกิจสปาไทย (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- วรัญญา สิทธิสมเรื่อง. (2018). การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสตาร์ทอัพ (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โสภิตรา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- อนันต์ เขียวชาญกิจการ, ชงศ์สุดา โตท่าโรง และ อรณี อัครนิทัต. (2559). พิมพ์เขียวการบริการ แผนผังปฏิสัมพันธ์การบริการเพื่อจัดการคุณภาพบริการ สำหรับธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อิสเรศ ศักดิ์วีระเดชกุล. (2559). สื่อสังคมออนไลน์ ทำเลที่ตั้งของที่พัก คุณภาพให้บริการและความพึงพอใจ อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

Guttentag¹, D., Smith², S., Potwarka³, L., & Havitz, M. (2017). Why Tourists Choose Airbnb: Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of The Author(s)*, 1(1), 1-6. Retrieved February 27, 2020, from https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Guttentag/publication/316533754_Why_Tourists_Choose_Airbnb_A_MotivationBased_Segmentation_Study/links/59dbda660f7e9b1460fc2b2c/Why-Tourists-Choose-Airbnb-A-Motivation-Based-Segmentation-Study.pdf?origin=publication_detail

Chua, E., Chiu, J., & Bool, N. (2019). Sharing Economy: An Analysis of Airbnb Business Model and the Factors that Influence Consumer Adoption. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(2), 19-21.

Kwok, L. & Xie, K. (2018). Pricing strategies on Airbnb: Are multi-unit host revenue pros. Retrieved February 27, 2020, from https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fpublication%2F327954155_Pricing_strategies_on_Airbnb_Are_multiunit_host_revenue_pros%3Ffbclid%3DIwAR1cB8wqvSgddTGrPlVeBMSwyPaJpMK1fVdUbJGPdqKXcglWWd_wAAosl&h=AT1LZr3Ka7EwrWougZY4gmOIA85Q1wwHCn1yjFMEdgjKmw3EiEMaflqdmS1MpD67CDV82u5kxH3Vi0jaOhw7XUuU4jU3HLYq3XWzk4f2mHYhtbmJLf5qKO6xvALp1_BUm5YtArkVlkk

Leedy, T., & Ormrod, J. (2001). *Practical research: planning and design*. Merrill Prentice Hall: Upper Saddle River, N.J..

Ward, S. (2019). How to Start a Profitable Airbnb Business. Retrieved January 30 2020, from https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.thebalancesmb.com%2Fhow-to-start-a-profitable-airbnb-business-4154273%3Ffbclid%3DIwAR2H0ynjDiToMHwBE3iOdR-L_yvA2CqoWu8qqv9weL9r3uRQel-OpJPBokU&h=AT2F-kRUZikwnmUj1ni3xeGDpUylF8m-

6Jul9SbjfRlp3dKZAM20tdeQvuqHIMKa1JzpwA9rUNAQuczuC3hneNbKWU7aLQWNpAPMcv}
dLLGNzWJCM4aIL_XSExxLcrS5BVRfjiiibQnQbAVs

Wu, X., & Shen, J. (2018). Airbnb's Trust Mechanism and the Effects of Cultural Values. China: Donghua University.

Lin, Y., Yulan, M., & Wang, Y. (2008). Research on Business Strategy and Performance Evaluation in Collaborative Design. Taiwan: National University of Tainan.

Wej, Y. (2019). Research on Marketing Strategy of Large Business Hotel in Thailand (1). Bangkok: Siam University.