

ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2561



นภสร ศรีสาคร
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อภาศิลป์,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาวรรณ จีระพันธุ์,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb” เพราะความกรุณาของอาจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร อาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาอิสระครั้งนี้ ท่านได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ แนวคิด รวมถึงให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบ แก้ไขเนื้อหา ข้อบกพร่องของการศึกษา และกำกับดูแลขั้นตอนการศึกษาให้สำเร็จทันตามกำหนดเวลา รวมทั้งช่วยพิจารณาถึงความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจและคอยให้คำปรึกษาที่ดีอย่างสม่ำเสมอ ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ข้อคิดต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัย ขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ และขอบคุณเพื่อนๆที่เป็นกำลังใจให้กันและกันตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจและเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจที่จะทำการศึกษารื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

นภสร ศรีสาคร

ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb
THE STUDY OF BEHAVIOR AND ATTITUDE OF AIRBNB SERVICE

นภสร ศรีสาคร 6050277

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., สุทธาวรรณ จีระพันธุ์, Ph.D

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb และ ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองห้องพักผ่าน Airbnb เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ Airbnb โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 330 คน ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ที่มีระดับคะแนนที่มากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลาย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และ ปัจจัยด้านความเสี่ยง โดยปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไทยเลือกตัดสินใจเลือกใช้บริการของที่พักผ่าน Airbnb ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านคุณภาพ และ ปัจจัยด้านความเสี่ยงตามลำดับ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ และ ปัจจัยด้านความหลากหลายและคุณภาพในการให้บริการ

คำสำคัญ: Airbnb (Air Bed and Breakfast) / นักท่องเที่ยวชาวไทย / ความเสี่ยง / ความคาดหวัง

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามงานสารนิพนธ์	3
1.3 วัตถุประสงค์	3
1.4 ขอบเขตของงานสารนิพนธ์	
1.4.1 ประเด็นที่ศึกษา	3
1.4.2 กลุ่มเป้าหมาย	3
1.4.3 ระยะเวลา	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Airbnb	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision)	6
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectation)	7
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ	9
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความหลากหลาย	10
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคาและความคุ้มค่า	11
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง	11
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีวิจัย	15
3.1 รูปแบบการวิจัย	15
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	16
3.3 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	16
3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	16
3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย	16
3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	17
3.4 ตัวแปรในการวิจัย	17
3.5 สมมติฐานการวิจัย	17
3.6 เครื่องมือในการวิจัย	18
3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.8 รวบรวมข้อมูล	20
3.9 วิเคราะห์ข้อมูล	20
3.10 ระยะเวลาในการวิจัย	20
บทที่ 4	
ผลการวิจัย	21
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	23
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb	25
4.4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มในปีจัยต่างๆตามทัศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ด้วยวิธีแบบ Independent Sample T-Test	28
4.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มในปีจัยต่างๆตามทัศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ด้วยวิธีแบบ One way Anova	32
4.6 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปีจัยต่างๆตามทัศนคติของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ด้วยวิธีสหสัมพันธ์ (Correlation)	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Regression)	51
บทที่ 5 อภิปรายและข้อเสนอแนะ	53
5.1 อภิปรายผลการศึกษารวบรวม	53
5.2 สรุปผลการวิจัย	57
5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	58
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	61
ภาคผนวก ก	62
ประวัติผู้วิจัย	67



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เข้าพักแรมจำแนกตามประเภทที่พัก ใน พ.ศ. 2560	1
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4.2	จำแนกการใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	23
4.3	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	24
4.4	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb	26
4.5	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มเพศ)	28
4.6	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา)	29
4.7	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของผู้ที่เคยใช้บริการ)	30
4.8	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของอายุ)	33
4.9	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของอาชีพ)	34
4.10	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของรายได้เฉลี่ย)	36
4.11	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง)	39
4.12	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคืนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง)	41
4.13	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของราคาห้องในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง)	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.14	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของคนที่ตัดสินใจในการเลือกที่พัก)	47
4.15	การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆต่อการให้บริการของ Airbnb	50
4.16	การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการที่พักผ่าน Airbnb	51



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	2



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

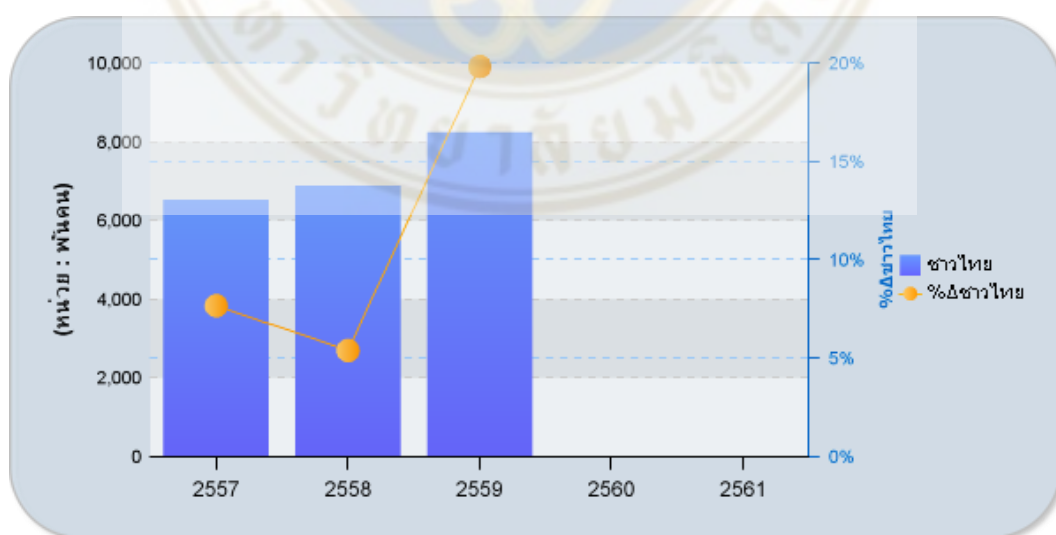
เนื่องด้วยในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศเพราะนอกจากจะส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาในประเทศแล้วยังส่งผลไปสู่อุตสาหกรรมและธุรกิจอื่นๆ อาทิ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจค้าปลีก รวมไปถึงธุรกิจโรงแรม เป็นต้น ซึ่งจากข้อมูลสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Ministry of Tourism & Sport) ในปี พ.ศ. 2560 จะเห็นได้ว่ามีจำนวนประชากรไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและเข้าพักแรมภายในประเทศผ่านทางบริษัทนำเที่ยวและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองในไตรมาสแรก (เดือนมกราคม - มีนาคม) มีนักท่องเที่ยวจำนวน 31,683,462 คน โดยแบ่งเป็น 1.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่โรงแรมจำนวน 13,433,637 คน 2.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่เกสต์เฮาส์จำนวน 1,106,156 คน 3.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่บังกาโลหรือรีสอร์ทจำนวน 11,428,741 คน และ 4.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่บ้านญาติจำนวน 5,714,928 คน และ ไตรมาสที่สอง (เดือนเมษายน - มิถุนายน) มีนักท่องเที่ยวจำนวน 30,752,919 คน โดยแบ่งเป็น 1.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่โรงแรมจำนวน 13,587,366 คน 2.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่เกสต์เฮาส์จำนวน 992,987 คน 3.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่บังกาโลหรือรีสอร์ทจำนวน 10,489,963 คน และ 4.) นักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักแรมที่บ้านญาติจำนวน 5,682,604 คน

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เข้าพักแรมจำแนกตามประเภทที่พัก ใน พ.ศ. 2560

	โรงแรม	เกสต์เฮาส์	บังกาโล/รีสอร์ท	บ้านญาติ
ไตรมาสที่ 1	13,433,637	1,106,156	11,428,741	5,714,928
ไตรมาสที่ 2	13,587,366	992,987	10,489,963	5,682,604

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Ministry of Tourism & Sport)

ซึ่งจากข้อมูลจะแสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศนั้น มีจำนวนที่ค่อนข้างสูง นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มีทางเลือกในการเลือกสถานที่สำหรับการพักผ่อนที่ค่อนข้างหลากหลายตามความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคา สถานที่หรือ ลักษณะพฤติกรรมส่วนบุคคล เป็นต้น โดยในปัจจุบันจากความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายจึงก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ที่มีชื่อเรียกว่า Airbnb (Air Bed and Breakfast) ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมและมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนที่เริ่มหันมาให้ความสนใจกับการเลือกที่พักผ่าน Airbnb เนื่องจากเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยการเลือกสถานที่ในการเข้าพักผ่านอินเทอร์เน็ตก็ยังมีตัวเลือกที่หลากหลายให้เลือกให้เหมาะสมกับความต้องการของตัวเอง และยังมีราคาที่ทำให้เลือกที่หลากหลายโดยเฉพาะเมื่อต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ Airbnb ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสนใจ เนื่องจากราคาที่พักที่เป็น โรงแรมในต่างประเทศนั้นจะมีราคาที่สูงแต่การเลือกที่พักผ่าน Airbnb นั้นนักท่องเที่ยวก็สามารถเลือกที่พักที่ตามความต้องการของตนเองได้ในราคาที่สามารเข้าถึงได้อีกด้วย ซึ่งจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2559 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน



ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

ที่มา : <http://marketingdb.tat.or.th>

1.2 คำถามงานสารนิพนธ์

1. พฤติกรรมและทัศนคติต่อการให้บริการที่พักของ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการที่จะเลือกใช้บริการจองที่พักแรมและเข้าพักของ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบด้วยอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการให้บริการของ Airbnb
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยต่อการให้บริการของ Airbnb และปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb

1.4 ขอบเขตของงานสารนิพนธ์

1.4.1 ประเด็นที่ศึกษา

งานสารนิพนธ์นี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึง “ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองที่พักแรมผ่าน Airbnb”

1.4.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้ คือ ประชากรที่จะทำการศึกษาวิจัยครั้งคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.4.3 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาสารนิพนธ์ ตั้งแต่ เดือน ตุลาคม 2561 ถึง ธันวาคม 2561

1.5 นิยามศัพท์

Airbnb (Air Bed and Breakfast) คือ แพลตฟอร์มตัวกลางสำหรับโฮสและจองห้องพักผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟน (Smart phone) รวมถึงเป็นตัวกลางชำระเงินให้กับฝ่ายเจ้าของบ้านด้วย โดยที่เว็บไซต์จะลงโฆษณาห้องของเจ้าของห้องพักในท้องถิ่นที่วางอยู่ให้กับนักเดินทางทั่วโลกได้เข้าพัก โดยที่เจ้าของบ้านเป็นคนเลือกเองว่าจะให้ลูกค้าคนไหนเข้าพักผ่านทางเว็บหรือแอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟน (Smart phone) ทั้งนี้ก็เพื่อความปลอดภัยและผลประโยชน์ที่ทั้งสองฝ่ายคือเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยมีรูปแบบของที่พักให้เลือกสรรหลากหลายแบบทั้งอาศัยร่วมกับเจ้าของห้องพัก รับประทานร่วมกัน หรือจะเป็นแบบส่วนตัวก็ได้ ปัจจุบันมีบ้านเช่ากว่า 110,000 แห่งใน 13,000 เมืองจาก 190 ประเทศทั่วโลก

นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ คนไทยผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักแรมของตุนซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 1 คืนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 90 วันและเป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่การไปประกอบอาชีพเพื่อการหารายได้

ความเสี่ยง คือ โอกาสในทางลบที่อาจเกิดขึ้นได้จากการจองที่พักแรมและได้เข้าพักผ่านทางบริการของ Airbnb อาทิ รูปแบบของที่พักแรมที่อาจไม่เหมือนในรูปที่ได้ลงไว้ในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟน อุปกรณ์บางอย่างในที่พักอาจเกิดการชำรุดและไม่สามารถใช้งานได้เมื่อเข้าพัก และความเสี่ยงจากการอยู่ร่วมกับเจ้าของที่พัก เป็นต้น

ความคาดหวัง คือ สิ่งที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าคาดหวังจะได้รับจากการเข้ามาใช้บริการ โดยความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนนั้นจะแตกต่างกันไป ซึ่งจะส่งผลไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าต่อไปด้วย ยิ่งผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีความคาดหวังสูงแต่ได้รับความผิดหวังจากการใช้บริการก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดน้อยลงไปด้วย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เจ้าของที่พักที่อยู่ในการให้บริการของการจองที่พักแรมผ่าน Airbnb สามารถทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว
2. ทำให้ลดความเสี่ยงจากการลงทุนในที่พักและสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มเติมจากการนำที่พักที่ว่างของตนเองมาเปิดเป็นห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยว
3. ทำให้ทางบริษัท Airbnb เข้าใจถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ และเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ซึ่งจะเป็นประโยชน์และแนวทางในการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb” ได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ในการศึกษาระดับปริญญาโทในครั้งนี้ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Airbnb
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectation)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความหลากหลาย
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคาและความคุ้มค่า
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Airbnb

Airbnb (Air Bed and Breakfast) คือ บริษัท Start-up บริการออนไลน์ที่เป็นตัวกลางที่ให้ผู้คนที่มีย่านว่างสามารถเปิดห้องให้ผู้อื่นมาเช่าได้ หากมองในแง่ของนักท่องเที่ยว Airbnb ถือว่ามอบโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถหาที่พักราคาถูกและมีที่พักให้เลือกหลากหลาย ส่วนในแง่ของผู้ประกอบการ Airbnb เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยสร้างรายได้จากการเปิดที่พักให้เช่าผ่าน Application Airbnb โดยเจ้าของที่พักสามารถเปิดห้องให้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกเข้าพักได้ในทันที ซึ่ง Airbnb จะมีรายได้จากสองทาง คือ การคิดค่าธรรมเนียม 6 - 12 % จากเจ้าของที่พักเมื่อผู้เข้าพักจ่ายเงินในการเข้าพัก และอีกทางคือการคิดค่าบริการจากผู้เข้าพักอีกส่วนหนึ่ง ปัจจุบัน Airbnb มีที่พักหลายประเภทที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป เช่น บ้าน ห้อง เต็นท์ หรือปราสาท ธุรกิจ Airbnb ก่อตั้งในปี 2008 โดย Brian Chesky และ Joe Gebbia ในซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย ภายใต้ไอเดีย “การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่เรามีอยู่แล้วเปลี่ยนเป็นรายได้ให้เรา” เริ่มแรกบริษัทได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัท Y Combinator ของ Paul Graham ซึ่งเป็นบริษัทไอที

ชื่อดังมาแล้ว อาทิ Dropbox, Reddit, Scribd ต่อมาในปี 2010 บริษัทรับทุนสนับสนุนเพิ่มจาก Sequoia Capital และ Greylock Partners โดยจุดเริ่มต้นของ AIRBNB เกิดจากการที่ Brian และ Joe นำเอาห้องอพาร์ทเมนต์ของตัวเองในซานฟรานซิสโก ออกมาให้ผู้เดินทางมาชมงานสัมมนาด้านการออกแบบในซานฟรานซิสโกเช่า เนื่องจากในขณะนั้นมีผู้เดินทางมาชมงานเป็นจำนวนมากทำให้ทุกโรงแรมถูกจองเต็มหมด ทั้งคู่จึงเกิดไอเดียเปิดห้องพักรักตัวเองเป็นห้องพักร่วมอาหารเช้าซึ่งทำให้ได้ลูกค้ามาพัก 3 คนและได้รับเงินค่าเช่าไป 1,000 กว่าเหรียญปัจจุบัน Airbnb มีผู้ให้บริการกว่า 60 ล้านคน มีห้องพักรักใน 34,000 เมือง และ 190 ประเทศทั่วโลก ซึ่ง Airbnb ไม่ใช่เป็นเพียงเว็บไซต์ธรรมดา แต่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการแลกเปลี่ยนบ้านให้เช่าเท่านั้น บริษัท ฯ ยังมีทีมพัฒนาแพลตฟอร์มของตัวเอง ข้อมูลและฟีเจอร์ต่างๆจะถูก Customize เพื่อให้เหมาะสมในแต่ละช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชันสำหรับ iPhone และ Android แพลตฟอร์มที่ถูกพัฒนาขึ้นนี้สามารถต่อยอดทางธุรกิจอื่นได้ในอนาคต เช่นอาจนำไปประยุกต์ใช้กับบริการออนไลน์ประเภทอื่นหรือให้บริษัทอื่นที่สนใจใช้แพลตฟอร์มแล้วเก็บเงินค่าอนุญาตการใช้งาน (License Fee) เป็นต้น ส่วนผู้ให้บริการได้รับความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมออนไลน์ และการเข้าถึงคอนเทนต์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอ่านหรือเขียนรีวิว การหาข้อมูลที่พักรักโพสต์ประกาศให้เช่า ฯลฯ ทั้งจากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง AIRBNB ยังสร้างเครือข่ายนักเดินทางและเจ้าของที่พักภายในเว็บไซต์อีกด้วย เช่น การรีวิวที่พักจากนักท่องเที่ยวที่เคยไปพักยังสถานที่นั้นมาก่อน ข้อมูลจากการรีวิวจะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเลือกพักของบรรดานักเดินทางรายอื่นที่ต้องการหาที่พักช่วงวันหยุดยาว มีฟีเจอร์ “Social Connections” ซึ่งผู้ที่ใช้งานฟีเจอร์นี้จะต้องล็อกอินด้วย Facebook Account จากนั้นจึงจะเห็นว่าเพื่อนๆ ที่อยู่ในเครือข่ายเฟซบุ๊กเคยไปพักที่ไหนมาบ้าง อ่านรีวิวของเพื่อนและทีมงาน Airbnb เป็นต้น เจ้าบ้านและผู้เช่าสามารถติดตามข่าวสารจาก AIRBNB ได้ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, YouTube, Google Plus AIRBNB จุดขายของAIRBNB คือการที่มีห้องพักรักทุกระดับทั่วโลกในราคาที่ยุติธรรม (ภัทร รุจยาชยะกูร, 2557)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision)

สมคิด บางโม (2548 : 175) การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางปฏิบัติที่มีหลากหลายทางเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ ดังนั้นการตัดสินใจนี้เป็นการกระทำเพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมาย ด้วยวิธีที่จะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและบังเกิดผลประโยชน์สูงสุด

นัตราพร เสมอใจ (2550 : 46) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2550 : 387) ได้กล่าวไว้ว่า คำจำกัดความของการตัดสินใจ คือ การเลือกระหว่างทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหลาย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

ณัฐพันธ์ เขจรันท์ (2551 : 138) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจหมายถึง กระบวนการของการใช้ความคิดและการกระทำในการรับรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) กำหนดและประเมินทางเลือก รวมถึงเลือกทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

จากความหมายของการตัดสินใจที่กล่าวมาทั้งหมดในเบื้องต้น สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจหมายถึง การใช้ความรู้ ข้อมูล ความรู้สึก ของผู้ตัดสินใจในการเลือกทางเลือกที่มีความเหมาะสมกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectation)

สมิต สัจฉกร (2546 : 81) ความคาดหวัง คือ สิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการพบเห็นในสิ่งที่สวยงามดังนั้น การให้บริการที่ดีนั้นหากผู้ใช้บริการประทับใจเมื่อแรกเห็น ความคาดหวังของผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะสามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจอาจมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง ซึ่งเป็นเรื่องของจิตใจ และอาจมีการแสดงออกทางอาการหรือไม่แสดงออกทางอาการได้ ผู้ให้บริการต้องรับรู้ด้วยตนเอง จึงมีการจำแนกความคาดหวังของผู้ใช้บริการ สมิต สัจฉกร (2546 : 216 - 219) ดังนี้

1. สิ่งที่เห็นได้ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ มีความทันสมัย
2. ความรู้สึกร่วมผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะได้รับการต้อนรับและการดูแล รวมถึงการแสดงกิริยานอบน้อมที่สื่ออยู่เสมอ
3. การตอบสนองผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะมีความเต็มใจให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงจัง เมื่อต้องการได้รับความสะดวกสบายก็คาดหวังว่าจะได้รับอย่างทันท่วงทีและต้องได้รับประโยชน์อย่างสูงสุด

4. การให้หลักประกันผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าจะมีความรู้ในการได้รับบริการอย่างแท้จริง โดยคาดหวังว่าผู้รับเรื่องหรือปัญหานั้นจะสามารถแก้ปัญหาโดยผู้ใช้บริการจะสามารถพูดอย่างเปิดเผยด้วยความจริงใจและหวังว่าจะช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์

5. ความเชื่อถือได้ผู้ใช้บริการอาจมีการคาดหวังว่าผู้ใช้บริการจะปฏิบัติตามสัญญาด้วยการให้บริการที่ถูกต้องและสะดวกรวดเร็วด้วยการยึดมั่นในการให้คำสัญญาที่จะให้บริการในเรื่องต่างๆ อย่างแท้จริง ดังนั้นอาจเห็นได้ว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้บริการต้องคำนึงว่าตนเองมีการบริการอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจที่สุด เพราะสิ่งที่ทำเหล่านี้จะเป็นการวัดถึงบริการที่คุ้มค่า สมราคาและหากเกิดการขึ้นชมก็ทำให้เกิดสิ่งดี ๆ เหนือความคาดหวังยิ่งขึ้นไปอีก

ลัทธิกาล ศรีวะรมย์และณรงค์ศักดิ์ บุญเลิศ (2548 : 297 - 298) ได้กล่าวถึงกระบวนการจูงใจที่น่าศึกษาของทฤษฎีความคาดหวัง (Expected Theory) ของวิกเตอร์ วูม (Victor Vroom) โดยมีความเชื่อว่าบุคคลที่ต้องการจะแสดงพฤติกรรมใดๆ ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของบุคคลนั้นว่ามีพฤติกรรมหรือการกระทำซึ่งจะนำผลลัพธ์ที่ต้องการและความน่าสนใจของผลลัพธ์ที่ได้้นั้นมากขึ้น และแสดงออกมาเป็นคุณค่าของการบริการนั้น ๆ

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539 : 21) ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความคาดหวังของผู้ใช้บริการคือ

1. ชื่อเสียงของบริษัท/ภาพพจน์/การกล่าวถึง
2. ผู้ให้บริการ (รูปร่าง/การแต่งกาย)
3. ตัวสินค้า/การบริการ
4. ราคาของบริการ/คุณค่าของการบริการ
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของผู้ให้บริการ
7. ข้อมูล/ข่าวลือ

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟลือคและลอเรน ไรน์ (2546 : 76) ได้กล่าวถึงความคาดหวังถึงคุณภาพของการบริการที่สามารถรับรู้ได้อาจมีการเปรียบเทียบการบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้และส่วนใหญ่การบริการที่ได้รับจะพร้อมกับความคาดหวังอยู่เสมอและความคาดหวังของผู้ใช้บริการอาจเกิดจากการที่ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นมาในอดีตอาจเกิดขึ้นจากคำติชม การพูดแบบปากต่อปาก และข่าวสารต่าง ๆ ที่เคยได้รับมาก่อนหน้าการใช้บริการ

จากความหมายของความคาดหวังที่กล่าวมาทั้งหมดในเบื้องต้น สามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังคือสิ่งที่ผู้ใช้บริการหวังว่าจะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของคุณภาพของตัวห้องพักผ่อน

หรือการให้บริการต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะส่งไปสู่ความพึงพอใจหากผู้ใช้บริการ ได้รับสิ่งต่างๆตามที่ตนเองคาดหวังเอาไว้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ

Zeithaml & Bitner (2000) ได้กล่าวถึงคุณภาพของการบริการว่าลูกค้าประเมินคุณภาพบริการโดยใช้ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถในการบริการตามที่สัญญาไว้ไว้อย่างน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และถูกต้องการทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) พนักงานมีความรู้มีอัธยาศัยและมีความสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) สิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริการ การเข้าใจลูกค้า (Empathy) การเอาใจใส่และให้ความใส่ใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคลและการตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยทันทีปัจจัยนี้เน้นที่ความสนใจและความพร้อมที่จะทำตามคำขอร้อง

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการ (Service Quality) ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอน ในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐานทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยากไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ถูกนำมาซื้อบริการ ดังนั้น ขณะที่ลูกค้ามาซื้อ

บริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ ปัญหาข้อหนึ่งในการดำเนินธุรกิจบริการคือด้านคุณภาพบริการและแนวทางสร้างคุณภาพในทุกกระบวนการของธุรกิจความผิดพลาดไม่สามารถแก้ไขได้ ดังนั้นต้องป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนและเนื่องจากลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของขบวนการและมีส่วนในการกำหนดคุณภาพของบริการการเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าจะเป็นพื้นฐานที่จะเข้าใจขบวนการสร้างคุณภาพ นอกจากนั้นคุณภาพของบริการยังเป็นการรวมตัวของหลายหน้าที่ในหลายแผนก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจทุกแผนกขององค์กรด้วย

พาราสุรามาน เซทแฮมม์ และเบอร์รี่ (Parasuraman Zeithaml and Berry, 1988) กล่าวว่าไว้ว่าคุณภาพบริการ คือการรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการโดยการเปรียบเทียบความต้องการความคาดหวังกับการบริการที่รับจริงและองค์กรที่ได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการจะต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับการรับรู้ของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman, et al, 1994) ยังได้กล่าวถึงคุณภาพบริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” งานบริการ

ส่วนหน้าเป็นงานที่ต้องพบปะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักและนักท่องเที่ยวที่แวะสอบถามข้อมูลของโรงแรมตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งพนักงานต้อนรับต้องทำงานอย่างหนักในการให้บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการเพราะเป็นแผนกที่ทำรายได้ให้กับโรงแรมเป็นอันดับ 1 ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาใช้บริการมากน้อยนั้นขึ้นอยู่กับบริการของผู้ให้บริการเช่นกัน

จากความหมายของคุณภาพที่ที่กล่าวมาทั้งหมดในเบื้องต้น สามารถสรุปได้ว่าคุณภาพในการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าสำหรับธุรกิจบริการ คุณภาพในการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพราะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและยังเป็นการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งซึ่งจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ การเสนอคุณภาพในการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความหลากหลาย

มณฑกานติ แลนแคสเตอร์ (2548) ความแตกต่างในตัวลูกค้าทั้งความรู้ ประสบการณ์ และความคาดหวังของที่แตกต่างกันนั้น ก็จะส่งผลไปสู่ความต้องการของสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นรูปร่างหน้าตาของสินค้า หรือ แม้กระทั่งรูปแบบในการให้บริการ

นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์ (2553) กล่าวว่าเนื่องจากลักษณะของบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ในอดีต รวมถึงทัศนคติและอารมณ์ ความรู้สึกในขณะนั้นๆ นอกจากนั้นความต้องการของลูกค้าแต่ละคนก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้นรูปแบบและการบริการส่วนมากจึงต้องมีความหลากหลายไม่อาจกำหนดและควบคุมให้มีมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดเพื่อนำให้สามารถตอบสนองกับความต้องการ (เฉพาะคน) ของลูกค้าได้

เพราะฉะนั้นสามารถสรุปได้ว่า เนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลนั้น มีลักษณะพฤติกรรมรวมไปถึงความต้องการที่แตกต่างกันนั้น จะส่งผลไปสู่ความต้องการที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้า บริการ ซึ่งถ้ามองในเรื่องของโรงแรมหรือที่พักความหลากหลายที่ลูกค้าต้องการนั้นจะมีหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบหรือลักษณะของที่พัก ความหลากหลายของสถานที่ที่จะมีความแตกต่างกันซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะพฤติกรรมและความต้องการลูกค้าที่แตกต่างกันอีกด้วย

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคาและความคุ้มค่า

ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์ (2551) กล่าวว่า คุณค่าผู้บริโภครับรู้ หมายถึง ผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมด ซึ่งรวมทั้งต้นทุนอื่นที่เป็นองค์ประกอบของการซื้อที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพิ่ม มีหลักฐานทาง

การศึกษาการค้นพบ คือ ผู้บริโภคที่รับรู้ว่าจะได้รับคุณค่าเมื่อต้องจ่ายเงินออกไปนั้น จะมีความรู้สึกพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ไม่รับรู้ว่าจะได้รับคุณค่าเมื่อต้องจ่ายเงินออกไป

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) กล่าวว่า คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ หมายถึง ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังกับต้นทุนที่ต้องสูญเสียไป ผู้บริโภคทุกคนจะพิจารณาสิ่งที่ได้รับหรือบริการที่ได้รับจากการซื้อสินค้ากับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะซื้อสินค้าและบริการ

พิบูล ทีปะปาล (2549) ให้ความหมายของคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ คือ ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับ (What the Customer Gets) กับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องจ่ายหรือให้ไป (What the Customer Gives) จากสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากสินค้า แต่ต้องให้หรือจ่ายบางสิ่งบางอย่างไป ซึ่งถือเป็นต้นทุนประโยชน์จะประกอบไปด้วย ประโยชน์ด้านหน้าที่ หรือการใช้งาน (Functional Benefits) กับประโยชน์ด้านอารมณ์ (Emotional Benefits) สำหรับส่วนที่ต้องจ่ายหรือเป็นต้นทุนนั้นจะประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงิน (Monetary Costs) ค่าเสียเวลา (Time Costs) ค่าพลังงาน (Energy Cost) และค่าจิตวิทยา (Psychic Costs) เป็นต้น

เพราะฉะนั้นสามารถสรุปได้ว่า ราคาหรือความคุ้มค่านั้นคือสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้รับไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการก็ตามซึ่งแตกต่างกับการที่ผู้บริโภคยอมจ่ายไป โดยสิ่งที่จ่ายไปนั้นจะมีความคุ้มค่าหรือไม่ขึ้นอยู่กับสินค้าหรือบริการนั้นๆตรงกับความต้องการที่ผู้บริโภคได้คาดหวังว่าจะได้รับก่อนที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยหากเมื่อผู้บริโภคได้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว สินค้าหรือบริการที่ได้รับกลับมานั้นเท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังที่ผู้บริโภคได้คาดหวังไว้ นั้นจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับรู้และรู้สึกได้ว่าราคาสินค้าหรือบริการที่ได้จ่ายไปนั้นมีความคุ้มค่าและยินดีที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง

สัจชัย อุปะเคีย (2553) ได้ให้ความหมายของคำว่าความเสี่ยง ไว้ว่า ผลที่ได้รับจากการรับรู้ข้อมูลหรือ ข้อเท็จจริงที่ผิดพลาด รวมถึงระบบในการรักษาความปลอดภัยของการจัดเก็บข้อมูลที่สามารถรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยที่อาจทำให้ลูกค้าเกิดความผิดหวัง หรือเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่การที่ลูกค้าไม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการทางระบบออนไลน์หรือระบบบิโอดีทรอนิกส์

โดยการประเมินความเสี่ยงว่ามีระดับความเสี่ยงเท่าไรที่สามารถยอมรับได้ของแต่ละบุคคล จะขึ้นอยู่กับค่านิยมหรือมาตรฐานของบุคคลนั้นหรือขึ้นอยู่กับแต่ละสังคม โดยลักษณะการประเมินความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ 1. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง 2. เปรียบเทียบความเสี่ยงที่คาดคะเนได้กับค่าความเสี่ยงที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐาน 3. การประเมินความเสี่ยง 4. การประเมินความเสี่ยงโดยตัดสินใจจากผลตอบแทนที่ได้รับ

ประวิทย์ พิมพะสาร (2555) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) คือ ทศนคติ ความเชื่อและความรู้สึกที่ว่าอาจไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการที่เพียงพอซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียต่างๆ เช่น การถูกโจรกรรมทรัพย์สินผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, การถูกโจรกรรมโดยการแก้ไขเลขที่บัญชีปลายทางในระหว่างการโอนเงิน, การถูกลักลอบเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงทศนคติความเชื่อด้านความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

วรารพร วรเนตร (2554) ความเสี่ยง หมายถึง ผลจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อมูลที่ไม่แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัยและการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านำเสนอข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ครบถ้วน ซึ่งอาจนำไปสู่ความผิดหวัง ความไม่พึงพอใจ และทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าไม่ตัดสินใจที่จะทำการชำระเงิน การประเมินความเสี่ยงของลูกค้าเป็นขั้นตอนที่มีความยุ่งยากเพราะจะขึ้นอยู่กับค่านิยม มาตรฐานของแต่ละบุคคล หรือแต่ละสังคมว่าจะกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ไว้ที่ระดับใด เปรียบเทียบโดยใช้อะไรเป็นมาตรฐาน อย่างไรก็ตามพฤติกรรมที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยงอาจจำแนกออกเป็น 4 ลักษณะคือ

1. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง หมายถึง การที่ไม่ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบความเสี่ยงกับ ความเสี่ยงอื่นหรือประโยชน์ที่จะได้รับ กระบวนการวิเคราะห์จะขึ้นกับเงื่อนไขทางสังคม เช่น เจตคติ ความเชื่อ

2. เปรียบเทียบความเสี่ยงที่คาดคะเนได้กับค่าความเสี่ยงที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐาน เนื่องจากในความเป็นจริงไม่ว่าเราจะทำกิจกรรมใดๆ ย่อมต้องมีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตอยู่แล้วการประเมิน ความเสี่ยงนี้ มีหลักในการพิจารณาว่า ถ้าความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมที่พิจารณาไม่มากกว่าระดับ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ถือเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้

3. การประเมินความเสี่ยง โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายที่จะต้องสูญเสียไปในการป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงนั้นเกิดขึ้น

4. การประเมินความเสี่ยงโดยตัดสินใจจากผลตอบแทนที่ได้รับ เช่น ในการเดินทางบนถนน ถ้าขับรถเร็วหรือใช้มอเตอร์ไซด์มีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตสูง แต่ได้รับผลตอบแทนกลับมา คือ การประหยัดเวลา

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความเสี่ยงคือสิ่งที่ลูกค้ามีโอกาสจะได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น ความปลอดภัยของบริการนั้นๆ หรือการที่ได้รับสินค้าหรือบริการที่ไม่ตรงตามความต้องการหรือไม่ตรงตามข้อมูลที่ได้รับมาก่อนหน้าที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งความเสี่ยงต่าง ๆ นั้นลูกค้าแต่ละคนจะมีการประเมินและได้รู้ถึงความเสี่ยงที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับมาตรฐานของแต่ละบุคคลที่ได้ตั้งเอาไว้หรือสภาพแวดล้อมและค่านิยมต่างๆ ที่บุคคลนั้นๆ ได้รับมา ซึ่งหากลูกค้าได้มีการตั้งมาตรฐานเอาไว้สูงก็จะส่งผลให้ได้รับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความปลอดภัยในด้านของตัวบุคคลหรือแม้กระทั่งความปลอดภัยทางการเงินการที่ได้รับสินค้าหรือบริการที่ไม่ตรงตามที่คาดหวังไว้มีสูงมากด้วยเช่นกัน

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lien, Wen, Huang & Wu (2015) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภาพลักษณ์ ราคา ความไว้วางใจ และ คุณค่าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการจองโรงแรมออนไลน์ (Online Hotel Booking : The Effects of Brand Image, Price, Trust and Value on Purchase Intentions) การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ชอบใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ โดยพิจารณา ถึงความสะดวกสบาย และค่าใช้จ่ายที่ประหยัด การวิจัยนี้จะตรวจสอบผลกระทบโดยตรง และ ภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ การรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมทางออนไลน์และเปรียบเทียบความแตกต่างทางเพศในการจองห้องพักในโรงแรมแบบออนไลน์ ผู้บริโภคในได้วันมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่า โรงแรมราคาไม่แพง แบนด์โรงแรมเป็นที่น่าสนใจ โรงแรมเป็นที่น่าเชื่อถือ และ คุ่มค่าสมกับราคา จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมสูง

วิระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนเป็นเจ้าของ (Airbnb) การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากคนที่เคยใช้บริการ Airbnb จำนวน 212 คน ซึ่งผลวิจัยพบว่ามีปัจจัย 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ Airbnb โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพ ปัจจัยด้านหลากหลายของห้องพัก ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้า

กนกวรรณ โสภักดี และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกจองห้องพักในระบบอิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นข้อมูลจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยใช้บริการเว็บไซต์จองห้องพักออนไลน์ จำนวน 400 คนซึ่งผลวิจัยพบว่าปัจจัยความคาดหวังด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด และ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกจองห้องพักในระบบอิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์

พรกมล ลิ้มโรจน์นุกูล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการชาวไทยที่เคยใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์จำนวน 409 คน โดยพิจารณาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ซึ่งผลวิจัยพบว่า ซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ มีจำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการเปรียบเทียบราคา โปรโมชัน ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาและการรักษาความลับของข้อมูล และปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์และความต้องการเฉพาะบุคคล

ฐิตาภัทร์ ทรัพย์เจริญกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยจองห้องพักผ่านตัวแทน บริษัทนำเที่ยวออนไลน์ จำนวน 400 คน ซึ่งผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวไทยเลือกที่จะจองห้องพักโดยผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ เรียงตามลำดับดังนี้ 1.) ด้านราคา 2.) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3.) ด้านผลิตภัณฑ์ และ 4.) ด้านส่งเสริมการตลาด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้มีชื่อว่า “การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb” มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย และนำเสนอในแต่ละหัวข้อ ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 ตัวแปรในการวิจัย
- 3.5 สมมติฐานการวิจัย
- 3.6 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
- 3.8 การรวบรวมข้อมูล
- 3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.10 ระยะเวลาในการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ที่ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ในลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) จากการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online Questionnaire) ของกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงพรรณนา (Descriptive)

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ ได้มีการรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยถึงทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb จากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลทางตรง จากกลุ่มตัวอย่าง โดยการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ จำนวน 330 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ เช่น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลทางหนังสือวิชาการ สารนิพนธ์ หรือรายงายวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานวิจัย

3.3 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb นั้นมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางในการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นในประเทศหรือต่างประเทศ

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่รู้จักการให้บริการของ Airbnb ทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ เนื่องจาก ผู้วิจัยต้องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสมในงานที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์เส้นทาง และโมเดลสมการ โครงสร้าง Comrey, (1973) ได้ให้ข้อเสนอแนะขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยกำหนดขอบเขตของตัวอย่างควรมีหน่วยตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาไม่ต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง (Kline, 2010) เพื่อความชัดเจนและทำให้ผลมีความคลาดเคลื่อนที่น้อยลงจึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 330 ชุด

3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่รู้จักการให้บริการของ Airbnb ดังนั้น การสุ่มตัวอย่างจึงเป็นการเลือกสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะสุ่มตัวอย่างจากประชากรในประเทศไทยที่รู้จักการให้บริการของ Airbnb ที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Non-Probability) เพื่อทำแบบสอบถามทางออนไลน์ โดยมีส่วนคำถามคัดกรองในการคัดแยกกลุ่มตัวอย่าง

3.4 ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวอิสระ (Independent Variables) คือ ตัวแปรที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระในงานวิจัยนี้ ได้แก่ พฤติกรรมและทัศนคติต่อการใช้บริการของ Airbnb ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่

- 1.) ปัจจัยด้านความหลากหลาย
- 2.) ปัจจัยด้านราคา
- 3.) ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ และ
- 4.) ปัจจัยด้านความเสี่ยง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ตัวแปรที่เป็นผลจากตัวแปรอิสระ โดยตัวแปรตามในงานวิจัยนี้ ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb

3.5 สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ ต้องการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Y) คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผลมาจากตัวแปรต้น (X) คือ พฤติกรรมและทัศนคติต่อการใช้บริการของ Airbnb ซึ่งสามารถกำหนดเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb
2. ปัจจัยด้านความหลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb
3. ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb
4. ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb
5. ปัจจัยด้านความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb

3.6 เครื่องมือในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง : เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบตัวเลือก (Choice questionnaire)

ส่วนที่ 2 การสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย โดยเป็นคำถามที่มีคำตอบแบบตัวเลือก (Choice questionnaire)

ส่วนที่ 3 การสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการให้บริการที่พักของ Airbnb โดยเป็นคำถามที่มีคำตอบแบบประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย (Likert scale) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	หมายถึง	ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความเห็นด้วย
3 คะแนน	หมายถึง	ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า เฉยๆ
2 คะแนน	หมายถึง	ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	หมายถึง	ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 นี้จะใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถามในการแปลค่าคะแนนและอภิปรายผล โดยอาศัยการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ซึ่งจะแบ่งช่วงการแปรผลเป็น 5 ระดับ ด้วยวิธีการหาจุดกึ่งกลางพิสัย จากสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ชนินาต สวงวนวงศ์จิตร, 2552) ดังนี้

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

กำหนดให้
คะแนนที่สูงสุด คือ 5 คะแนน
คะแนนต่ำสุด คือ 1 คะแนน

$$\begin{aligned} \text{จะได้ ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงระยะความกว้างของอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 หมายความว่า คะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ มีความหมายในแต่ละช่วงคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 5.00 – 4.21 หมายถึง ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.20 – 3.41 หมายถึง ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความเห็นด้วย

3.40 – 2.61 หมายถึง ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า เฉยๆ

2.60 – 1.81 หมายถึง ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความไม่เห็นด้วย

1.80 – 1.00 หมายถึง ข้อความที่พิจารณาแล้วว่า มีความไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 การสอบถามข้อมูลทั่วไป : ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่ ปัจจุบัน โดยเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended questionnaire) ที่มีคำตอบแบบตัวเลือก (Choice questionnaire) และเขียนบรรยายแบบสั้น

3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาเอกสารข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างและออกแบบแบบสอบถาม โดยมีขอบเขตเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ได้แก่ ด้านความหลากหลาย ด้านราคา ด้านคุณภาพในการให้บริการ ด้านความเสี่ยง และ ด้านการตัดสินใจ
3. นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาถึงความถูกต้องและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หากมีข้อเสนอแนะที่ต้องเพิ่มเติมหรือแก้ไข ก็นำแบบสอบถามมาแก้ไขใหม่
4. สร้างแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Google form
5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

3.8 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online Questionnaires) ไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม ผ่านทางช่องทาง Social media เช่น Line, Facebook เป็นต้น และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Google form ในการเก็บรวบรวมคำตอบจากผู้ตอบแบบสอบถาม และดาวน์โหลดข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูปมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำตอบจากแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ผลต่อไป

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยจะนำคำตอบที่ได้มาแปลงข้อมูลและลงรหัส (Coding) แล้วประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) และนำผลมาวิเคราะห์โดยอาศัยสถิติงานวิจัยเชิงพรรณนา ดังนี้

3.9.1 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยอาศัยสูตร

$$X = \frac{\sum xn}{n}$$

กำหนดให้ X = คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.9.2 การหาร้อยละ (Percentage) โดยอาศัยสูตร

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

กำหนดให้ P = ค่าร้อยละ หรือ %

f = ค่าความถี่ที่สำรวจได้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.10 ระยะเวลาในการวิจัย

เดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2560

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลการศึกษางานวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ 378 ชุด ซึ่งเมื่อนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น พบว่า มีแบบสอบถามที่ใช้ได้จริงจำนวน 330 ชุด ซึ่งในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ คำอธิบายเชิงพรรณนาในแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และที่อยู่ปัจจุบัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	158	47.90
หญิง	172	52.10
รวม	330	100.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 30 ปี	197	59.70
31 - 40 ปี	117	35.50
41 - 50 ปี	11	3.30
มากกว่า 50 ปี	5	1.50
รวม	330	100.00
3. ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	188	57.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	142	43.00
รวม	330	100.00
4. อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	11	3.30
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	17.00
พนักงานบริษัทเอกชน	198	60.00
อื่นๆ	65	19.70
รวม	330	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	5	1.50
15,001 - 30,000 บาท	80	24.20
30,001 - 50,000 บาท	143	43.30
50,001 - 70,000 บาท	47	14.20
70,001 - 100,000 บาท	25	7.60
มากกว่า 100,000 บาท	30	9.10
รวม	330	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็นเพศชาย 47.90 % เพศหญิง 52.1% มีอายุเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็น 59.70 % รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็น 35.50 % ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือ

ต่ำกว่า คิดเป็น 57 % ซึ่งผู้แบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็น 60 % และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท คิดเป็น 43.30 %

4.2 พฤติกรรมการใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในงานวิจัยนี้ จะจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการ Airbnb แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ Airbnb และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb และได้มีการจำแนกประเภทของผู้ที่เคยใช้บริการ Airbnb ว่าในการใช้บริการในการท่องเที่ยวแบบใด และได้มีการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 จำแนกการใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

เคยใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	จำนวน	ร้อยละ
เคย	151	45.8
ไม่เคย	179	54.2
รวม	330	100.0
ใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ในการท่องเที่ยวแบบ	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวในประเทศ	15	4.5
ท่องเที่ยวต่างประเทศ	136	41.2
ไม่เคยใช้	179	54.2
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า มีผู้ที่เคยและไม่ใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb มีจำนวน 151 คน คิดเป็น 45.8 % และจำนวน 179 คน คิดเป็น 54.2 % ตามลำดับ ซึ่งสำหรับผู้ที่เคยใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ถูกแบ่งออกเป็น ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 15 คน คิดเป็น 4.5 % และ ใช้ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 136 คน คิดเป็น 41.2 % ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ในงานวิจัยนี้ จะจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการ Airbnb แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ Airbnb และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb และได้มีการจำแนกประเภทของผู้ที่เคยใช้บริการ Airbnb ว่าในการใช้บริการในการท่องเที่ยวแบบใด และได้มีการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จำนวนคนเฉลี่ยในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 คน	137	41.5
3 - 4 คน	148	44.8
5 - 6 คน	32	9.7
มากกว่า 6 คน	13	3.9
รวม	330	100.0
ระยะเวลาในการเข้าพักเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 คืน	173	52.4
3 - 4 คืน	120	36.4
5 - 6 คืน	22	6.7
มากกว่า 6 คืน	15	4.5
รวม	330	100.0
ราคาห้องพักโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	10	3.0
1,000 - 2,000 บาท	147	44.5
2,001 - 3,000 บาท	117	35.5
3,001 - 4,000 บาท	28	8.5
มากกว่า 4,000 บาท	28	8.5
รวม	330	100.0

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	179	54.2
ครอบครัว เช่น พ่อ แม่ พี่ น้อง สามีหรือภรรยา ลูก	74	22.4
แฟน	45	13.6
เพื่อน	32	9.7
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ในการเดินทางท่องเที่ยวจะเดินทางเป็นกลุ่ม กลุ่ม 3 - 4 คน เป็นจำนวน 148 คน คิดเป็น 44.8 % รองลงมาจะเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 1 - 2 คน จำนวน 137 คน คิดเป็น 41.5 % ระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 1 - 2 คืน อยู่ที่ 52.4 % และราคาห้องพักที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกราคา 1,000 - 2,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็น 44.5 % และรองลงมาจะเลือกห้องพักที่มีราคา 2,001 - 3,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็น 35.5 % ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พักจะเป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นส่วนใหญ่จำนวน 179 คน คิดเป็น 54.2 % ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

4.3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb

ในการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb จะได้ข้อมูลที่เป็นคะแนนความคิดเห็น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำมาหาค่าเฉลี่ย พร้อมแปลค่าความคิดเห็นโดยอาศัยเกณฑ์ความกว้างอันตรภาคชั้น โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb

ลำดับ	ทศนคติต่อการให้บริการของ Airbnb	ค่าเฉลี่ย	การแปลค่า
ด้านความหลากหลาย			
1	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พักร	4.14	เห็นด้วย
2	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พักร	4.24	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	3.35	เฉยๆ / ไม่ มั่นใจ
ค่าเฉลี่ยรวม		3.91	เห็นด้วย
ด้านราคา			
4	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค้ำ	3.85	เห็นด้วย
5	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกรหลากหลาย	4.17	เห็นด้วย
6	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค้ำบริการอื่น ๆ เพิ่ม	3.43	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม		3.82	เห็นด้วย
ด้านคุณภาพการให้บริการ			
7	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็คอิน	3.45	เห็นด้วย
8	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักได้ดี	3.66	เห็นด้วย
9	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก	3.23	เฉยๆ / ไม่มั่นใจ
ค่าเฉลี่ยรวม		3.45	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.4 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (ต่อ)

ด้านความเสี่ยง			
10	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความปลอดภัยในด้านของระบบรักษาความปลอดภัย	3.30	เห็นด้วย
11	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา	3.41	เห็นด้วย
12	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	2.94	เฉยๆ / ไม่มั่นใจ
13	การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถเข้าพักได้ในวันและเวลาที่เลือกไว้	3.10	เฉยๆ / ไม่มั่นใจ
ค่าเฉลี่ยรวม		3.19	เฉยๆ / ไม่มั่นใจ
ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ			
14	การให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน	3.45	เห็นด้วย
15	ข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	3.43	เห็นด้วย
16	ในการจองห้องพักครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	3.43	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม		3.44	เห็นด้วย

เมื่อพิจารณาผลของทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb สามารถสรุปผลการศึกษาของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

4.3.1 ปัจจัยด้านความหลากหลาย : กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 คะแนน โดยมีความคิดเห็นในเรื่องความหลากหลายของสถานที่ตั้งของที่พักมากที่สุด คิดเป็น 4.24 คะแนน รองลงมา คือ ความหลากหลายของรูปแบบของที่พัก คิดเป็น 4.14 คะแนน

4.3.2 ปัจจัยด้านราคา : กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 คะแนน โดยมีความคิดเห็นในเรื่องราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลายมากที่สุด คิดเป็น 4.17 คะแนน รองลงมา คือ การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า คิดเป็น 3.85 คะแนน

4.3.3 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ : กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 คะแนน โดยมีความคิดเห็นในเรื่องกระบวนการในการจองที่พักได้ดี

มากที่สุด คิดเป็น 3.66 คะแนน รองลงมา คือ ความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็คอิน คิดเป็น 3.45 คะแนน

4.3.4 ปัจจัยด้านความเสี่ยง : กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 คะแนน โดยมีความคิดเห็นในเรื่องการเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหามากที่สุด คิดเป็น 3.41 คะแนน

4.3.5 ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ : กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 คะแนน โดยมีความคิดเห็นในเรื่องการให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 คะแนน และการตัดสินใจจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.43 คะแนน

4.4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มในปัจจัยต่างๆตามทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ด้วยวิธีแบบ Independent Sample T-Test

เป็นการเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม โดยจำแนกเป็น 3 แบบ ได้แก่ 1. จำแนกตามกลุ่มของเพศ 2. จำแนกตามกลุ่มของระดับการศึกษา และ 3. จำแนกตามกลุ่มของผู้ที่เคยใช้บริการ Airbnb

ตารางที่ 4.5 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มเพศ) โดยแบ่งกลุ่มเพศออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เพศชาย กับ เพศหญิง

Independent Samples Test		
	t-test for Equality of Means	
	t	Sig. (2-tailed)
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก	2.166	.031
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหามา	-2.651	.008

จากตาราง 4.5 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในเรื่องของการเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลที่พร้อมดูแลและ

ให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า t อยู่ที่ 2.166 และมีค่า Sig. (2-tailed) อยู่ที่ .031

ตารางที่ 4.6ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา) โดยแบ่งกลุ่มของระดับการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า กับ กลุ่มที่มีการศึกษา ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า

Independent Samples Test		
	t-test for Equality of Means	
	t	Sig. (2-tailed)
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พักร	-3.148	.002
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	-3.555	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า	-4.489	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	-3.163	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็คอิน	-2.225	.027
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักได้ดี	-2.703	.007
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก	-2.406	.017
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	2.323	.021

จากตาราง 4.6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระหว่างระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า กับ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าให้ความสำคัญและมีความเห็นด้วยกับปัจจัยต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ในปัจจัยเรื่อง ความหลากหลายของรูปแบบห้องพัก , ความหลากหลายของช่องทางในการชำระเงิน , ราคาที่คุ้มค่า , ราคาห้องพักที่มีให้เลือกหลากหลาย , ความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็กอิน , กระบวนการจองที่พักที่ดี , บุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก , การให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับผู้ตอบแบบสอบถาม , ข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb และ ตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป แต่ปัจจัยในด้านของ ความเสี่ยงในการถูกขโมยข้อมูลบัตรเครดิต กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าจะมีความเห็นด้วยกับปัจจัยนี้มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า

ตารางที่ 4.7 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของผู้ที่เคยใช้บริการ) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เคยใช้บริการ Airbnb กับ กลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb

Independent Samples Test		
	t-test for Equality of Means	
	t	Sig. (2-tailed)
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พัก	5.354	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก	5.424	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	2.953	.003
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า	9.071	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	6.161	.000

ตารางที่ 4.7 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของผู้ที่เคยใช้บริการ) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เคยใช้บริการ Airbnb กับ กลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb (ต่อ)

Independent Samples Test		
	t-test for Equality of Means	
	t	Sig. (2-tailed)
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค่าบริการอื่นๆเพิ่ม	4.496	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็คอิน	7.443	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักได้ดี	8.968	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก	3.344	.001
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความปลอดภัยในด้านของระบบรักษาความปลอดภัย	5.257	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	-4.893	.000
ท่านคิดว่าการให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน	11.168	.000
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	8.496	.000
ในการจองห้องพักครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	10.479	.000

จากตาราง 4.7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ Airbnb มีความเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ Airbnb เห็นด้วยกับปัจจัย ดังนี้

ด้านความหลากหลายของรูปแบบที่พัก, สถานที่ตั้งของที่พักและช่องทางในการชำระเงิน

ด้านราคาที่มีความคุ้มค่า, ราคาที่มีความหลากหลาย และ ราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค่าบริการอื่น ๆ เพิ่ม

ด้านคุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความสะอาดสบายในการเข้าพัก, กระบวนการจองห้องพักที่ดี และ บุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก

ด้านความปลอดภัย ในด้านระบบรักษาความปลอดภัย และ ด้านการตัดสินใจในการใช้บริการ ทั้งความเหมาะสม, ข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการ และ การเลือกใช้บริการ Airbnb ในการท่องเที่ยวครั้งถัดไป แต่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb จะมีความเห็นที่ต่างจากกลุ่มที่เคยใช้บริการ Airbnb ในเรื่องของความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน

4.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มในปัจจัยต่างๆตามทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ด้วยวิธีแบบ One way Anova

เป็นการเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ ระหว่างกลุ่ม ที่มีจำนวนกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยจำแนกเป็น 7 แบบ ได้แก่ 1. จำแนกตามกลุ่มของอายุ 2. จำแนกตามกลุ่มของอาชีพ 3. จำแนกตามกลุ่มของรายได้ 4. จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 5. จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคืนในการเข้าพัก 6. จำแนกตามกลุ่มของราคาห้องพัก และ 7. จำแนกตามกลุ่มคนที่ตัดสินใจ

ตารางที่ 4.8 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของอายุ) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี , กลุ่มอายุระหว่าง 21 - 30 ปี , กลุ่มอายุระหว่าง 31 - 40 ปี และ กลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก	5.007	.002
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	5.034	.002
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	5.989	.001

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก	21 - 30 ปี	41 - 50 ปี	.70881*	.016
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	21 - 30 ปี	41 - 50 ปี	.68805*	.016
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	41 - 50 ปี	21 - 30 ปี	-1.05261*	.002
		31 - 40 ปี	-1.21756*	.000

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตาราง 4.8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีความเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี เห็นด้วยกับปัจจัย ดังนี้ ด้านความหลากหลายในการ

เลือกสถานที่ตั้งของที่พัก , ด้านราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย และ ข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ซึ่งกลุ่มอายุระหว่าง 21 - 30 ปีมีความเห็นที่มีมากกว่า นอกจากนี้ในด้านข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb กลุ่ม 31 - 40 ปี มีความเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.9 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของอาชีพ) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา , กลุ่มอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ , กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ กลุ่มที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	4.245	.006
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า	4.094	.007
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค่าบริการอื่นๆเพิ่ม	4.333	.005
ท่านคิดว่าบริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน	6.146	.000
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	4.103	.007

ตารางที่ 4.9 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของอาชีพ)
(ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	ข้าราชการ / พนักงาน	พนักงานบริษัทเอกชน	.44426*	.007
	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	.51676*	.010
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่ถูกกว่า	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ	-.30373*	.021
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค่าบริการอื่นๆเพิ่ม	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.34758*	.044
		อื่นๆ	-.33302*	.039
ท่านคิดว่าการให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	.47258*	.001
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	.48773*	.005

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตาราง 4.9 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจกับกลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในปัจจัยดังนี้ การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน, การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค่าบริการอื่นๆเพิ่ม, การให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับตัวผู้ตอบแบบสอบถาม, ข้อมูลที่ได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb โดย

ปัจจัยเหล่านี้กลุ่มข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความเห็นด้วยมากกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.10 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของรายได้เฉลี่ย) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท , กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท , กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท , กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 50,001 - 70,000 บาท , กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 70,001 - 100,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ 100,000 บาท

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พักร	2.843	.016
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พักร	2.563	.027
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	2.621	.024
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักได้ดี	2.465	.033
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลมีพร้อมจะดูแลและให้ความช่วยเหลือดีระหว่างการเข้าพัก	4.177	.001
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความปลอดภัยในด้านของระบบรักษาความปลอดภัย	2.261	.048
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา	2.563	.027
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	2.748	.019

ตารางที่ 4.10 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของรายได้เฉลี่ย) (ต่อ)

การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถเข้าพักได้ในวันและเวลาที่เลือกไว้	2.901	.014
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	3.126	.009
ในการจองห้องพักครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	2.597	.025

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พักร	30,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 100,000 บาท	.52005*	.033
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	15,001 - 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	.41521*	.015
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักได้ดี	50,001 - 70,000 บาท	70,001 - 100,000 บาท	.59745*	.048
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลมีพร้อมจะดูแลและให้ความช่วยเหลือดีระหว่างการเข้าพัก	30,001 - 50,000 บาท	50,001 - 70,000 บาท	-.49025*	.010
		มากกว่า 100,000 บาท	-.57040*	.014

ตารางที่ 4.10 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของรายได้เฉลี่ย) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา	15,001 - 30,000 บาท	50,001 - 70,000 บาท	.53245*	.014
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	15,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 100,000 บาท	.55833*	.031
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถเข้าพักได้ในวันและเวลาที่ได้เลือกไว้	70,001 - 100,000 บาท	ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.40000*	.027
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา	15,001 - 30,000 บาท	50,001 - 70,000 บาท	.53245*	.014

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตาราง 4.10 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันก็จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในหลายๆปัจจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่น ในปัจจัยการเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลมีพร้อมจะดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่าง การเข้าพัก กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 30,001 - 50,000 บาท เห็นด้วยกับเรื่องนี้น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 50,001 - 70,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท

ตารางที่ 4.11 ทรรศนะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละ 1 - 2

คน , กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละ 3 - 4 คน , กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละ 5 - 6 คน , กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละมากกว่า 6 คน

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พักร	5.888	.001
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พักร	5.824	.001
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค้ำ	3.400	.018
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักรได้ดี	4.153	.007
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลมีพร้อมจะดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก	3.735	.012
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	2.975	.032

ตารางที่ 4.11 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) โดยเฉลี่ย ท่านเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งละ ประมาณ กี่คน	(J) โดยเฉลี่ย ท่านเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งละ ประมาณ กี่คน	Mean Difference (I- J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ หลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พัก	มากกว่า 6 คน	1 - 2 คน	-.89276*	.002
		3 - 4 คน	-.75728*	.011
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ หลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่ พัก	5 - 6 คน	1 - 2 คน	-.57641*	.001
		3 - 4 คน	-.46875*	.009
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่สูงกว่า ค่า	มากกว่า 6 คน	1 - 2 คน	-.66704*	.010
		3 - 4 คน	-.63410*	.016
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มี กระบวนการในการจองที่พัสดุได้	1 - 2 คน	มากกว่า 6 คน	.72600*	.010
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลมี พร้อมจะดูแลและให้ความช่วยเหลือดี ระหว่างการเข้าพัก	5 - 6 คน	มากกว่า 6 คน	.90144*	.010
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยง ในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตร เครดิตในการชำระเงิน	5 - 6 คน	1 - 2 คน	.76483*	.000
		3 - 4 คน	.57179*	.003

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตาราง 4.11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่โดยเฉลี่ยเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ (5 - 6 คน และ มากกว่า 6 คน) จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 กับกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ (1 - 2 คน หรือ 3 -4 คน) ในปีวิจัยหลายๆอย่าง อาทิ ด้านความหลากหลาย ด้านคุณภาพในการให้บริการ เป็นต้น

ตารางที่ 4.12 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคืนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละ 1 - 2 คืน , กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละ 3 - 4 คืน , กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละ 5 - 6 คืน , กลุ่มที่ท่องเที่ยวครั้งละมากกว่า 6 คืน

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	16.190	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า	4.393	.005
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักที่ดี	4.866	.003
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความปลอดภัยในด้านของระบบรักษาความปลอดภัย	3.660	.013
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา	5.506	.001
ท่านคิดว่าการให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน	6.354	.000
ในการจองห้องพักครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	12.477	.000

ตารางที่ 4.12 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคืนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) โดยเฉลี่ย ท่านเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งละ ประมาณ กี่คืน	(J) โดยเฉลี่ย ท่านเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งละ ประมาณ กี่คืน	Mean Difference (I- J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ หลากหลายในการเลือกช่องทางในการ ชำระเงิน	5 - 6 คืน	1 - 2 คืน	-1.24015*	.000
		3 - 4 คืน	-1.20985*	.000
		มากกว่า 6 คืน	-1.68485*	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่ถูกกว่า	มากกว่า 6 คืน	1 - 2 คืน	.64855*	.005
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มี กระบวนการในการจองที่พักได้ดี	5 - 6 คืน	1 - 2 คืน	-.56805*	.012
		3 - 4 คืน	-.64242*	.004
		มากกว่า 6 คืน	-.90909*	.005
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ ปลอดภัยในด้านของระบบรักษาความ ปลอดภัย	5 - 6 คืน	1 - 2 คืน	-.55176*	.015
		มากกว่า 6 คืน	-.71515*	.049

ตารางที่ 4.12 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของจำนวนคืนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) โดยเฉลี่ย ท่านเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งละ ประมาณ กี่คืน	(J) โดยเฉลี่ย ท่านเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งละ ประมาณ กี่คืน	Mean Difference (I- J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยง ในด้านการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับ รูปแบบที่ได้ค้นหา	5 - 6 คืน	1 - 2 คืน	.66553*	.004
ท่านคิดว่าการให้บริการของ Airbnb มี ความเหมาะสมกับท่าน	3 - 4 คืน	5 - 6 คืน	.53788*	.021
	มากกว่า 6 คืน	1 - 2 คืน	.64740*	.015
		5 - 6 คืน	.95455*	.002
ในการจองห้องพักครั้งต่อไป ท่านจะ เลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	5 - 6 คืน	1 - 2 คืน	-.88150*	.000
		3 - 4 คืน	-1.10833*	.000
		มากกว่า 6 คืน	-1.50000*	.000

จากตาราง 4.12 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในหลายๆ ปัจจัย อาทิ ความหลากหลายของช่องทางในการชำระเงิน, กระบวนการในการจองที่พักที่ดี เป็นต้น

ตารางที่ 4.13 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของราคาห้องพักในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เลือกใช้ห้องพักต่ำกว่า 1,000 บาท , กลุ่มที่เลือกใช้ห้องพักระหว่าง 1,001 - 2,000 บาท , กลุ่มที่เลือกใช้ห้องพักระหว่าง

2,001 - 3,000 บาท , กลุ่มที่เลือกใช้ห้องราคาระหว่าง 3,001 - 4,000 บาท , กลุ่มที่เลือกใช้ห้องราคา
มากกว่า 4,000 บาท

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พักร	3.349	.010
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน	2.825	.025
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค้ำ	6.369	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกรหลากหลาย	6.064	.000
ท่านคิดว่ากาารให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน	4.361	.002

ตารางที่ 4.13 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของราคาห้องพักในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) ราคา ห้องพักโดย เฉลี่ยที่ท่าน เลือกพัก ต่อคืน	(J) ราคา ห้องพักโดย เฉลี่ยที่ท่าน เลือกพัก ต่อคืน	Mean Difference (I- J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ หลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พัก	มากกว่า 4,000 บาท	1,001 - 2,000 บาท	-.59524*	.007
		3,001 - 4,000 บาท	-.67857*	.027
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ หลากหลายในการเลือกช่องทางในการ ชำระเงิน	3,001 - 4,000 บาท	2,001 - 3,000 บาท	.54335*	.043
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่ถูกกว่า	1,001 - 2,000 บาท มากกว่า 4,000 บาท	3,001 - 4,000 บาท	-.51871*	.004
		2,001 - 3,000 บาท	-.49451*	.010
		3,001 - 4,000 บาท	-.89286*	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพัก มีให้ เลือกหลากหลาย	1,001 - 2,000 บาท	2,001 - 3,000 บาท	.27699*	.022
		มากกว่า 4,000 บาท	.49830*	.009
		3,001 - 4,000 บาท	.60714*	.018

ตารางที่ 4.13 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของราคาห้องพักในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) ราคา ห้องพักโดย เฉลี่ยที่ท่าน เลือกพัก ต่อคืน	(J) ราคา ห้องพักโดย เฉลี่ยที่ท่าน เลือกพัก ต่อคืน	Mean Difference (I- J)	Sig.
ท่านคิดว่าบริการให้บริการของ Airbnb มี ความเหมาะสมกับท่าน	มากกว่า 4,000 บาท	ต่ำกว่า 1,000 บาท	-.83571*	.045
		2,001 - 3,000 บาท	-.56563*	.008
		3,001 - 4,000 บาท	-.75000*	.005

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตาราง 4.13 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เลือกห้องพักที่มี
ราคามากกว่า 4,000 บาท ต่อคืนนั้นจะมีความเห็นที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
จากกลุ่มอื่นๆในหลายๆปัจจัย อาทิ กลุ่มที่เลือกห้องพักราคามากกว่า 4,000 บาทต่อคืน ไม่เห็นด้วย
กับ กลุ่มที่เลือกห้องพักราคาต่ำกว่า 1,000 บาท , กลุ่มที่เลือกห้องพักราคาระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท
และกลุ่มที่เลือกห้องพักราคาระหว่าง 3,001 - 4,000 บาท เป็นต้น

ตารางที่ 4.14 ทรรศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของคน
ที่ตัดสินใจในการเลือกที่พัก) โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง

เป็นคนตัดสินใจ , กลุ่มที่ครอบครัว เช่น พ่อ แม่ พี่ น้อง สามีหรือภรรยา ลูก เป็นคนตัดสินใจ , กลุ่มที่แฟนเป็นคนตัดสินใจ และ กลุ่มที่เพื่อน เป็นคนตัดสินใจ

Anova		
	F	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก	3.212	.023
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า	6.400	.000
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	3.683	.012
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พัคดี	3.125	.026
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน	6.952	.000
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	3.680	.012

ตารางที่ 4.14 ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของคนที่ตัดสินใจในการเลือกที่พัก) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) บุคคลที่มี อิทธิพลต่อ ท่านในการ ตัดสินใจ เลือกใช้ บริการ ห้องพัก	(J) บุคคลที่มี อิทธิพลต่อ ท่านในการ ตัดสินใจ เลือกใช้ บริการ ห้องพัก	Mean Difference (I- J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความ หลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก	ตัวท่านเอง	แฟน	.39578*	.031
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า	ตัวท่านเอง	แฟน	.40546*	.004
		เพื่อน	.45199*	.006
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพัก มีให้ เลือกหลากหลาย	ตัวท่านเอง	แฟน	.39032*	.010
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มี กระบวนการในการจองที่พักได้ดี	ตัวท่านเอง	แฟน	.36536*	.044

ตารางที่ 4.14 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb (จำแนกตามกลุ่มของคนที่ตัดสินใจในการเลือกที่พัก) (ต่อ)

Post Hoc Test

Bonferroni				
Multiple Comparisons				
Dependent Variable	(I) บุคคลที่มี อิทธิพลต่อ ท่านในการ ตัดสินใจ เลือกใช้ บริการ ห้องพัก	(J) บุคคลที่มี อิทธิพลต่อ ท่านในการ ตัดสินใจ เลือกใช้ บริการ ห้องพัก	Mean Difference (I- J)	Sig.
การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยง ในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตร เครดิตในการชำระเงิน	ตัวท่านเอง	ครอบครัว เช่น พ่อ แม่ พี่น้อง สามี หรือภรรยา ลูก	-.46952*	.001
		เพื่อน	-.50961*	.031
ท่านคิดว่าข้อมูลที่ท่านได้รับรู้และทราบ เกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb	แฟน	ตัวท่านเอง	-.46952*	.021
		ครอบครัว เช่น พ่อ แม่ พี่น้อง สามี หรือภรรยา ลูก	-.50961*	.031

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตาราง 4.14 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่ตัวเองเป็นคนตัดสินใจในการเลือกที่พักในการท่องเที่ยวจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น อาทิ กลุ่มที่แฟนเป็นคนตัดสินใจ กลุ่มที่ครอบครัวเป็นคนตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยที่มีความเห็นแตกต่างกันมีหลายปัจจัย อาทิ ด้านความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก , ด้านราคา , ด้านความเสี่ยงในการถูกขโมยข้อมูลของบัตรเครดิต และ ข้อมูลที่ได้รับรู้และทราบเกี่ยวกับ Airbnb เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb

4.6 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆตามทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการของ Airbnb ด้วยวิธีสหสัมพันธ์ (Correlation)

เป็นการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กัน โดยประกอบไปด้วย ปัจจัยในด้านของความหลากหลาย , ปัจจัยในด้านของราคา , ปัจจัยในด้านของคุณภาพในการให้บริการ และ ปัจจัยในด้านของความเสถียร

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆต่อการให้บริการของ Airbnb

Correlations				
		ด้านความ หลากหลาย	ด้านราคา	ด้านคุณภาพ
ด้านราคา	Pearson Correlation	.600**		
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	330		
ด้านคุณภาพ	Pearson Correlation	.372**	.567**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	330	330	
ด้านความเสถียร	Pearson Correlation	.058	.058	.0.73
	Sig. (2-tailed)	.296	.294	.186
	N	330	330	330

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่า มีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมาก อาทิ ปัจจัยในด้านราคาและปัจจัยในด้านความหลากหลาย โดยมีความสัมพันธ์กันแบบ Weak Positive เช่นเดียวกับ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ และ ปัจจัยด้านความหลากหลายและคุณภาพในการให้บริการก็มีความสัมพันธ์กันแบบ Weak Positive เช่นกัน

4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Regression)

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.830	.286		2.907	.004
	ปัจจัยด้านความหลากหลาย	.028	.062	.023	.445	.657
	ปัจจัยด้านราคา	.471	.077	.348	6.075	.000
	ปัจจัยด้านคุณภาพ	.461	.058	.392	7.949	.000
	ปัจจัยด้านความเสถียร	-.279	.057	-.200	-4.906	.000

a. Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb

จากตาราง Model Summary มีค่า R Square เท่ากับ .466 ซึ่งอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว สามารถช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ได้ร้อยละ 46.6 และตาราง ANOVA มีค่า F เท่ากับ 70.851 และ ค่า Sig. เท่ากับ .000

ตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าจากปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลาย, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านคุณภาพ และ ปัจจัยด้านความเสถียรนั้น มี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการใช้บริการ Airbnb ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ โดยทั้ง 2 ปัจจัยนี้มีผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการใช้บริการ Airbnb แต่ปัจจัยด้านความเสถียรนั้นก็มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการใช้บริการ Airbnb เช่นกัน แต่จะมีผลในเชิงลบ

ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่า ในปัจจัยด้านราคาของ Airbnb ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของราคาที่คุ้มค่า, ราคาที่มีให้เลือกหลากหลาย และ ราคาที่ชัดเจนและไม่มีการบวกค่าบริการอื่นๆเพิ่มเติม หากกลุ่มตัวอย่างคิดเห็นว่าด้วยกับปัจจัยด้านราคามากเท่าใดจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างยินดีและตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านบริการของ Airbnb มากเท่านั้น

เช่นเดียวกับปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็คอิน, กระบวนการในการจองที่พักได้ดี และ บุคคลที่พร้อมให้ความช่วยเหลือระหว่างการเข้าพัก หากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการของ Airbnb นั้นมีการบริการที่มีคุณภาพมากจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างยินดีและตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่านบริการของ Airbnb ตามไปด้วย

แต่ในมุมมองกลับกันในส่วนของปัจจัยด้านความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจในเชิงลบนั้น สามารถสรุปได้ว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าในการให้บริการของ Airbnb นั้นมีความเสี่ยง ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงในเรื่องของระบบรักษาความปลอดภัย, ความเสี่ยงเรื่องของการอาจถูกขโมยข้อมูลบัตรเครดิต, ความเสี่ยงที่จะได้ห้องไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา หรือ ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถเข้าพักได้ตรงตามกับวันและเวลาที่เลือกไว้ มากเพียงใดจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจไม่ใช้บริการห้องพักรผ่านบริการของ Airbnb มากเท่านั้น

ส่วนปัจจัยในด้านของความหลากหลาย ซึ่งประกอบไปด้วย ความหลากหลายของรูปแบบของที่พัก, ความหลากหลายของสถานที่ตั้งของที่พัก และ ความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน นั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักรผ่าน Airbnb

บทที่ 5

อภิปรายและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการให้บริการของ Airbnb ซึ่งในบทนี้ จะนำผลการวิจัยและการวิเคราะห์ผลทางสถิติ มากล่าวเป็นข้อสรุปและข้อเสนอแนะในงานวิจัย ดังมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- 5.1 อภิปรายผลการศึกษการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้
- 5.4 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

5.1 อภิปรายผลการศึกษการวิจัย

จากผลการศึกษการวิจัย สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีช่วงอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ซึ่งมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 - 50,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ Airbnb มีสัดส่วนที่ค่อนข้างใกล้เคียงกันกับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb ซึ่งทั้งพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb และจากผลการวิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ผลตามแต่ละสมมติฐานได้ ดังนี้

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรผ่าน Airbnb

1. ระหว่างเพศชายและเพศหญิงที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในด้านของการเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลที่พร้อมดูแลและให้ความช่วยเหลือระหว่างการเดินทางเข้าพัก เนื่องจากเพศชายอาจจะไม่ได้ต้องการความช่วยเหลือต่างๆในระหว่างการเข้าพัก จึงทำให้เพศชายมีความคิดเห็นว่าการเข้าพักโดยใช้บริการผ่าน Airbnb นั้น มีคะแนนที่สูงกว่าเพศหญิงที่ต้องการ

ความสะดวกสบายมากกว่าและในด้านของการเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา ซึ่งเพศหญิงมีความกังวลมากกว่าเพศชายจึงมีความคิดเห็นและความกลัวว่าจะได้ห้องพักไม่ตรงกับที่ได้ค้นหาหรือพบเห็นจาก Airbnb ก่อนจะเข้าพัก

2. ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าและกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงนั้นจะใส่ใจและมีการค้นหาข้อมูลต่างๆก่อนที่จะเลือกใช้บริการในการจองห้องพักจึงทำให้ส่งผลให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการของ Airbnb มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ไม่ว่าจะเป็นด้านความหลากหลาย ด้านราคา รวมไปถึง ด้านคุณภาพในการให้บริการ ส่วนเรื่องความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจากบัตรเครดิตในการชำระเงิน เนื่องด้วยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า จะมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการของ Airbnb นั้นมีความเสี่ยงที่จะถูกขโมยข้อมูลมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับที่สูงกว่าเนื่องด้วยเหตุผลเดียวกับข้างต้นคือกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับที่สูงกว่าจะมีการค้นหาข้อมูลต่างๆซึ่งทำให้รู้สึกมั่นใจก่อนที่จะเลือกใช้บริการผ่าน Airbnb

3. ระหว่างกลุ่มที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ Airbnb ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในด้านความหลากหลาย ด้านราคา ด้านคุณภาพในการให้บริการ ด้านความเสี่ยง รวมถึงด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb นั้น เนื่องจากผู้ที่เคยใช้บริการจะมีความเข้าใจและรู้ว่าการใช้บริการของ Airbnb เป็นอย่างไร ต่างกันกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการ Airbnb ซึ่งจะมีความกังวลและความไม่มั่นใจในการให้บริการของ Airbnb ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกว่าบริการของ Airbnb นั้นมีความเหมาะสม รวมถึงการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการ Airbnb โดยกลุ่มที่เคยใช้บริการ Airbnb จะมีความคิดเห็นว่าการบริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับตนเองและเลือกที่จะใช้บริการ Airbnb ในการจองห้องพักครั้งต่อไป

4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันตามทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb ได้แก่ ปัจจัยในด้านหลากหลายและด้านราคา เนื่องมาจากหากนักท่องเที่ยวมีความคิดว่าการใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นเรื่องของรูปแบบที่พักหรือสถานที่ที่จะคิดว่าบริการของ Airbnb นั้นมีราคามีเหมาะสมและคุ้มค่ากับที่จะจ่ายด้วย เช่นเดียวกันกับปัจจัยด้านของคุณภาพในการให้บริการถ้านักท่องเที่ยวคิดว่าการใช้บริการผ่าน Airbnb มีคุณภาพในการให้บริการที่ดีแล้วก็จะส่งผลไปสู่ความคิดในด้านของราคาและความคุ้มค่าในการใช้บริการผ่าน Airbnb ด้วยเช่นกัน

5. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ Airbnb ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้าน

คุณภาพในการให้บริการ (Beta = .392) ปัจจัยด้านราคา (Beta = .348) และ ปัจจัยด้านความเสี่ยง (Beta = -.200) ตามลำดับ จากผลการวิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ผลตามแต่ละสมมติฐานได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้บริการที่พักผ่าน Airbnb
2. ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้บริการที่พักผ่าน

Airbnb

3. ปัจจัยด้านความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกให้บริการที่พักผ่าน Airbnb

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนเป็นเจ้าของ (Airbnb) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ (Airbnb) มากที่สุด และปัจจัยด้านการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ (Airbnb) อีกด้วย ซึ่งคุณภาพของการให้บริการที่ดี ประกอบไปด้วยความสามารถในการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาต่างหรือการให้ความช่วยเหลือซึ่งการบริการที่ดีย่อมส่งผลดีกับเจ้าของห้องพักโดยทำให้มีการกลับมาใช้บริการซ้ำจากนักท่องเที่ยวและได้รับการแสดงข้อคิดเห็นจากการใช้บริการที่ดีผ่านหน้าเว็บไซต์ และ กนกวรรณ โสภักดี และ ชิระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกจองห้องพักในระบบอิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกจองห้องพักในระบบอิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ และ พรกมล ลิมโรจน์นุกุล (2560) ที่ได้สรุปผลว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเปรียบเทียบราคา โปรโมชั่น และ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์และความต้องการเฉพาะบุคคล และ จูฑาภรณ์ ทรัพย์เจริญกุล (2558) ได้สรุปผลวิจัยไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ เรียงลำดับจากมากได้หาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ผลจากการวิจัยนี้ได้มีความสอดคล้องกับ Lien, Wen, Huang & Wu (2015) ได้สรุปผลการวิจัยจากการศึกษา ปัจจัยภาพลักษณ์ ราคา ความไว้วางใจ และ คุณค่าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการจองโรงแรมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยได้ระบุว่า ผู้บริโภคในได้หวันมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่า โรงแรมราคาไม่แพง แบนด์โรงแรมเป็นที่น่าสนใจ โรงแรมเป็นที่น่าเชื่อถือ และ คุ้มค่าสมกับราคาจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมสูง

5.2 สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการให้บริการของ Airbnb ซึ่งจากผลวิจัยทำให้สามารถรับรู้ได้ว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการให้บริการของ Airbnb นั้น ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยกับสิ่งที่ทาง Airbnb ทำได้นำเสนอออกไปเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ปัจจัยในเรื่องของความหลากหลาย เช่น ความหลากหลายของรูปแบบที่พัก และ ความหลากหลายของสถานที่ตั้ง เป็นต้น 2. ปัจจัยในเรื่องของราคา เช่น ราคาที่มีความคุ้มค่ารวมไปถึงราคาที่มีให้เลือกนักท่องเที่ยวนั้นสามารถเลือกได้หลากหลายและ ราคาที่ Airbnb ได้ระบุในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นราคาที่ไม่ได้มีการบวกค่าเพิ่มบริการอื่นๆเพิ่มเติม 3. ปัจจัยในด้านของคุณภาพในการให้บริการ เช่น ความสะอาดสบายในการเข้าพักและกระบวนการในการจองที่พักได้ดี 4. ปัจจัยในด้านของความเสี่ยง เช่น ความปลอดภัยในด้านการรักษาความปลอดภัย และสิ่งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเลือกใช้บริการ Airbnb นั้นจะค่อนข้างมีความเสี่ยงที่จะได้ห้องพักไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา

ประเด็นที่ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยต่อการให้บริการของ Airbnb และปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb ซึ่งจากผลวิจัยทำให้สามารถรับรู้ได้ว่า จากทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันในการให้บริการของ Airbnb นั้น โดยเรียงตามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ปัจจัยในด้านของราคาและปัจจัยในด้านของความหลากหลาย 2. ปัจจัยในด้านของราคาและคุณภาพในการให้บริการ 3. ปัจจัยในด้านของความหลากหลายและคุณภาพในการให้บริการ และในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ Airbnb โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยในด้านของคุณภาพในการให้บริการ ปัจจัยด้านของราคาและปัจจัยในด้านของความเสี่ยง ซึ่งถ้านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีและเห็นว่า ปัจจัยด้านของคุณภาพในการให้บริการและปัจจัยในด้านของราคาของ Airbnb มีบริการที่ดีและมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับกลับมาก็จะเลือกใช้บริการ Airbnb แต่ถ้านักท่องเที่ยวมีทัศนคติและเห็นว่า การให้บริการของ Airbnb มีความเสี่ยงมากก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการผ่าน Airbnb

5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb นั้น ได้แก่ปัจจัยในด้านราคา ไม่ว่าจะเป็นความคุ้มค่าจากเงินที่ได้จ่ายไปกับห้องพักหรือสิ่งที่จะได้รับกลับมา รวมถึงกระบวนการต่างๆจะคุณภาพในการให้บริการ อาทิ กระบวนการในการให้บริการ หรือบุคคลที่พร้อมจะช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักได้ประสบกับปัญหาระหว่างการเข้าพัก ดังนั้นทาง Airbnb จะต้องทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกในการที่เลือกใช้บริการ Airbnb รวมถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับกลับมาเมื่อเทียบกับเงินที่ได้จ่ายไป และที่สำคัญอีกปัจจัยคือความเสี่ยง ซึ่ง Airbnb จะต้องพยายามทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้เลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb นั้นมีความปลอดภัย และมีความเสี่ยงในประเด็นต่างๆ อาทิ ความเสี่ยงที่อาจจะไม่สามารถเข้าพักได้ในวันและเวลาที่กำหนด ความเสี่ยงที่จะได้ห้องพักที่ไม่ตรงตามกับที่ได้ค้นหา รวมไปถึงความปลอดภัยในการเข้าพักเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวหันมาใช้บริการห้องพักผ่านบริการ Airbnb มากขึ้น

2. สำหรับผู้ที่มิที่พักร้างและมีความต้องการหรือกำลังคิดที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งกับทาง Airbnb ก็ควรจะเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าสนใจและให้ความสำคัญและปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น เจ้าของที่พักก็จะต้องแสดงให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและมีความมั่นใจถึงคุณภาพในการให้บริการ ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่นักท่องเที่ยวจะต้องจ่ายเพื่อแลกกับการเข้าพัก และสิ่งที่สำคัญอีกประเด็นคือเจ้าของที่พักจะต้องแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าราคาที่เลือกเข้าพักผ่าน Airbnb นั้น สิ่งที่ถูกค่าได้ค้นหาหรือพบเห็นจากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันและเมื่อได้เข้ามาใช้บริการจริงแล้ว ไม่ได้มีความแตกต่างหรือพบว่ามีรูปแบบหน้าตาแล้วที่พักรวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นไปตามสิ่งที่เจ้าของห้องได้ลงไว้ในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันจริง

5.4 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ข้อจำกัดในงานวิจัยนี้และข้อเสนอในการวิจัยครั้งถัดไปมีดังต่อไปนี้

5.4.1 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. เนื่องจากเป็นการกระจายแบบสอบถามทางออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook, Line จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นญาติ เพื่อน บุคคลที่รู้จักหรือคุ้นเคยกับผู้วิจัย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในบางเรื่องที่ กลุ่มตัวอย่างไม่กระจายตัวมากเท่าที่ควร อาทิ ระดับการศึกษา การวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เพียง 2 กลุ่มเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ผลที่ได้คลาดเคลื่อนไป

2. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยกว่าระดับมีควรจะเป็น (400 คน) ซึ่งอาจทำให้ผลที่ได้คลาดเคลื่อนไป

3. เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ในประเทศไทยยังเป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ทำให้ไม่สามารถติดต่อกับบริษัท ที่ดำเนินในประเทศไทยได้เพื่อขอข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการในประเทศไทยได้

5.4.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความชัดเจนและมีความละเอียดมากยิ่งขึ้นและผู้ตอบสามารถแสดงความรู้สึกรายละเอียด ความคิดเห็น ทักษะคิด แนวคิด ต่าง ๆ ให้ผู้ถามได้เห็นอีกด้วย

2. ควรเพิ่มประเภทของประชากรในระดับการศึกษาให้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้เห็นถึงความแตกต่างของทัศนคติในเรื่องของปัจจัยต่างในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ข้อจำกัดในด้านระยะเวลาการเก็บข้อมูล ซึ่งมีระยเวลานาน้อย

4. ควรมีการเก็บข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามให้จำนวนมีมากขึ้นเพื่อให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและมีโอกาสที่จะเกิดความคลาดเคลื่อนของผลน้อยลง

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ไสภักดี และ ชีระวัฒน์ จันทิก.(2559). ปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือก
จองห้องพักในระบบอิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์.วารสารวิชาการ,ปีที่ 9/(ฉบับที่ 2)
- คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อก และ ลอเรนไรท์.(2546) .การตลาดบริการ = Principles of Service
นิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- จิตาภัทร์ ทรัพย์เจริญกุล (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผ่าน
ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2551). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี.พี.เอ็น.
- สมคิด บางโม. (2548). องค์กรและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สร้อยตระกูล (ตีพานนท์)อรธมานะ.(2550).พฤติกรรมองค์กรทฤษฎีและการประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่
4 กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมิต สัจฉกร. (2546). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2551). โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการ
น้ำมันของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- นงคีนุช ศรีชนานันต์. 2553.การโรงแรมเบื้องต้น .1,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่7.กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ประวิทย์ พิมพ์สาร (2555).การรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
กรณีศึกษา: ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์. วิทยานิพนธ์ สาขา
เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิบูล ทีปะปาล.2549.การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21.กรุงเทพฯ:อมรการพิมพ์.
- พรกมล ลีมโรจน์กุล (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลาง
ออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มณฑกานติ แลนแคสเตอร์.2548.การตลาดโรงแรม.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิต

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์.(2548).การตลาดบริการ.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์
- ลัทธินิการ ศรีวระมย์ และณรงค์ศักดิ์ บุญเลิศ (2547) “องค์การและสภาพแวดล้อมขององค์การ” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- วราพร วรรณตร (2554). การศึกษาการรับรู้ความเลื่อมใส ความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อประกันภัยผ่านอินเทอร์เน็ต. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์.คุณภาพในงานบริการ=Quality in services กรุงเทพฯ:ดวงกมลสมัย 2539
- วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี(2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักรูปแบบที่มีคนท้องถิ่น เป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB). (การค้นคว้าอิสระ ปรินญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Lien, Wen, Huang & Wu (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions,Asia Pacific Management
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988) “SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.” Journal of Retailing 64 (1)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994). “Reassessment of Expectation of Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for Further Research.” Journal of Marketing 58 (January)
- Zeithaml, V. A., and Bitner , M. J. (2000). Services Marketing: Customer Focus Across the Firm. 2nd ed. Boston, Massachusetts: McGraw-Hill



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามทัศนคติต่อการให้บริการที่พักของ Airbnb

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยการศึกษาปริญญาโท หลักสูตรปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูล และความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามและนำข้อมูลมาใช้ในการวิจัยต่อไป
2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด และข้อมูลที่ได้รับนี้จะนำไปใช้ศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความจริง เพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย โดยเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวและการเลือกห้องพัก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของท่านต่อการให้บริการที่พักของ Airbnb

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ ที่นี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน

1.1 ท่านรู้จัก Airbnb หรือไม่

รู้จัก

ไม่รู้จัก (จบแบบสอบถาม)

1.2 ท่านรู้จัก Airbnb ผ่านช่องทางใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เว็บไซต์

โซเชียลเน็ตเวิร์ก

เพื่อน

ข่าว

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวและการเลือกห้องพัก

2.1 ท่านเคยใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb หรือไม่

- เคย (ข้าม ไปตอบข้อ 2.3)
 ไม่เคย (ตอบข้อ 2.2)

2.2 เหตุใดท่านถึงไม่สนใจการใช้บริการห้องพักแบบผ่าน Airbnb (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่รู้จัก
 ไม่มั่นใจในคุณภาพการให้บริการ
 ไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัย
 ไม่มั่นใจเรื่องความสะดวกและสุขอนามัย
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.3 ท่านใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ในการท่องเที่ยวแบบใด

- ท่องเที่ยวในประเทศ
 ท่องเที่ยวต่างประเทศ
 ไม่เคยใช้บริการ

2.4 โดยเฉลี่ยท่านเดินทางท่องเที่ยวครั้งละประมาณกี่คน

- 1 – 2 คน 3 – 4 คน
 5 – 6 คน มากกว่า 6 คน

2.5 ระยะเวลาในการเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ท่านจะค้างคืนประมาณกี่คืน

- 1 – 2 คืน 3 – 4 คืน
 5 – 6 คืน มากกว่า 6 คืน

2.6 ราคาของห้องพักโดยเฉลี่ยที่ท่านเลือกพักต่อคืน

- ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อคืน
 1,000 – 2,000 บาทต่อคืน
 2,000 – 3,000 บาทต่อคืน
 3,000 – 4,000 บาทต่อคืน
 มากกว่า 4,000 บาทต่อคืน

2.7 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านมากที่สุด ในที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก

- ตัวท่านเอง
- ครอบครัวเช่นพ่อ แม่ พี่น้อง สามีหรือภรรยา ลูก
- แฟน
- เพื่อน
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.8 เหตุผลหลักที่ท่านจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb เพราะเหตุผลใด

(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ได้เรียนรู้วัฒนธรรมจากคนท้องถิ่นโดยตรง
- การตกแต่งห้องที่มีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม
- ความคุ้มค่าในการใช้บริการ
- ความสะดวกสบายเหมือนได้พักอยู่ที่บ้านของตัวเอง
- ความหลากหลายของที่พักที่มีให้เลือก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของท่านต่อการให้บริการที่พักของ Airbnb

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับทัศนคติของท่าน

ต่อการให้บริการของ Airbnb

โดย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = เฉย / ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทัศนคติของท่าน ต่อการให้บริการของ Airbnb	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ด้านความหลากหลาย					
1.1 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกรูปแบบของที่พัก					
1.2 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกสถานที่ตั้งของที่พัก					
1.3 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความหลากหลายในการเลือกช่องทางในการชำระเงิน					
2. ด้านราคา					
2.1 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาที่คุ้มค่า					
2.2 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย					

2.3 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีราคาห้องพักที่ชัดเจนไม่มีการบวกค่าบริการอื่นๆ เพิ่ม					
3. ด้านคุณภาพการให้บริการ					
3.1 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความสะดวกสบายในการเข้าพัก เช่น การเช็คอิน					
3.2 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีกระบวนการในการจองที่พักได้ดี					
3.3 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีบุคคลมีพร้อมจะดูแลและให้ความช่วยเหลือดี ระหว่างการเข้าพัก					
4. ด้านความเสี่ยง					
4.1 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความปลอดภัยในด้านของระบบรักษา ความปลอดภัย					
4.2 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในด้านของการได้ห้องพักที่ ไม่ตรงกับรูปแบบที่ได้ค้นหา					
4.3 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงในเรื่องของการถูกขโมยข้อมูลจาก บัตรเครดิตในการชำระเงิน					
4.4 การเลือกเข้าพักผ่าน Airbnb มีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถเข้าพักได้ในวันและ เวลาที่ได้เลือกไว้					
5. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ					
5.1 ท่านคิดว่าการให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน					
5.2 ท่านคิดว่าการให้บริการของ Airbnb มีความเหมาะสมกับท่าน					
5.3 ในการจองห้องพักครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการห้องพักผ่าน Airbnb					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริง

4.1 เพศ

ชาย

หญิง

4.2 อายุ

21 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

มากกว่า 50

4.3 ระดับการศึกษา

ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า

ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4.4 อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |

4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 31,000 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 51,000 – 70,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 71,000 – 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 100,000 บาท |

