ปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย

ณรงค์ศักดิ์ สาครนาวีชัย

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2563

……

นาย ณรงค์ศักดิ์ สาครนาวีชัย

ผู้วิจัย

……..	……..
ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช,	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารถนา ปุณณกิติเกษม,
D.B.A.	Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์
……..	……..
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อาภาศิลป์,	ผู้ช่วยศาสตรจารย์พาสน์ ทีฑทรัพย์,
Ph.D.	D.B.A.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ	กรรมการสอบสารนิพนธ์
มหาวิทยาลัยมหิดล	

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษาค้นคว้าปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแนวโน้มความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ที่เป็นชาวไทย ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้สามารถดำเนินการแล้วเสร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เนื่องด้วยผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาต่างๆ รวมถึงการแนะแนวทางที่เหมาะสมในการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนการตรวจสอบในข้อบกพร่องต่างๆ จึงส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ทำการถ่ายทอดความรู้อันมีค่าในแต่ละสาขาวิชา และเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยในการนำมาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างที่สละเวลาในการให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ช่วยให้ข้อมูลสำคัญเพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้สมบูรณ์ และขอขอบพระคุณทุกกำลังใจ ความช่วยเหลือและการสนับสนุนต่างๆ จากครอบครัว คณะเพื่อนร่วมงานทั้งที่ทำงานและที่มหาลัย รวมไปจนถึงเพื่อนๆ ทุกคน ส่งผลให้งานวิจัยชิ้นนี้สามารถดำเนินการได้อย่างลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับบริการ Sharing Economy ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบห้องพักหรืออื่นๆ รวมไปจนถึงการนำแนวคิดจากงานวิจัยชิ้นนี้ไปปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบธุรกิจ Sharing Economy ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการชาวไทยมากที่สุด ซึ่งหากงานวิจัยชิ้นนี้มีข้อบกพร่องประการใด ทางผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

ณรงค์ศักดิ์ สาครนาวีชัย

ปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย
FACTORS TO FULFILL CUSTOMER SATISFACTION OF USING SHARING ECONOMY ACCOMMODATION FOR THAI PEOPLE

ณรงค์ศักดิ์ สาครนาวีชัย 6150440

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช, D.B.A, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารถนา ปุณณกิติเกษม, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาสน์ ทีฆทรัพย์, D.B.A.

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแนวโน้มความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ sharing Economy ที่เป็นชาวไทย โดยประโยชน์ของงานวิจัยคือการนำข้อมูลไปพัฒนาบริการหรือเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนธุรกิจห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy เพื่อให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้ใช้บริการชาวไทยให้มากที่สุด โดยงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ทั้งหมด 30 ท่าน

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ได้แก่ ปัจจัยด้านประสบการณ์ใหม่ๆ จากบริการลักษณะนี้ ปัจจัยด้านการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะที่น่าดึงดูด ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็ว ปัจจัยด้านข้อมูลที่ได้รับจากผู้ใช้บริการท่านอื่น ปัจจัยด้านการตรวจสอบตัวตนของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ปัจจัยด้านแผนสำรองเพื่อรองรับในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน และปัจจัยด้าน Mobile Application หรือ Website ที่สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก

จากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถช่วยผู้ให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy มีความเข้าใจผู้ใช้บริการชาวไทยมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปปรับใช้กับบริการปัจจุบันรวมไปจนถึงการพัฒนาแนวทางธุรกิจในอนาคตได้

คำสำคัญ: ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy, Platform, ปัจจัยด้านประสบการณ์การใช้บริการห้องพัก, ปัจจัยด้านการใช้งาน Platform

64 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	**ข**
บทคัดย่อ	**ค**
สารบัญตาราง	**ฉ**
สารบัญภาพ	**ช**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 กรอบแนวคิด	5
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**8**
2.1 แนวคิดของ Sharing Economy	8
2.2 ประเภทของการแบ่งปันแบบทั่วไป	10
2.3 ทบทวนวรรณกรรม	12
2.4 แนวโน้มความต้องการผู้บริโภคสำหรับธุรกิจห้องพัก	16
2.5 Service Quality Model	17
2.6 สรุปปัจจัยและความหมายที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีวิจัย	**24**
3.1 การกำหนดกลุ่มประชากร	24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย และการเก็บข้อมูล	24
3.3 คำถามสำหรับสัมภาษณ์	25
3.4 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การทดสอบคุณภาพของการเก็บข้อมูล	28
3.6 ความเที่ยงตรง (Validity)	28
3.7 ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น (Reliability)	28
3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.9 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์	29
บทที่ 4 ผลการวิจัย	**30**
ส่วนที่ 1 : คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	30
ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy	34
ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy	39
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	**41**
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	41
5.2 ข้อเสนอแนะ	45
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	47
บรรณานุกรม	**48**
ภาคผนวก	**53**
ประวัติผู้วิจัย	**57**

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	ตารางความหมายคำศัพท์เฉพาะ	6
2.1	ตารางสรุปปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	21
4.1	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.2	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.3	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.4	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.5	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.6	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามช่วงเวลาการใช้บริการครั้งสุดท้ายของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.7	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามความถี่ของการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.8	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามสถานที่ที่ใช้บริการล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.9	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามระยะเวลาในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.10	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามการใช้บริการผ่าน Platform ของกลุ่มตัวอย่าง	33

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	International tourism, number of arrivals	3
1.2	International Tourist Arrivals by World Region	4
2.1	ประเภทของการแบ่งปันแบบทั่วไป	11
2.2	Nordic Model	17
2.3	SERVQUAL Model	18
2.4	Multilevel Model	18
2.5	Hierarchical Model	19

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคดิจิตอลอย่างเต็มตัว ซึ่งเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับการใช้ชีวิตประจำวันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานโทรศัพท์อัจฉริยะหรือ Smart Phone อย่างแพร่หลาย โดยเป็นการใช้งานควบคู่กับอินเตอร์เน็ตที่ถือเป็นปัจจัยหลักของประชากรส่วนใหญ่ของโลก ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าในปี 2025 ประชากรทั่วโลกประมาณ 3.7 พันล้านคนจะมีโทรศัพท์ Smart Phone ที่ใช้งานควบคู่กับอินเตอร์เน็ต (Lucy Handley, 2019) จากตัวเลขดังกล่าวเป็นการบ่งบอกสัญญาณสำคัญให้แก่ผู้ประกอบการได้เล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจเพื่อตอบสนองกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในส่วนนี้ได้ เป็นที่แน่นอนว่าธุรกิจในยุคดิจิตอลนี้จะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้เวลากับ Smart Phone และอินเตอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น และผลลัพธ์ของการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจนเกิดการดำเนินธุรกิจแนวใหม่ที่ใช้ชื่อว่า เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน หรือ Sharing Economy

การที่ผู้ประกอบการเลือกหน้าใหม่ดำเนินธุรกิจในลักษณะ Sharing Economy นั้น เป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่ดึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่สนใจใช้บริการมากกว่าการลงทุนเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และกลุ่มผู้สนใจให้บริการสิ่งที่ตนครอบครองในลักษณะแบ่งปันเพื่อให้เกิดรายได้ โดยธุรกิจลักษณะนี้มีการคาดการณ์ที่จะเติบโตแบบทั่วโลกที่มูลค่าประมาณ 335 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2025 (The Sharing Economy, 2015) จากจำนวนตัวเลขดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีมากมาย รวมถึงกระบวนการในการให้บริการต่างๆ ที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจแบบ Sharing Economy ทั่วโลก จนเกิดตัวกลางที่พร้อมจะช่วยจัดการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้สนใจรับบริการหรือผู้สนให้บริการ หรือที่เรียกว่า Platform อย่างมากมายในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น การท่องเที่ยว การขนส่ง หรือแม้กระทั่งในภาคอุตสาหกรรมดนตรีและภาพยนต์ เป็นต้น

เมื่อ Sharing Economy เริ่มเข้าสู่ตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทำให้การเติบโตนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจนมีการค้นคว้าวิจัยโดย Juniper Research ซึ่งได้คาดการณ์ว่ารายได้ของผู้ให้บริการ Sharing Economy ทั้งหมดทั่วโลกจะสูงถึง 40.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2022 (Juniper Research, 2017) ในขณะที่ทำการวิจัยกลุ่มผู้ให้บริการ Sharing Economy Platform นั้นสร้าง

รายได้ในปี 2017 ยังสูงถึง 18.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ การเติบโตในด้านรายได้ของโมเดลธุรกิจใหม่นี้เป็นไปอย่างวงกว้างจนถึงพื้นที่เอเชียที่ถือเป็นก้าวสำคัญในการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้บริโภคได้ ในประเทศญี่ปุ่นก็มีการเติบโตของ Sharing Economy อย่างรวดเร็วและมีมูลค่าของตลาดสูงถึงประมาณ 470 – 525 พันล้านเยนในปี 2016 (Nariyasu Yamasawa, 2018) โดยบริการของ Sharing Economy ที่ชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจได้แก่ การให้เช่าพื้นที่ว่างซึ่งเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูงที่สุด ธุรกิจด้านอื่นจะเป็นการขายสินค้าประเภทมือสอง งานบริการ เช่น การช่วยงานบ้าน และสุดท้ายบริการเกี่ยวกับการเงิน เช่น การบริจาคหรือการลงทุน และอีกประเทศในทวีปเอเชียที่ถือว่ามีการขยายของธุรกิจ Sharing Economy คือประเทศจีน โดยในปี 2018 ตลาด Sharing Economy มีมูลค่าสูงถึง 294.2 พันล้านหยวน ซึ่งเติบโตขึ้นจากปี 2017 ถึง 41.6% (ToJoy Shared Holding Group Co.,Ltd., 2020) จากข้อมูลนี้ทำให้เห็นการเติบโตของธุรกิจประเภทนี้ในประเทศจีนอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นจากการขยายการใช้งานโทรศัพท์ Smart Phone และอินเตอร์เน็ต ควบคู่ไปกับจำนวนประชากรของประเทศจีนที่จะส่งผลให้มูลค่าตลาด Sharing Economy ยังสามารถขยับสูงขึ้นได้ในอนาคต

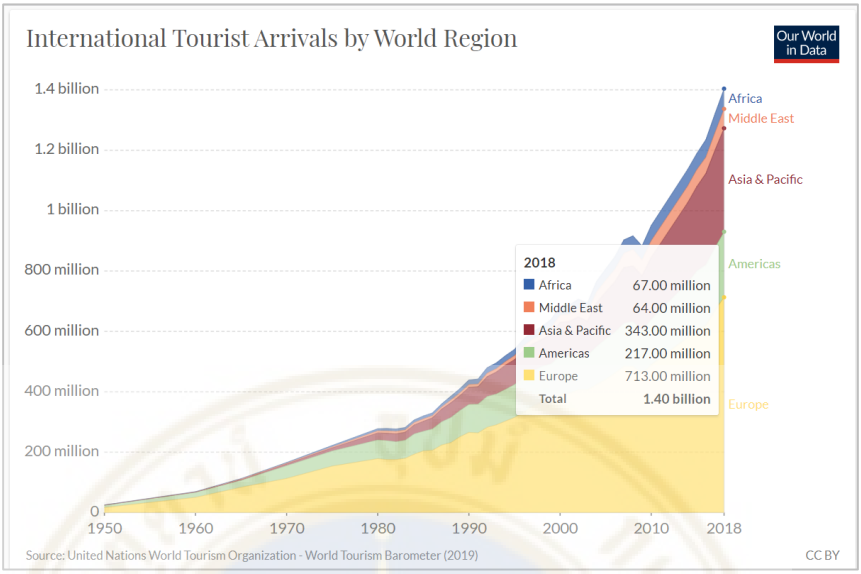
จากการเข้าสู่ยุคดิจิตอล Platform ต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นจึงมาในรูปแบบระบบอัตโนมัติที่สามารถติดต่อได้ผ่านอินเตอร์เน็ต จึงเป็นเรื่องง่ายแก่ผู้ใช้บริการในการเข้าถึงไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการก็ตาม ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด Platform สำหรับธุรกิจแบบ Sharing Economy จึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกๆ ประเทศ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือประเทศไทยที่มีการใช้งาน Platform ต่างๆ มากมายเช่นเดียวกัน การเข้ามาของ Platform เหล่านี้จึงถือเป็นสิ่งที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตประจำวันของชาวไทยให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการเพิ่มทางเลือกในการรับบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางหรือการหาที่พัก ที่มากไปกว่านั้นผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจต่างๆ ก็ได้รับผลกระทบอย่างเห็นได้ชัด โดยจะมีผู้ที่ยอมรับและสนับสนุนหรือผู้ที่ต่อต้านจากการเข้ามามีบทบาทของเหล่า Platform ต่างๆ ในลักษณะ Sharing Economy

ในขณะที่ Sharing Economy กำลังได้รับความนิยมและขยายฐานผู้ใช้งานอย่างเป็นวงกว้างและไม่ได้จำกัดในพื้นที่ชาติตะวันตก ปัจจุบันเกิดการขยายไปยังชาติตะวันออกที่ตลาดกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว ถือเป็นการเติบโตไปพร้อมกับเทรนด์การท่องเที่ยวของประชากรโลก เนื่องด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ของโลก การขยายตัวอย่างต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลายประเทศได้ และจากข้อมูลนักท่องเที่ยวทั่วโลกของ World Bank พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากปี 1996 มีจำนวนประมาณ 566 ล้านคน และได้เติบโตไปจนถึงจำนวน

1,442 ล้านคนในปี 2018 (The World Bank, 2019) ซึ่งเป็นการขยายตัวเกินกว่า 2 เท่าในช่วงระยะเวลาไม่ถึง 20 ปี ดังนั้นถือเป็นสัญญาณที่ดีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

รูปภาพ 1.1 International tourism, number of arrivals

จากปริมาณนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มสูงขึ้นตามรายละเอียดและจำนวนที่ได้ชี้แจ้งข้างต้น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมาจากหลากหลายทวีป โดยทวีปที่มีนักท่องเที่ยวเติบโตมากที่สุดคือทวีปยุโรป ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 713 ล้านคนในปี 2018 (Our World in Data, 2019) และถือเป็นครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จากตัวเลขนี้แสดงให้เห็นถึงการเดินทางออกนอกประเทศของชาวยุโรปเพื่อไปหาประสบการณ์ชีวิตในรูปแบบใหม่ ทำให้ประเทศที่รองรับนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปจะต้องมีการปรับรูปแบบการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด ในขณะเดียวกันทวีปที่มีนักท่องเที่ยวรองจากยุโรปคือทวีปเอเชีย โดยมีนักเที่ยวจำนวน 343 ล้านคนในปี 2018 จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกนี้ส่งผลต่อความต้องการที่พักในประเทศปลายทาง และการมองหาที่พักในรูปแบบใหม่ๆ จะเข้ามาช่วยเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นบริการที่พักในรูปแบบ Sharing Economy จึงเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการบริการหรือการหาประสบการณ์เชิงใหม่ที่ไม่เหมือนการพักโรงแรมหรือสถานที่พักในรูปแบบเดิมอีกต่อไป



รูปภาพ 1.2 International Tourist Arrivals by World Region

ปัจจุบันผู้ให้บริการ Sharing Economy Platform สำหรับบริการที่พักมีหลายรายที่ผู้ใช้บริการสามารถเลือกได้ตามความพึงพอใจไม่ว่าจะเป็น Airbnb, Homestay หรือ OneFineStay (Laurence Norah, 2020) ซึ่งแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ให้บริการที่จะสร้างประสบการณ์ในการใช้บริการให้แก่ลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงเงื่อนไขอื่นๆ ที่มาพร้อมกับบริการเช่นกัน บริการ Sharing Economy ลักษณะนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเพราะเป็นบริการที่ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้ใช้บริการทั่วโลกกับการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ในการพักค้างแรมที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่โรงแรมหรือห้องพักรายวันทั่วไปเท่านั้น หนึ่งในวิธีการวัดความนิยมของผู้ใช้บริการคือการดูที่รายได้ของผู้ให้บริการ Platform และหนึ่งในตัวอย่างของผู้ให้บริการรายใหญ่ของโลกในปัจจุบันคือ Airbnb โดยในไตรมาสที่ 2 ของปี 2019 นั้น บริการห้องพักแบบ Sharing Economy จาก Platform Airbnb สามารถสร้างรายได้สูงถึง 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (Jane Lanhee Lee, 2019) ซึ่งถือว่าเป็นมูลค่ามหาศาล และรายได้ในส่วนนี้ยังไม่รวมกับผู้ให้บริการรายอื่นทั่วโลก ดังนั้นบริการลักษณะนี้ถือว่าเป็นที่ได้รับความนิยมของผู้ใช้บริการและยังมีโอกาสในการเติบโตเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต

จากการเข้ามามีบทบาทของ Sharing Economy ต่อสังคมไทยส่งผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติและความคิดเห็นรวมไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเปลี่ยนไป และจะมีผลต่อเนื่องไปยังการใช้ชีวิตประจำวันที่มีการคาดการณ์ว่าจะเปลี่ยนแปลงตาม ทำให้ผู้ให้บริการต้องมีการ

ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่มีความเป็นไปที่จะขยายจำนวนไปเรื่อยๆ ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญในการช่วยให้การให้บริการแบบ Sharing Economy ประสบความสำเร็จในประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ของผู้ใช้บริการชาวไทย

2. เพื่อศึกษาแนวโน้มความต้องการและความคาดหวังต่างๆ ของผู้ใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ชาวไทยจากผู้ให้บริการที่สามารถนำไปสู่ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบริการห้องพักแบบ Sharing Economy ในภาพรวมได้

1.3 กรอบแนวคิด

เมื่อบริการในลักษณะ Sharing Economy มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในหลากหลายธุรกิจ และหนึ่งในนั้นคือการให้บริการที่พักอาศัยซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้บริการชาวไทยจำนวนหนึ่งที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการโดยตรง ซึ่งผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy นั้นอาจจะมีความต้องการที่แตกต่างจากผู้ใช้บริการห้องพักทั่วๆ ไป ซึ่งในปัจจุบันผู้ให้บริการยังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการที่แท้จริงในส่วนนี้จนทำให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ขึ้นมา การทำความเข้าใจถึงความต้องการลึกๆ ของกลุ่มผู้บริโภคในยุคดิจิตอลเป็นสิ่งที่สามารถช่วยให้การขับเคลื่อนธุรกิจ Sharing Economy ไปได้ไกลและมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ทั้งหมด 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านระยะเวลาในการวิจัย โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลาตั้งแต่เดือนเมษายน - กรกฎาคม 2563

2. ด้านเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

3. ด้านกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยคือผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ที่เป็นชาวไทย

4. ด้านพื้นที่ในการวิจัย ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มความต้องการของผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ที่เป็นชาวไทยรวมถึงแนวโน้มสิ่งที่คาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ผ่าน Platform ต่างๆ และสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ในการพัฒนาบริการและวางแผนธุรกิจห้องพักปัจจุบันให้ตอบโจทย์กับผู้บริโภคชาวไทยมากยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ตาราง 1.1 ตารางความหมายคำศัพท์เฉพาะ

คำศัพท์เฉพาะ	ความหมาย
Sharing Economy	เศรษฐกิจแบบแบ่งปันโดยผู้ให้ตัดสินใจที่จะแบ่งปันทรัพยากรที่ตนมีไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ เครื่องใช้หรือทักษะ ความรู้ ความสามารถให้แก่ผู้รับที่มีความต้องการทรัพยากรเหล่านี้ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด

Platform	ตัวกลางในการบริหารจัดการความต้องการของผู้ที่สนใจให้บริการและผู้ที่สนใจรับบริการในรูปแบบดิจิตอล โดยมีหน้าที่จับคู่ความต้องการที่ตรงกันเหล่านั้นและคอยดูแลด้านต่างๆ เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นช่องทางในการสื่อสาร เป็นต้น
Digital Disruption	การเข้าสู่ยุคดิจิตอลที่ระบบสารสนเทศมีบทบาทมากมายในการใช้ชีวิตประจำวันของคนทั่วไป จนเกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมต่างๆ ทั้งการดำเนินชีวิตประจำวัน การทำงาน หรือแม้กระทั่งงานอดิเรก จนทำให้ประชากรต้องเริ่มมีการปรับตัวเพราะความต้องการของมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน
Smart Phone	อุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะที่มาพร้อมกับความสามารถในการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตและมีโปรแกรมต่างๆ มากมายที่ช่วยสนับสนุนการใช้งานในชีวิตประจำวันแก่ผู้บริโภค
Mobile Application	โปรแกรมที่ถูกสร้างมาเพื่อใช้งานบนระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์อัจฉริยะ หรือ Smart Phone โดยแต่ละโปรแกรมจะถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานแต่ละประเภทไป ตามวัตถุประสงค์ของผู้ออกแบบ รวมถึงเป็นโปรแกรมที่สามารถใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อีกด้วย
Customer-to-Customer หรือ C2C	เป็นการดำเนินการทางธุรกิจในลักษณะที่ลูกค้าสามารถทำการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการกันโดยตรงและส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกรรมผ่านคนกลางไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้เกิดธุรกรรมขึ้น

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดของ Sharing Economy

จากการเกิด Digital Disruption ทำให้หลายๆ อย่างในโลกนี้เปลี่ยนแปลงไป และทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่เรียกว่าเศรษฐกิจแบบแบ่งปันหรือ Sharing Economy ซึ่งถือเป็นธุรกิจแนวใหม่ที่เน้นไปที่การให้บริการด้วยวิธีการที่แตกต่างออกไปจากการให้บริการในรูปแบบเดิมโดยสิ้นเชิง การจะดำเนินธุรกิจในลักษณะ Sharing Economy ให้ประสบความสำเร็จนั้นมีปัจจัยหลักคือผลประโยชน์ในรูปแบบของเงินระหว่างผู้ให้บริการที่มีความต้องการแบ่งปันสิ่งที่ตนมีกับผู้สนใจรับบริการที่เลือกที่จะใช้บริการในลักษณะนี้ (กฤษณศักดิ์ วุฒิสุวภาพ, 2562)

ลักษณะธุรกิจแบบ Sharing Economy คือการแบ่งปันสิ่งที่ผู้ให้บริการมีและตรงกับความต้องการของผู้รับบริการผ่านคนกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ทั้ง 2 ฝ่ายได้พบกันและได้ผลประโยชน์ร่วมกันซึ่งถือเป็นการทำธุรกรรมแบบ Consumer-to-Consumer หรือ C2C (Sharing or paring?, 2015) การให้บริการในรูปแบบธุรกิจ Sharing Economy นั้นมีมากมายหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการด้านที่พักส่วนตัว การให้บริการด้านขนส่งโดยรถส่วนตัว การให้บริการด้านฟังดนตรีและดูวีดีโอออนไลน์ การให้บริการด้านการทำงานออนไลน์ และการปล่อยกู้ยืมเงิน ซึ่งคุณสมบัติหลักของการให้บริการแบบ Sharing Economy นั้นประกอบด้วย 5 ประการดังต่อไปนี้

1. Sharing-based - เป็นการแบ่งปันสินทรัพย์หรือสิ่งที่ตนมีให้แก่ผู้อื่นได้ใช้งานไม่ว่าจะเป็นระยะสั้นหรือระยะยาว
2. Idle capacities, resources - เป็นการใช้ทรัยากรที่ว่างอยู่ให้เกิดประโยชน์โดยการนำไปแบ่งปันให้ผู้อื่นได้ใช้งาน
3. On-demand access - การรองรับความต้องการแบบทันด่วนจากผู้สนใจใช้บริการ
4. A higher degree of personal interaction - การปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานจนเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่ตนใช้หรือให้บริการอยู่
5. Drive towards sustainability – เน้นผลักดันการให้บริการไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

ในการดำเนินธุรกิจ Sharing Economy จำเป็นต้องมีคนกลางที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างความต้องการและทรัพยากรที่มีให้ธุรกิจขับเคลื่อนไปได้จนได้รับการใช้งานอย่างกว้างขวาง ด้วยยุคปัจจุบันที่มีการใช้งานดิจิตอลอย่างแพร่หลาย ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ Sharing Economy จึงได้สร้างสิ่งที่เรียกว่า Digital Platform ซึ่งมีบทบาทในการเป็นเครือข่ายให้แก่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวมถึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการปฏิสัมพันธ์กับทั้ง 2 ฝ่ายเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์กับกลุ่มคนทั้ง 2 กลุ่มนี้ทั้งที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน (Ahmad Asadullah, Isam Faik and Atreyi Kankanhalli, 2018) ดังนั้นบทบาทและหน้าที่ของผู้ให้บริการ Digital Platform ในธุรกิจ Sharing Economy จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้ให้มีความสอดคล้องกัน โดยมี 6 ปัจจัย (Will Sutherland and Mohammad Hossein Jarrahi, 2018) ที่สามารถสร้างการปฏิสัมพันธ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้งาน Platform ได้ มีดังนี้

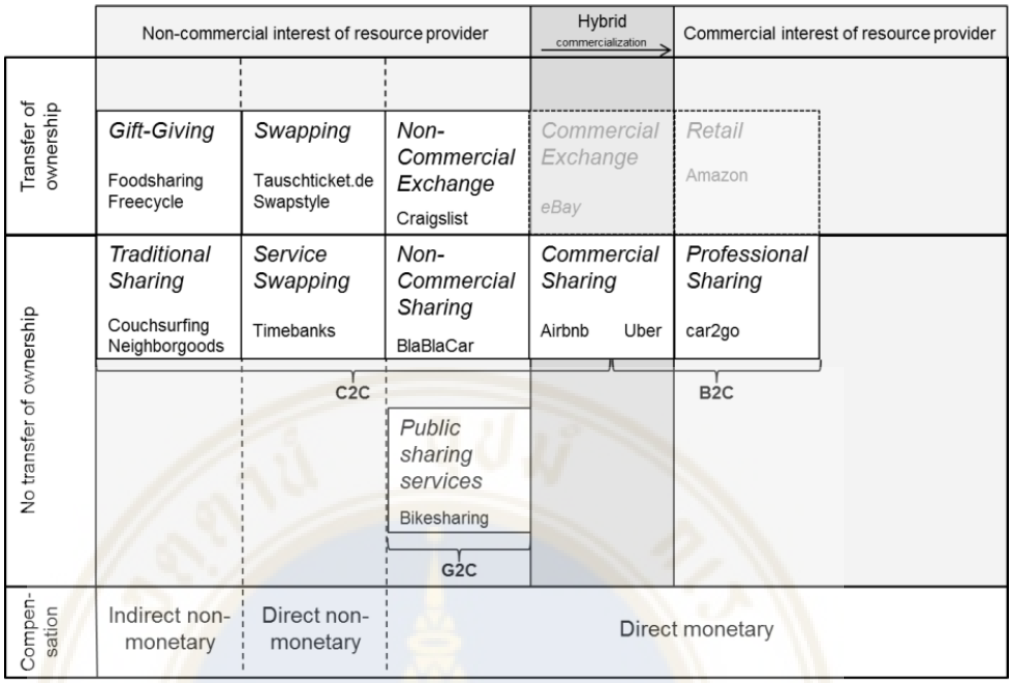
1. Generating Flexibility - Platform จะต้องมีความยืดหยุ่นแก่ผู้ใช้งานและสามารถใช้งานได้ทุกเมื่อที่ต้องการ
2. Match-Making - ระบบจะต้องทำการจับคู่ผู้ที่พร้อมให้บริการกับผู้ที่ต้องการรับบริการที่ทั้ง 2 ฝ่ายมีความต้องการที่ตรงกันโดยการค้นหาแบบอัตโนมัติได้
3. Extending Reach - การเข้าถึงเครือข่ายขนาดใหญ่เป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มศักยภาพของ Platform ให้สามารถรองรับผู้ใช้งานจำนวนมากในหลากหลายพื้นบนโลกที่ได้
4. Managing Transactions - อีกหน้าที่สำคัญของผู้ให้บริการคือการเป็นผู้ดูแลธุรกรรมต่างๆ ที่ผู้ใช้งานทำไม่ว่าจะเป็นการดูแลด้านชำระเงินด้วยสกุลเงินที่แตกต่างได้ การเก็บข้อมูลธุรกรรมต่างๆ การให้ความปลอดภัยด้านข้อมูลแก่ผู้ใช้งาน หรือการจัดการด้านขนส่งเป็นต้น
5. Trust Building - สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งหน้าที่นี้เป็นของตัวกลางที่จะต้องทำให้เกิดขึ้นถึงแม้ว่าผู้ใช้งานทั้ง 2 ฝ่ายอาจจะไม่เคยเจอกันมาก่อน
6. Facilitating Collectivity - เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการสร้างสังคมให้แก่ผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วม

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับการเข้ามาของ Sharing Economy นั้น จะเป็นผลกระทบกับธุรกิจปัจจุบันที่ให้บริการอยู่ โดยรูปแบบที่มาในลักษณะของการแบ่งปันมีโอกาสที่จะทำให้ภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบในเชิงลบจนต้องเกิดการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจก็เป็นได้ (ลภัส อัครพันธุ์, 2559) ซึ่งหนึ่งในผู้ให้บริการที่เป็นตัวอย่างของ Sharing Economy คือ Airbnb โดยหลังจากเริ่มดำเนินธุรกิจก็มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมโรงแรมจะได้รับผลกระทบอย่างหนัก แต่จากการวิจัยของ Jisu Yia, Gao Yuanb และ Changsok Yoob (2019) พบว่านักท่องเที่ยวที่สนใจใช้บริการ Airbnb นั้นเป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพักโรงแรมปกติ เนื่องด้วยบริการของ Airbnb จะเป็นลักษณะที่ผู้ให้บริการได้ใช้บ้านส่วนตัวหรือสถานที่พักแรมส่วนตัวมาแบ่งปันให้แก่ผู้ที่สนใจ รวมถึงการให้ประสบการณ์ใหม่ๆ แก่นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ไปจนถึงการใช้ชีวิตประจำวันร่วมกัน ซึ่งสิ่งนี้เป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ Airbnb ในขณะที่การให้บริการระดับโรงแรมนั้นเป็นโจทย์ที่ Airbnb ยังไม่สามารถดำเนินการให้ได้เทียบเท่า ซึ่งจะส่งผลต่อนักท่องเที่ยวที่ยังคงต้องการการพักผ่อนแบบสะดวกสบายและเน้นไปที่การบริการมากกว่าเรื่องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ หรือเน้นไปที่ค่าใช้จ่ายในการพักแรมเป็นประเด็นหลัก

2.2 ประเภทของการแบ่งปันแบบทั่วไป

จากงานวิจัยของ Manuel Trenz, Alexander Frey และ Daniel Veit (2018) ได้สรุปผลของการแบ่งปันแบบทั่วไปออกเป็นทั้งหมด 9 กลุ่ม โดยดูจาก 4 มุมมองด้วยกันได้แก่

- การถ่ายโอนของความเป็นเจ้าของ
- ผลตอบแทนที่ได้รับจากการแบ่งปัน
- กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องในการแบ่งปัน
- แรงจูงใจที่ทำให้เข้าร่วมแบ่งปัน



รูปภาพ 2.1 ประเภทของการแบ่งปันแบบทั่วไป

ในส่วนของการแบ่งปันแบบทั่วไปทั้ง 9 กลุ่มนั้นครอบคลุมแต่ละหัวข้อดังนี้

1. Gift Giving – เป็นการแบ่งปันในลักษณะให้เปล่าและเปลี่ยนความเป็นเจ้าของ โดยผู้ให้จะไม่ได้รับสิ่งใดเป็นการตอบแทน แต่ในความเป็นจริงอาจจะเป็นการให้แต่ได้รับสิ่งตอบแทนบางอย่าง เพียงแค่การตอบแทนจะมาในรูปแบบของความรู้สึกแทนที่จะเป็นสิ่งของที่มีมูลค่า
2. Swapping – เป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่เปลี่ยนความเป็นเจ้าของ โดยไม่ได้มีผลทางการค้าใดๆ ซึ่งจะไม่มีผลตอบแทนเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่การแลกเปลี่ยนจะเป็นการทำแบบ 2 ทางคือผู้ให้จะเป็นผู้รับในเวลาเดียวกัน และต้องมี 2 ฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยน
3. Non-Commercial Exchange – เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้ากับการชำระค่าสินค้านั้นด้วยสื่อกลางอย่างใดอย่างหนึ่งโดยไม่ได้เป็นการค้าขายเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของด้วย
4. Traditional Sharing – เป็นการแบ่งปันโดยไม่มีการเปลี่ยนความเป็นเจ้าของในสิ่งที่ให้ ซึ่งมองเป็นรูปแบบการให้ยืมที่ไม่มีผลประโยชน์ในด้านการค้าหรือจำเป็นที่จะต้องมีสิ่งตอบแทนกลับคืนมา

5. Service Swapping – ถือเป็นการแลกเปลี่ยนในด้านการใช้แรงงานบริการหรือทักษะความสามารถต่างๆ แทนการใช้สิ่งของ และไม่มีการเปลี่ยนความเป็นเจ้าของแต่อย่างใด
6. Non-Commercial Sharing – การแบ่งปันในลักษณะนี้จะไม่ได้เป็นการเปลี่ยนความเป็นเจ้าของเหมือน Non-Commercial Exchange โดยปกติจะเป็นการแบ่งปันให้แก่ผู้อื่นที่มีเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่จะไม่เน้นไปที่การสร้างผลกำไร ในทางกลับกันการแบ่งปันลักษณะนี้จะมุ่งไปที่การลดค่าใช้จ่ายของผู้ให้มากกว่า
7. Commercial Sharing – เป็นการแบ่งปันโดยไม่มีการเปลี่ยนความเป็นเจ้าของแต่จะมีการใช้เงินในการแลกเปลี่ยนและเน้นไปที่การดำเนินการในเชิงพาณิชย์ทั้งการแสวงหาผลกำไรรวมไปถึงการต่อยอดบริการอื่นๆ เสริมเข้าไปด้วย
8. Professional Sharing – เป็นการแบ่งปันด้านการให้บริการจากทรัพยากรที่มีโดยไม่ได้เป็นการถ่ายโอนความเป็นเจ้าของในทรัพยากรเหล่านั้นเพื่อแลกกับเงินค่าบริการ
9. Public Sharing Services – เป็นการแบ่งปันที่ไม่มีการแลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของและเป็นการแบ่งปันด้านบริการที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร ซึ่งผู้ให้บริการจะเป็นหน่วยงานภาครัฐในลักษณะบริการสาธารณะ

2.3 ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมของ PwC ที่ทำวิจัยด้านผู้ให้บริการ Sharing Economy ในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ากว่า 48% ของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ 25 – 44 ปี (The Sharing Economy, 2015) เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งถือว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่สนใจเทคโนโลยี และมีสินทรัพย์เป็นของตัวเองในระดับที่สามารถนำไปแบ่งปันให้ผู้อื่นใช้บริการได้ รวมถึงมีความสนใจในการหารายได้เสริมจากการแบ่งปันสิ่งที่ตนมี ซึ่งจากการวิจัยของ Juho Hamari, Mimmi Sjöklint และ Antti Ukkonen (2016) พบว่าทัศนคติที่ดีต่อเศรษฐกิจแบบแบ่งปันส่งผลให้บุคคลนั้นๆ สนใจเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ Sharing Economy และปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อทัศนคติจนส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเข้าร่วมในเศรษฐกิจแบบแบ่งปันคือความสนุกสนานและประสบการณ์ใหม่ๆ ที่จะได้รับจากการเป็นส่วนหนึ่งของ Sharing Economy และอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลลักษณะเดียวกันคือผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนหันมามีส่วนร่วมใน Sharing Economy คือ Mobile Application สำหรับผู้ใช้งาน โดยการวิจัยของ Ge Zhu, Simon Hudson และ Kevin Kam Fung So (2017) พบว่าการออกแบบ Mobile Application เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ด้วยตนเองถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญและนำไปสู่การสร้างคุณค่าด้านความรู้สึกและด้านประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ที่สนใจจนเกิดการใช้งานจริงและเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ Sharing Economy ดังนั้นการออกแบบกระบวนการทำงานของ Mobile Application รวมไปถึงการออกแบบกระบวนการเชิงธุรกิจและด้านการตลาดควรโฟกัสด้านความสะดวกสบายในการใช้งานและการทำต้นทุนของผู้ใช้งานให้มีประสิทธิภาพ

ข้อมูลในเชิงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการของบริการในรูปแบบ Sharing Economy เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (Xun Xu, 2019) ข้อมูลในเชิงความคิดเห็นเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะสามารถช่วยประกอบการตัดสินใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งข้อมูลนี้ควรครอบคลุมถึงความเห็นของผู้ใช้บริการมาก่อน รวมถึงข้อมูลที่ผู้ให้บริการตอบกลับผ่าน Platform และผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงได้อย่างเปิดเผย ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการเป็นอีกสิ่งที่ช่วยสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ ที่มากไปกว่านั้นความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลในเชิงความคิดเห็นเป็นอีกสิ่งที่จะช่วยสร้างคุณค่าให้แก่ผู้ให้บริการเช่นกันเนื่องจากผู้ใช้บริการเล็งเห็นข้อมูลเป็นสิ่งที่จะช่วยลดความเสี่ยงในการใช้บริการได้

นอกเหนือจากการแสดงความคิดเห็นที่ผู้ใช้บริการสามารถบรรยายหรือแนะนำกับผู้ให้บริการแต่ละรายผ่านช่องทางของ Sharing Economy Platform ได้แล้ว การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการจึงเป็นส่วนสำคัญในสร้างการความแข็งแรงให้กับ Sharing Economy และสามารถดึงดูดผู้ที่สนใจให้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนี้ได้มากยิ่งขึ้น จากการศึกษาของ Florian Hawlitschek (2018) พบว่าความเชื่อมั่นในการใช้บริการผ่าน Sharing Economy Platform นั้นสามารถทำได้โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ได้แก่

- รูปภาพโปรไฟล์และรูปภาพอื่นๆ ที่สามารถสื่อความเป็นตัวตนออกมาได้
- การให้คะแนนและการรีวิวซึ่งกันและกันทั้งจากผู้ให้และผู้ใช้บริการ
- มีกระบวนการตรวจสอบตัวตนก่อนเริ่มใช้งาน Sharing Economy Platform
- มีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย
- มีการรับประกันเพื่อเป็นแผนสำรอง

นอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวมานี้ ยังคงมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน Sharing Economy Platform ซึ่งในงานวิจัยเดียวกันได้ทำการวิจัยเพิ่มเติมในการใช้สีพื้นหลังที่แตกต่าง เพื่อให้ทราบถึงสีที่สามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ Platform ได้ และผลการวิจัยพบว่าสีโทนแดง สามารถสร้างความอบอุ่นให้แก่ผู้ใช้งานได้มากกว่าสีโทนน้ำเงินอย่างชัดเจน ดังนั้นการออกแบบ Platform ที่ให้ผู้ใช้งานได้ปฏิสัมพันธ์จึงควรคำนึงถึงการมีกระบวนการต่างๆ ความสามารถของระบบ และรูปลักษณ์และความรู้สึกไปพร้อมๆ กันเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งาน

หลังจากมีการขยายการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy มากยิ่งขึ้นโดยผู้ใช้งานเลือกบริการผ่าน Platform ซึ่งหนึ่งในผู้ให้บริการคือ Airbnb และจากการวิจัยของ Thanakorn Ratsamimala (2016) พบว่า Airbnb เป็นทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มองหาที่พักที่มาพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เสมือนโรงแรมทั่วไป และที่มากไปกว่านั้นคือการสร้างช่องทางการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ผ่าน Platform ระหว่างผู้ให้บริการที่พักและผู้ใช้บริการได้สื่อสารกันอย่างสะดวกและรวดเร็ว และสิ่งที่แตกต่างชัดเจนระหว่างการให้บริการแบบ Sharing Economy คือประสบการณ์ที่แปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวกล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะได้อาศัยในสถานที่ของคนในพื้นที่นั้นๆ และได้รับข้อมูลและการบริการในวิถีของคนพื้นที่อีกด้วย สิ่งนี้จะเป็นประสบการณ์ที่ผู้ให้บริการโรงแรมไม่สามารถให้แก่ผู้ใช้บริการได้

ในกรณีที่ผู้ใช้บริการ Sharing Economy เป็นคนละชาติกับผู้ให้บริการ การสื่อสารระหว่างกันด้วยภาษาที่แตกต่างจึงเป็นอุปสรรคหนึ่งที่ทำให้ผู้ให้บริการเลือกที่จะไม่รับบริการได้ และจะส่งผลต่อการเติบโตของการใช้บริการ Sharing Economy ก็เป็นได้ (Anchalee Buathongchan, 2015) การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญของการให้บริการเพราะจุดเริ่มต้นก่อนการเริ่มบริการจะต้องมีการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Platform หรือช่องทางอื่นๆ และระหว่างที่รับบริการก็จะต้องพึ่งพาการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นทางวาจาหรือทางตัวหนังสือ สำหรับผู้ให้บริการบางกลุ่มอาจจะมองเรื่องการสื่อสารด้วยภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาท้องถิ่นเป็นอุปสรรค

จากอุปสรรคที่กล่าวก่อนหน้าเป็นจุดที่บ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบางปัจจัยเป็นพิเศษในการเลือกใช้บริการที่พักค้างแรม โดยหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญในมุมของผู้บริโภคต่อการเลือกรับบริการที่พักคือ การบริการจากพนักงานหรือผู้ให้บริการที่พัก จากการศึกษาวิจัยของ Parikshat Singh Manhas และ Eddy Tukamushaba (2014) พบว่าการให้บริการต่างๆ ในระหว่างการพักแรมของผู้ใช้บริการถือเป็นส่วนสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่ดี พร้อมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้พักอาศัยนอกเหนือจากปัจจัยภายนอกด้านอื่นทางกายภาพ ซึ่งการให้บริการนั้นครอบคลุมถึงการ

ช่วยเหลือต่างๆ ของทีมงานด้านบริการ หรือมีการจัดการคำร้องเรียนต่างๆ ได้ดี ซึ่งจะส่งผลลัพธ์ต่อภาพลักษณ์ของสถานที่พักแรมนั้นๆ

ในขณะเดียวกัน งานวิจัยของ Jay Kandampully, Elina Jaakkola และ Tingting Zhang (2017) กล่าวไปในทิศทางเดียวกันคือการให้บริการของทีมงานในสถานที่พักแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการเล็งเห็นและสามารถสร้างประสบกาณ์ที่ดีในการเข้าพักได้ ซึ่งการปรับรูปแบบการให้บริการและมุ่งเน้นในด้านการส่งเสริมให้พนักงานหรือทีมงานที่ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้มีโอกาสในการนำเสนอบริการแบบใหม่เพื่อเป็นการสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดียิ่งกว่าจนทำให้เกินความคาดหวังของผู้ใช้บริการและสร้างเรื่องราวที่น่าจดจำ พร้อมเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้และผู้ใช้บริการ

จากงานวิจัยของ Christou Loizos และ Hadjiphanis Lycourgos (2005) กล่าวว่าคุณภาพของงานบริการถือเป็นกุญแจสำคัญในการทำให้ผู้ให้บริการที่พักส่งมอบในสิ่งเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งความน่าเชื่อถือในการบริการ การตอบสนองด้านบริการ และการสร้างความมั่นใจในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการที่พักต่างๆ ควรคำนึงถึงในเรื่องเหล่านี้ และพัฒนาการให้บริการของตนจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ดูแลรับผิดชอบในด้านบริการ

ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อที่สามารถจ่ายค่าบริการที่พักได้สูงกว่าระดับราคามาตรฐานทั่วไปและมองหาที่พักในระดับที่ดีนั้น ยังคงให้ความสำคัญกับบริการที่จะได้รับจากการเข้าพักแรม โดยงานวิจัยของ Ganga Bhavani และ I.A. Pawar (2013) กล่าวว่าลูกค้าที่เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาวนั้นมีความคาดหวังในด้านการให้บริการของโรงแรมอย่างมาก และเป็นสิ่งที่จะสามารถทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้พึงพอใจได้ ถึงแม้จะมีปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้พักอาศัยได้แต่ผู้ให้บริการก็ไม่สามารถละเลยด้านบริการได้

จากความสำคัญของการบริการสำหรับอุตสาหกรรมที่พักที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแล้ว งานวิจัยของ Tsietsi Mmutle และ Last Shonhe (2017) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าคุณภาพของการบริการจะส่งผลต่อชื่อเสียงของผู้ให้บริการโดยตรง ซึ่งคุณภาพของการบริการประกอบไปด้วยปัจจัยหลายอย่าง เช่น สุขอนามัยของสถานที่ ความรวดเร็วในการบริการ หรือ ทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการ ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้ตัดสินในความพึงพอใจต่างๆ จากบริการที่ได้รับและถ้าผลลัพธ์ออกมาในเชิงบวกก็จะเกิดการแนะนำสถานที่พักให้แก่ผู้อื่น แต่ถ้าเกิดผลลัพธ์ในทางตรงกันข้าม ผู้ใช้บริการจะเลือกพักอาศัย

กับผู้ให้บริการรายอื่นและแชร์ข้อมูลด้านลบให้แก่คนรู้จักจนส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของผู้ให้บริการรายนั้นได้

2.4 แนวโน้มความต้องการผู้บริโภคสำหรับธุรกิจห้องพัก

นอกจากเรื่องการให้บริการนั้น ผู้พักอาศัยมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและคาดหวังจากการพักแรมในรูปแบบที่แตกต่างออกไป ดังเช่นการศึกษาวิจัยของ Deloitte (2018) ที่ระบุว่าในอุตสาหกรรมโรงแรมนั้นต้องมีการปรับตัว และผู้บริโภคได้สนใจปัจจัยพื้นฐานในการพักแรมแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมได้แก่

- สภาพแวดล้อมที่น่าสนใจดึงดูด
- ร้านค้าและบาร์คุณภาพสูง
- พื้นที่สาธารณะที่น่าดึงดูด
- ฟิตเนสในรูปแบบสมัยใหม่
- แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน

ที่มากไปกว่านั้น กลุ่มผู้ใช้บริการแนวใหม่นี้จะเล็งเห็นถึงความสำคัญไลฟ์สไตล์มากกว่าการได้รับบริการลักษณะเต็มรูปแบบของโรงแรมที่เข้าพัก ซึ่งจากการวิจัยเพิ่มเติมทำให้สามารถแบ่งความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ออกได้เป็น 5 ข้อ ดังนี้

- Know Me หมายถึง ผู้ให้บริการควรทำความรู้จักลูกค้าอย่างละเอียดนอกเหนือจากการระบุตัวตน โดยจะต้องเข้าใจถึงความชอบหรือความต้องการส่วนบุคคลได้ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า
- Engage Me หมายถึง การเข้าหาลูกค้าแบบที่จัดเตรียมมาสำหรับบุคคลด้วยความเอาใจใส่ในรายละเอียดของลูกค้ารายนั้นๆ
- Hear Me หมายถึง การรับฟังความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการเอาใจใส่ในการจัดการกับความต้องการและติดตามผลจนจบ ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้ามากที่สุด
- Empower Me หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการได้จัดการหาประสบการณ์ในแบบที่ตนชอบอย่างอิสระ โดยผู้ให้บริการเพียงแค่จัดเตรียมช่องทางต่างๆ ไว้ให้ซึ่งถือเป็นการเพิ่มความคล่องตัวให้แก่ผู้ใช้บริการ

- Delight Me หมายถึง การสร้างความประทับใจที่เหนือความคาดหมายให้แก่ผู้ใช้บริการซึ่งความประทับใจนี้ไม่จำเป็นที่จะต้องลงทุนด้วยเงินมหาศาล แต่เป็นเพียงการสร้างความประทับใจจากความเอาใจใส่ หรือการจัดเตรียมบางสิ่งบางอย่างที่เฉพาะเจาะจงแก่ตัวลูกค้า

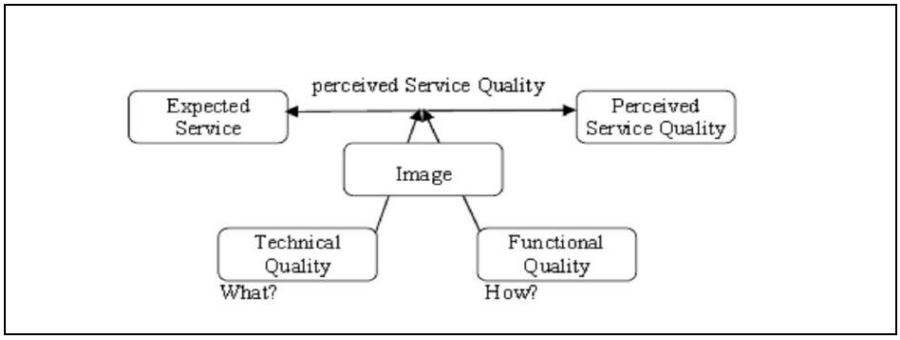
ทั้ง 5 ข้อนี้จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้อย่างมากโดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการสมัยใหม่ที่มีความต้องการแตกต่างออกไปจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน และแนวโน้มการให้บริการจะเปลี่ยนไปเป็นลักษณะนี้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

2.5 Service Quality Model

เนื่องจากงานบริการเป็นส่วนสำคัญของการให้บริการที่พัก ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงคุณภาพงานบริการจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และปัจจุบันมีการศึกษาถึงโมเดลของคุณภาพการบริการ โดยงานวิจัยของ Ali Ramezani Ghotbabadi และ Rohaizat Baharun (2012) ได้แบ่งโมเดลของคุณภาพการบริการออกเป็น 4 แบบ ได้แก่

- Nordic Model

  เป็นโมเดลในช่วงยุคแรกที่จัดทำเพื่อวัดคุณภาพของการบริการ โดยมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ที่ผู้บริโภครับรู้ได้ (Technical Quality) และกระบวนการที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ (Functional Quality) ซึ่ง 2 ปัจจัยนี้จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ไปพร้อมๆ กับปัจจัยอื่นๆ เช่น การสื่อสารทางการตลาด, การสื่อสารแบบปากต่อปาก, หรือ ความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น



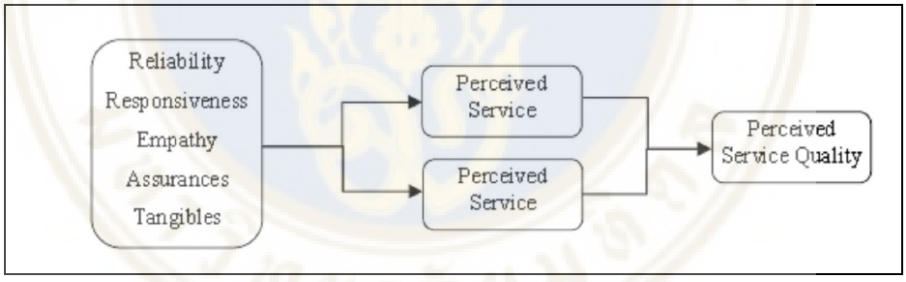
รูปภาพ 2.2 Nordic Model

เมื่อนำผลลัพธ์ทางด้านความคาดหวังจากการบริการมาเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการที่ผู้บริโภครับรู้ได้ พบว่าทั้ง 2 อย่างไม่สดคล้องกัน และถือเป็นโมเดลแรกที่เริ่มมีการวัดคุณภาพของบริการ แต่สิ่งที่ได้รับเป็นการวัดแบบทั่วๆ ไปโดยไม่ได้ใช้เทคนิคพิเศษใดๆ ในการวัด

- SERVQUAL Model

เป็นโมเดลที่ถูกสร้างมาเพื่อปิดจุดอ่อนต่างๆ ของ Nordic Model และสร้างวิธีการวัดคุณภาพของบริการขึ้น โดยใช้ข้อแตกต่างระหว่างระดับของความคาดหวังที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริการและระดับของการส่งมอบของบริการที่มีให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 มุมมองได้แก่

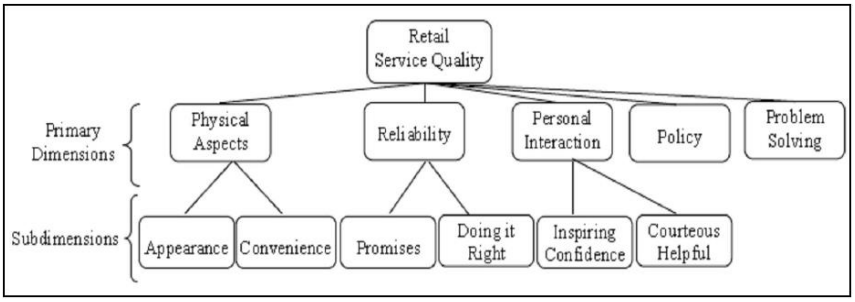
- ความน่าเชื่อถือของบริการ
- การตอบสนองของการบริการ
- ความมั่นใจในการบริการ
- การเอาใจใส่ของการบริการ
- ความเป็นรูปธรรมของบริการ



รูปภาพ 2.3 SERVQUAL Model

- Multilevel Model

เป็นโมเดลที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในการประเมินคุณภาพของการบริการซึ่งจะแบ่งเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ภาพรวมของการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ มิติหลักของการบริการ และมิติย่อยของการบริการ ซึ่งโมเดลนี้ถูกนำไปใช้ในการประเมินบริการของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก



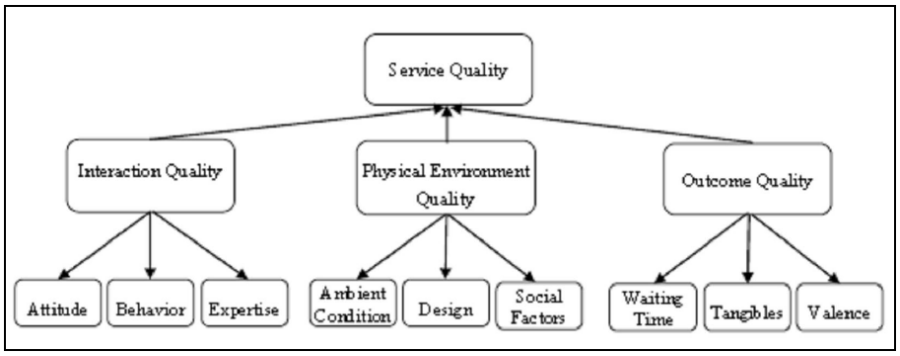
รูปภาพ 2.4 Multilevel Model

- Hierarchical Model

  เป็นโมเดลที่มีการต่อยอดจาก SERVQUAL model โดยระบุทั้ง 5 ปัจจัยอย่างชัดเจนว่าต้องดำเนินการอย่างไร และมีการเพิ่มมุมมองใหม่อีก 3 มิติ และใน 3 มิตินี้จะมีรายละเอียดปลีกย่อยดังนี้

  - คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์
    - ทัศนคติ
    - พฤติกรรม
    - ความชำนาญ
  - คุณภาพของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
    - สภาพแวดล้อม
    - การออกแบบ
    - ปัจจัยด้านสังคม
  - คุณภาพของผลลัพธ์บริการ
    - ระยะเวลาในการรอ
    - ปัจจัยทางกายภาพ
    - ปัจจัยทางด้านปริมาณ

  ทำให้โมเดลนี้มีการจัดลำดับขั้นในการประเมินคุณภาพของการบริการจนทำให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น



รูปภาพ 2.5 Hierarchical Model

จากการศึกษาด้านคุณภาพของการบริการข้างต้นแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ารับการบริการอย่างชัดเจนมากขึ้น และพฤติกรรมพื้นฐานของผู้บริโภคคือการคาดหวังจากบริการก่อนการเข้ารับบริการจริง และการรับรู้ถึงบริการหลังจากใช้บริการจริงจนนำไปสู่ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งในระหว่างการได้รับบริการจะมีปัจจัยมากมายที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงบริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นถือเป็นตัวแปรที่สามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ โดยความพึงพอใจนี้จะนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการครั้งต่อไปหรือการส่งต่อเรื่องราวและประสบการณ์จากการได้รับบริการไปยังผู้ใกล้ชิดของผู้บริโภคได้ เนื่องจากการให้บริการที่พักแบบ Sharing Economy ถือเป็นบริการรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงคุณภาพของการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการเข้ารับบริการที่พักแบบ Sharing Economy มีปัจจัยที่สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจของบริการในภาพรวมได้ และผู้วิจัยได้สรุปปัจจัยเหล่านั้นไว้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ในหัวข้อถัดไป

2.6 สรุปปัจจัยและความหมายที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผลสรุปถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่พักในรูปแบบ Sharing Economy พร้อมความหมายอ้างอิงงานวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 2.1 ตารางสรุปปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ประเภทของปัจจัย	ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการผู้ใช้บริการ	ความหมายของปัจจัย	อ้างอิงงานวิจัย
ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ	ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่สามารถหาได้จากการใช้บริการในรูปแบบเดิม	ผู้ใช้บริการมองหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในการใช้บริการที่พักที่เป็นบ้านส่วนตัวและมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่มากกว่าการพักโรงแรมหรือที่พักแบบปกติทั่วๆ ไป	Juho Hamari, Mimmi Sjöklint และ Antti Ukkonen, 2016 / Thanakorn Ratsamimala, 2016
	การสื่อสารต่างๆ กับผู้ให้บริการ	การสื่อสารด้วยคำพูด ภาษา หรือกิริยาท่าทางต่างๆ กับผู้ให้บริการ รวมไปถึงการตอบสนองจากผู้ให้บริการเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ	Anchalee Buathongchan, 2015
	การบริการจากเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนของผู้ให้บริการ	การให้บริการจากผู้ให้บริการที่พักแบบ Sharing Economy ควรมีการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ	Parikshat Singh Manhas และ Eddy Tukamushaba, 2014
	การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการในขณะเข้าพัก	การสร้างปฏิสัมพันธ์จากผู้ให้บริการที่พักในช่วงที่ผู้ใช้บริการเข้าพัก	Jay Kandampully, Elina Jaakkola และ Tingting Zhang, 2017

	การมีสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะที่น่าดึงดูด	การสร้างสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะในบริเวณที่พักของผู้ให้บริการจะต้องสามารถสร้างความน่าสนใจหรือดึงดูดผู้ใช้บริการ	Deloitte, 2018
ด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Mobile Application/Platform	ตอบสนองด้านข้อมูลได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว	เมื่อผู้ใช้บริการมีความต้องการด้านข้อมูลเกี่ยวกับที่พักหรือรายละเอียดอื่นๆ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน	Sharing or paring?, 2015
	Mobile Application ที่ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก	เนื่องจากการใช้งาน Smart Phone เป็นที่แพร่หลายจึงทำให้ Mobile Application มีบทบาทเป็นอย่างมาก ดังนั้นการออกแบบให้ Mobile Application ดูสะอาดและไม่ซับซ้อนในด้านการใช้งาน จะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริโภค	Ge Zhu, Simon Hudson และ Kevin Kam Fung So, 2017
	ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการท่านอื่นที่แสดงความคิดเห็น	ข้อมูลต่างๆ ที่แสดงให้แก่ผู้ใช้บริการได้เห็นเพื่อให้ทราบรายละเอียดของผู้ให้บริการอย่างชัดเจน รวมไปถึงข้อมูลในเชิงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่าน	Xun Xu, 2019

		อื่นๆ ที่มีประสบการณ์ตรงกับผู้ให้บริการรายนี้	
	มีกระบวนการตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการอย่างชัดเจน	ผู้ให้บริการ Sharing Economy Platform มีกระบวนการในการตรวจสอบตัวตนอย่างชัดเจนสำหรับผู้ที่ใช้บริการ Platform ไม่ว่าจะเป็นบทบาทของผู้ใช้บริการที่พักหรือผู้ให้บริการที่พัก	Florian Hawlitschek, 2018
	ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย	การชำระเงินผ่านของผู้ใช้บริการผ่านช่องทางต่างๆ ที่ Sharing Economy Platform มีให้ต้องเป็นไปอย่างปลอดภัยจากผู้ไม่หวังดี	Florian Hawlitschek, 2018
	มีแผนสำรองในการรับประกัน	เมื่อมีเหตุขัดข้องหรือเหตุฉุกเฉินต่างๆ ผู้ให้บริการ Sharing Economy Platform หรือผู้ให้บริการที่พัก ควรจะมีแผนสำรองในการรับประกันแก่ผู้ใช้บริการ	Florian Hawlitschek, 2018

จากการสรุปปัจจัยข้างต้นโดยอ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมทำให้เกิดเป็นปัจจัยที่สามารถนำไปเป็นค้นคว้าวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่งานวิจัยชิ้นนี้ได้ ซึ่งแต่ละปัจจัยเกิดจากการทดสอบมากับกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างออกไป และการนำปัจจัยเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจะทำให้งานวิจัยชิ้นนี้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

บทที่ 3
ระเบียบและวิธีวิจัย

ในงานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการที่เป็นชาวไทย รวมถึงศึกษาแนวโน้มความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำไปสู่การพัฒนาบริการและวางแผนธุรกิจที่พักให้ตอบโจทย์กับผู้ใช้ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 การกำหนดกลุ่มประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้โดยแบ่งจากผู้ที่มีบทบาทตรงกับบริการห้องพักแบบ Sharing Economy คือ ผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ที่เป็นประชากรชาวไทยรวมจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย และการเก็บข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยทำการออกแบบฟอร์มในการสัมภาษณ์ในลักษณะคำถามปลายเปิดและมีคำถามตามเพื่อขยายผลของคำตอบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหาข้อมูลโดยละเอียดของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ได้

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามในการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำใช้ในการกำหนดคำถามต่างๆ

ให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ คำถามสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 : คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy
- ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy

3.3 คำถามสำหรับสัมภาษณ์

คำถามสำหรับงานวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักซึ่งแต่ละส่วนจะมีแนวคำถามดังต่อไปนี้

3.3.1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

เป็นคำถามทั่วไปเพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะเป็น เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และคำถามเพิ่มเติมสำหรับผู้ใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ซึ่งประกอบด้วยคำถามดังนี้

- ช่วงเวลาในการใช้บริการครั้งสุดท้ายเมื่อใด
- ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนหรือต่อปี
- สถานที่ที่ใช้บริการล่าสุดคือที่ใด
- ระยะเวลาในการใช้บริการประมาณกี่วันต่อครั้ง
- ท่านใช้วิธีการจองที่พักผ่านช่องทางใดของ Sharing Economy Platform

3.3.2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy เพื่อเก็บข้อมูลในมุมมองที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการโดยมีคำถามที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

<u>คำถามด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ</u>

- แรงบรรดาลใจที่ท่านเลือกใช้บริการลักษณะนี้คืออะไร และด้วยสาเหตุใด
- สิ่งที่ท่านคาดหวังที่จะได้รับก่อนการใช้บริการมีอะไรบ้าง
- ความรู้สึกที่ท่านคาดหวังก่อนการใช้บริการเป็นอย่างไร
- หลังจากท่านใช้บริการแล้ว สิ่งที่ได้รับแตกต่างจากสิ่งที่คาดหวังอย่างไร
- ความรู้สึกของท่านขณะที่พักในพื้นที่ที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมให้เป็นอย่างไร
- ประสบการณ์ที่ท่านได้รับจากการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy แตกต่างจากการใช้บริการห้องพักแบบปกติอย่างไร
- จากประสบการณ์ของท่าน นอกเหนือจากบริการที่ท่านได้รับจากผู้ให้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ท่านมีความต้องการในส่วนใดเพิ่มเติม
- การให้บริการต่างๆ ของผู้ให้บริการที่พักควรเป็นอย่างไร
- ปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการที่ท่านมองหาเป็นอย่างไร
- สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะในบริเวณที่พักในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร
- อุปกรณ์ต่างๆ ที่ท่านคาดหวังจากการใช้บริการที่พักลักษณะนี้คืออะไร
- ลักษณะเด่นที่สุดที่ท่านพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy คืออะไร
- อุปสรรคของการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของท่านคืออะไร

<u>คำถามด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Mobile Application/Platform</u>

- ท่านใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา Platform และห้องพักที่ให้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy
- ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านเชื่อมั่นในการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy
- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการตอบสนองทางด้านข้อมูลของผู้ให้บริการ

- ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการก่อนการเข้าพัก หรือข้อมูลจากผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ ก่อนการเข้าพัก มีผลต่อท่านอย่างไร
- การออกแบบ Mobile Application/Web Site ควรเป็นอย่างไรในมุมมองของท่านเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการใช้งาน
- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อกระบวนการตรวจสอบตัวตนทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการของ Sharing Economy Platform
- วิธีการชำระเงินที่ดีสำหรับบริการลักษณะนี้ในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร
- แผนสำรองการรับประกันในการใช้บริการที่พักแบบ Sharing Economy ในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร
- วิธีการหรือช่องทางในการสื่อสารต่างๆ กับผู้ให้บริการควรเป็นอย่างไร

3.3.3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ซึ่งจะมีคำถามดังนี้

- ในภาพรวมของการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร
- สิ่งที่ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ในอุดมคติของท่านควรเป็นอย่างไร
- สิ่งที่ท่านต้องการให้มีการปรับปรุงบริการหรือพัฒนาเพิ่มเติมในการให้บริการห้องพักของ Sharing Economy มีอะไรบ้าง
- สิ่งที่ท่านต้องการให้มีการปรับปรุงบริการหรือพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของ Platform การให้บริการห้องพักของ Sharing Economy มีอะไรบ้าง
- ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการให้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy

3.4 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพจากการเก็บข้อมูลเนื้อหาของคำตอบที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งข้อมูลที่เป็นวาจา ข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษรและข้อมูลที่เป็นภาพ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้น (Content Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์และรูปแบบของข้อมูลสำหรับการนำไปสรุปตามจุดประสงค์ของการวิจัย

3.5 การทดสอบคุณภาพของการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยศึกษาวิธีการสร้างชุดคำถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับงานวิจัยชิ้นนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น (Reliability) ดังต่อไปนี้

3.6 ความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำชุดคำถามในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงเพื่อความเหมาะสมของเนื้อหา รวมถึงการแก้ไขในด้านภาษาที่ใช้ ความกระชับของคำถาม ความชัดเจนและความเข้าใจง่ายสำหรับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ชุดคำถามนี้มีประสิทธิภาพในการเป็นเครื่องมือของงานวิจัยชิ้นนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้

3.7 ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำชุดคำถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบก่อน (Pre-Test) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงแต่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ราย ซึ่งการทดสอบก่อนการวิจัยนี้เพื่อหาความน่าเชื่อถือของชุดคำถามว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในชุดคำถามหรือไม่ และผู้วิจัยได้คำตอบตามที่คาดหวังหรือไม่

หากทดสอบแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจในคำถามและผู้วิจัยได้คำตอบตามที่คาดหวัง จากนั้นจึงนำชุดคำถามนี้ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบตัวต่อตัวที่มีทั้งการสัมภาษณ์ต่อหน้าและการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ โดยผู้วิจัยทำการจดบันทึกขณะดำเนินการสัมภาษณ์ หรือในบางกรณีผู้วิจัยใช้การบันทึกเสียงของการสัมภาษณ์โดยต้องได้รับความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างก่อนการดำเนินการเท่านั้น

3.9 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์

เมื่อผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และแยกแยะข้อมูลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจำแนกประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์และสรุปความคิดเห็นเพื่อนำเสนอพร้อมกับการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือทฤษฎีอื่นๆ ประกอบ

บทที่ 4
ผลการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ของผู้ใช้บริการชาวไทย และเพื่อศึกษาแนวโน้มความต้องการและความคาดหวังต่างๆ ของผู้ใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ชาวไทย จากผู้ให้บริการที่สามารถนำไปสู่ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบริการห้องพักแบบ Sharing Economy ในภาพรวมได้ โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน และผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสรุปผลและวิเคราะห์ตามหัวข้อของการสัมภาษณ์ทั้งหมด 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy
ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy

ส่วนที่ 1 : คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

การสรุปและวิเคราะห์ผลในส่วนที่ 1 เป็นการนำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์โดยใช้ข้อมูลลักษณะทั่วไปและประสบการณ์การใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
เพศ		
ชาย	12	40

หญิง	18	60
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.2 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
อายุ		
22 – 28 ปี	4	13.3
29 – 35 ปี	17	56.7
35 ปีขึ้นไป	9	30
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.3 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
การศึกษา		
ปริญญาตรี	16	53.3
ปริญญาโท	14	46.7
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.4 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	19	63.3
สมรส	11	36.7
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.5 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
อาชีพ		
พนักงานบริษัท / ธุรกิจการเงิน	15	50
พนักงานบริษัท / ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ	10	33.4
พนักงานบริษัท / ธุรกิจพลังงาน	1	3.3
พนักงานบริษัท / ธุรกิจค้าปลีก	1	3.3
พนักงานบริษัท / ธุรกิจเครื่องจักรทางการเกษตรฯ	1	3.3
ฟรีแลนซ์	2	6.7
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.6 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามช่วงเวลาการใช้บริการครั้งสุดท้ายของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประสบการณ์ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
ช่วงเวลาในการใช้บริการครั้งสุดท้าย		
ระหว่างช่วงเวลาภายในปี 2563	4	13.3
ระหว่างช่วงเวลาภายในปี 2562	9	30
ระหว่างช่วงเวลาภายในปี 2561	7	23.3
ระหว่างช่วงเวลาภายในปี 2560	6	20
ระหว่างช่วงเวลาภายในปี 2559	2	6.7
ระหว่างช่วงเวลาภายในปี 2558	2	6.7
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.7 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามความถี่ของการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประสบการณ์ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ		
เคยใช้บริการ 1 ครั้งเท่านั้น	8	26.7
เคยใช้บริการปีละ 1 ครั้ง	15	50

เคยใช้บริการปีละ 2-3 ครั้ง	6	20
เคยใช้บริการปีละมากกว่า 3 ครั้ง	1	3.3
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.8 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามสถานที่ที่ใช้บริการล่าสุดของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประสบการณ์ในการใช้บริการ	**จำนวน (คน)**	**คิดเป็นร้อยละ**
สถานที่ที่ใช้บริการล่าสุด		
เอเชีย (ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, จีน, ไต้หวัน)	14	46.7
ประเทศไทย (กรุงเทพฯ, พัทยา, ภูเก็ต, เชียงใหม่, หัวหิน, บางแสน)	8	26.7
ยุโรป (สก็อตแลนด์, เยอรมัน, สวิสเซอร์แลนด์, อังกฤษ, ออสเตรีย, ไอซ์แลนด์)	6	20
สหรัฐอเมริกา	2	6.6
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.9 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามระยะเวลาในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประสบการณ์ในการใช้บริการ	**จำนวน (คน)**	**คิดเป็นร้อยละ**
ระยะเวลาในการใช้บริการ		
1 – 4 วัน	10	33.3
5 – 7 วัน	14	46.7
8 – 12 วัน	3	10
มากกว่า 12 วัน	3	10
รวม	**30**	**100**

ตาราง 4.10 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปตามการใช้บริการผ่าน Platform ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประสบการณ์ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
การใช้บริการผ่าน Sharing Economy Platform		
Airbnb	28	93.3
Booking.com	2	6.7
รวม	**30**	**100**

ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวนร้อยละ 60 เป็นเพศหญิง ในขณะที่จำนวนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 เป็นเพศชาย ทางด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 29 ปี ถึง 35 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 56.7 ในด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.3 และส่วนที่เหลือจะอยู่ในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 46.7 ส่วนสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะเป็นโสดคิดเป็นร้อยละ 63.3 และส่วนที่เหลือมีสถานะสมรสคิดเป็นร้อยละ 36.7 สุดท้ายคืออาชีพการงานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนในธุรกิจการเงินคิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชนในธุรกิจสารสนเทศที่ร้อยละ 33.4

ในด้านข้อมูลประสบการณ์การใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ในช่วงเวลาครั้งสุดท้ายที่ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่างปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาคือใช้บริการระหว่างปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 20 ในด้านความถี่ในการใช้บริการปรากฏว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างใช้บริการปีละ 1 ครั้ง และรองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแค่ 1 ครั้งเท่านั้นอยู่ที่ร้อยละ 26.7 ส่วนสถานที่ที่ใช้บริการล่าสุดจะอยู่ในพื้นที่ประเทศเอเชียโดยคิดเป็นร้อยละ 46.7 ซึ่งประเทศที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการได้แก่ ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, จีน และไต้หวัน ส่วนสถานที่ที่ใช้บริการล่าสุดอันดับที่ 2 ของกลุ่มตัวอย่างที่คิดเป็นร้อยละ 26.7 คือประเทศไทยในพื้นที่กรุงเทพฯ, พัทยา, ภูเก็ต, เชียงใหม่, หัวหิน และบางแสน ในขณะที่ระยะเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ที่ 5 วันถึง 7 วัน โดยคิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือระยะเวลาในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 วันถึง 4 วัน โดยคิดเป็นร้อยละ 33.3 สุดท้ายคือ Sharing Economy Platform ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดคือ Airbnb ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 93.3 และอันดับที่ 2 ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้คือ Booking.com ที่คิดเป็นร้อยละ 6.7

ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy

การสรุปและวิเคราะห์ผลในส่วนที่ 2 เป็นการนำข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์มาสรุปผลและวิเคราะห์ถึงความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้านได้แก่ ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ และด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยในการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy นั้นประกอบด้วย ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่สามารถหาได้จากการใช้บริการในรูปแบบเดิม, การสื่อสารต่างๆ กับผู้ให้บริการ, การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการในขณะเข้าพัก และการมีสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะที่น่าดึงดูด โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

<u>ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่สามารถหาได้จากการใช้บริการในรูปแบบเดิม</u>

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการเข้าพักเรื่องของขนาดห้องพักและกิจกรรมที่สามารถทำได้ระหว่างการเข้าพัก โดยความต้องการหลักของผู้ที่เลือกการเข้าพักห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy นั้นจะเน้นไปที่การพักด้วยจำนวนคนที่มากและสามารถอยู่ด้วยกันและสามารถทำกิจกรรมในการใช้ชีวิตต่างๆ ร่วมกันได้ในราคาที่เหมาะสม นอกเหนือจากนี้ยังมีความคาดหวังด้านความสะอาดของที่พัก สถานที่ตั้งที่ใกล้แหล่งชุมชนหรือระบบขนส่งสาธารณะ และสภาพของห้องพักจริงที่ควรจะตรงกับข้อมูลที่ได้รับจาก Platform ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยได้มีความคาดหวังที่แตกต่าง ได้แก่ ความต้องการสัมผัสธรรมชาติที่แท้จริงในการใช้ชีวิตเสมือนคนในพื้นที่ในช่วงที่พักอาศัย รวมถึงความต้องการความเป็นส่วนตัวโดยไม่จำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์ใดๆ กับผู้ให้บริการ แต่จุดที่สำคัญคือความรู้สึกที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีต่อบริการลักษณะนี้คือความกังวลต่างๆ ต่อบริการไม่ว่าจะเป็นสภาพห้องที่อาจจะไม่ตรงกับข้อมูลที่ได้รับ บริการของเจ้าของห้องที่อาจจะไม่ประทับใจ หรือความปลอดภัยของที่พักซึ่งจะแตกต่างจากมาตรฐานผู้ให้บริการที่พักมืออาชีพอย่างธุรกิจโรงแรม

หลังจากกลุ่มตัวอย่างได้ใช้บริการแล้วได้ให้ความคิดเห็นถึงสิ่งที่ต้องการว่า การได้พักห้องพักจากผู้ให้บริการผ่าน Platform ได้ให้ความรู้สึกเหมือนได้อยู่บ้านตนเองหรืออยู่บ้านเพื่อน ซึ่งเป็น

สิ่งที่ทำให้พึงพอใจกับบริการลักษณะนี้ และการที่ได้พักรวมกันเป็นหมู่คณะที่สามารถทำกิจกรรมเสมือนอยู่บ้านได้นั้นถือเป็นการให้บริการที่ตอบโจทย์กับความต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งโรงแรมทั่วๆ ไปไม่สามารถให้บริการลักษณะนี้ได้ ถึงแม้จะมีความคิดเห็นเรื่องความสะอาดและความสบายในการพักอาศัยที่น้อยกว่าโรงแรมเนื่องจากผู้พักอาหาศัยบางท่านอาจจะต้องทำความสะอาดห้องพักเอง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความคิดเห็นถึงบริการเสริมอื่นๆ ที่สามารถช่วยเติมเต็มความพึงพอใจในการพักอาศัยได้ โดยบริการเสริมเหล่านั้นได้แก่ บริการทำความสะอาดห้อง บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการข้อมูลการท่องเที่ยว บริการรับแจ้งปัญหาในช่วงที่พักอาศัย บริการรับฝากกระเป๋า และบริการอาหารเช้า สำหรับกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยได้มีความต้องการที่แตกต่างออกไปซึ่งเน้นความเป็นส่วนตัวและประสบการณ์ในการพักอาศัย ซึ่งสิ่งที่จะช่วยเติมเต็มความพึงพอใจได้แก่ การได้สัมผัสประสบการณ์การตกแต่งห้องพักแบบใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนโรงแรม การได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง และความเป็นส่วนตัวในการพักอาศัยที่สามารถจัดการด้วยตนเองได้

<u>การสื่อสารต่างๆ กับผู้ให้บริการ</u>

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์พบว่า การสื่อสารที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการคือการใช้ภาษาสากลได้แก่ภาษาอังกฤษในการสื่อสารและสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้เหตุผลว่าการเข้าถึงความช่วยเหลือต่างๆ หรือการสอบถามข้อมูลตั้งแต่ก่อนเข้าที่พักไปจนถึงออกจากที่พักเป็นเรื่องสำคัญและช่วยสร้างความมั่นใจและสบายใจในการใช้บริการได้ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีปัญหาหรือสิ่งที่จะร้องขอตลอดเวลาก็ตาม อีกความต้องการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือช่องทางในการติดต่อสื่อสารควรจะมีมากกว่า 1 ช่องทางที่ Platform มีให้เพื่อเพิ่มความสบายใจในระหว่างที่ใช้บริการ โดยเฉพาะช่องทางโทรศัพท์ถือเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล็งเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากเมื่อมีเหตุเหตุฉุกเฉินใดๆ เกิดขึ้น ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยมีความต้องการด้านการใช้ภาษาสากลกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของอุปกรณ์หรือเครื่องใช้ภายในที่พักเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจได้และปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง

<u>การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการในขณะเข้าพัก</u>

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่ต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการห้องพักนั้นมีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยความคิดเห็นส่วนใหญ่ระบุว่าการได้พบปะพูดคุยกับผู้ให้บริการตั้งแต่วันแรกที่เข้าพักจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการได้เป็นอย่างดี รวมถึงการเข้าเยี่ยมเยือนและสอบถามถึงความพึงพอใจในช่วงที่ใช้บริการอยู่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้มีมากยิ่งขึ้นเพราะผู้ใช้บริการสามารถขอความช่วยเหลือหรือให้

ความคิดเห็นต่อการบริการได้ทันที ในด้านลักษณะผู้ให้บริการที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มองหาคือผู้ให้บริการที่มีอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง เป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ ในขณะที่มีผู้ใช้บริการส่วนน้อยที่มีความต้องการที่แตกต่างกล่าวคือไม่มีความต้องการการปฏิสัมพันธ์ใดๆ กับผู้ให้บริการ และมีความต้องการด้านความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการเท่านั้น

การมีสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะที่น่าดึงดูด

ความต้องการทางด้านสภาพแวดล้อมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคือความปลอดภัยในพื้นที่ใกล้เคียงไม่ว่าจะเป็นทางด้านแสงสว่างหรือบรรยากาศก่อนการเข้าถึงที่พัก ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ในส่วนสภาพแวดล้อมภายในบริเวณที่พักที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการคือความสะอาดในภาพรวมของสถานที่ ความปลอดภัยของสถานที่ โดยจะต้องมีแสงสว่างที่เพียงพอหรือมีกล้องวงจรปิดภายในบริการพื้นที่สาธารณะของที่พัก ไปจนถึงมีการจำกัดการเข้าถึงในพื้นที่บางส่วนและมีการล็อคห้องพักที่แน่นหนา ในด้านความต้องการของกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยนั้นมีสิ่งที่ต้องการให้ที่พักมีได้แก่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ลิฟท์สำหรับที่พักที่เป็นอาคาร หรือรถเข็นในการขนย้ายสัมภาระขนาดใหญ่ได้ เป็นต้น มีห้องนั่งเล่นส่วนกลางที่แขกทั่วไปสามารถใช้เวลาร่วมกันได้พร้อมทั้งมีขนมและเครื่องดื่มทานเล่นเพื่อสร้างบรรยากาศการเข้าสังคมที่ดีได้ และควรมีเครื่องหยอดเหรียญอัตโนมัติที่มีอาหาร ขนม และเครื่องดื่มเพื่ออำนวยความสะดวกในช่วงที่ใช้บริการห้องพักได้

ด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยในการใช้บริการของผู้ให้บริการ Platform ของบริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy นั้นประกอบด้วย การตอบสนองด้านข้อมูลได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว, ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการท่านอื่นที่แสดงความคิดเห็น, มีกระบวนการตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการอย่างชัดเจน, ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย, มีแผนสำรองในการรับประกันบริการ และ Mobile Application / Website ที่ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

การตอบสนองด้านข้อมูลได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความต้องการความรวดเร็วในการตอบสนองทางด้านข้อมูลผ่าน Platform ที่ตนเลือกใช้บริการแต่ความรวดเร็วในที่นี้อยู่ในดุลยพินิจของแต่ละบุคคล เพราะกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเป็นอย่างดีว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลาที่แตกต่าง

กัน ดังนั้นการตอบสนองอาจจะไม่ใช่ลักษณะทันท่วงที แต่ก็ยังคงมีเกณฑ์ในการรอรับข้อมูลที่ถือว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ยังคงตอบสนองได้ตามกำหนดระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจ และที่สำคัญไปกว่าความรวดเร็วในการตอบสนองของข้อมูลคือเนื้อหาข้อมูลที่ได้รับกลับจากผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการมีความต้องการที่จะได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนตามที่ได้แจ้งไป

ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการท่านอื่นที่แสดงความคิดเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นที่ตรงกันว่ามีความต้องการข้อมูลจากผู้ให้บริการรวมไปจนถึงข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบการตัดสินใจใช้บริการกับผู้ให้บริการแต่ละราย ทั้งนี้ ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่านอื่นควรจะมีการแสดงรายละเอียดอย่างชัดเจนเป็นสัดเป็นส่วนที่เข้าใจง่าย เพื่อให้เห็นความคิดเห็นของผู้มีประสบการณ์การใช้บริการมาก่อนในหลากหลายมิติ เช่น ความสะอาด การบริการ หรือสภาพแวดล้อมภายในห้องพัก เป็นต้น

มีกระบวนการตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการอย่างชัดเจน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ตรงกันคือการตรวจสอบตัวตนควรมีการดำเนินการทั้ง 2 ฝ่าย ได้แก่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เพื่อลดความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้ารับบริการ และความต้องการที่ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือความชัดเจนของการตรวจสอบตัวตนของ Platform โดยการแสดงวิธีการตรวจสอบตัวตนต่างๆ ของผู้ให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ และควรมีมาตรการในการหมั่นตรวจสอบผู้ให้บริการอยู่เป็นประจำ โดยหลังจากมีการตรวจสอบแล้วควรมีสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้ให้บริการรายใดได้รับการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอบ้าง

ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเพื่อลดความเสี่ยงต่างๆ แต่ควรมีการคืนเงินในกรณีที่จำเป็นให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และที่มากไปกว่านั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความต้องการที่จะทำการแบ่งชำระค่าที่พักออกเป็น 2 งวด โดยการชำระงวดแรกตั้งแต่ช่วงจองที่พัก และชำระงวดที่ 2 เมื่อเข้ารับบริการหรือหลังจากใช้บริการแล้วเสร็จ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการใช้บริการด้านที่อาจจะมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นระหว่างการเข้ารับบริการได้ ในขณะเดียวกันก็มีกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยที่มีความต้องการด้านการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเมื่อใช้บริการแล้วเสร็จเป็นยอดเดียว และยินดีให้ทำการกันวงเงินในบัตรเครดิตไว้ก่อนได้ ที่มากกว่านั้นคือการเพิ่มช่องทางในการชำระเงินไม่ว่าจะเป็นการชำระด้วยเงินสดผ่านช่องทางการโอนเข้าบัญชีธนาคารหรือการใช้ชำระด้วยช่องทางกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ได้

มีแผนสำรองในการรับประกันบริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีแผนสำรองเพื่อรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้นจนผู้ใช้บริการไม่สามารถเข้ารับบริการได้ โดยแผนสำรองควรจะครอบคลุมถึงการหาที่พักสำรองให้แก่ผู้ใช้บริการซึ่ง Platform ควรเป็นผู้ประสานงานและดูแลรับผิดชอบทั้งหมด และในกรณีที่เกิดเหตุจนทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถเข้าที่พักได้ Platform ควรทำการคืนเงินทันที รวมถึงการแจ้งบทปรับแก่ผู้ให้บริการที่ไม่พร้อม พร้อมทั้งชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้ใช้บริการในรูปต่างๆ ที่สามารถดำเนินการได้ เช่น การให้เครดิตพิเศษในกรณีที่ใช้บริการห้องพักในครั้งต่อไปจาก Platform เป็นต้น ในขณะที่เสียงส่วนน้อยของกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ Platform เสนอส่วนลดการพักครั้งนี้ทันทีเพื่อเป็นการเยียวยาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินขึ้น

Mobile Application/Website ที่ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการค้นหาที่พักผ่าน Mobile Application หรือ Website ของ Platform ซึ่งความต้องการนั้นจะเน้นไปที่ความสะดวกในการค้นหาที่พักที่ตนต้องการ โดยการค้นหาควรจะทำได้อย่างสะดวกและละเอียดเพื่อให้ได้ลักษณะที่พักในพื้นที่ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด และควรมีการระบุข้อมูลของที่พักที่ชัดเจนโดยเฉพาะราคาของห้องพักที่ควรจะแสดงให้เห็นตั้งแต่ต้น ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยที่มีความต้องการที่แตกต่าง ได้แก่ Application และ Website ภายใต้ Platform เดียวกัน ควรมีการทำงานและรูปลักษณ์ที่เหมือนกันเพื่อลดความสับสนและการเรียนรู้วิธีการใช้งานของผู้ใช้บริการ และอีกความต้องการคือการแนะนำที่พักที่เหมาะสมโดยอาศัยข้อมูลจากการค้นหาหรือการเข้าพักในครั้งก่อนๆ เพื่อมานำเสนอให้แก่ผู้ใช้บริการรายเดิมได้ ควรมีการแยกประเภทของห้องพักออกจากกันอย่างชัดเจน เช่น บ้านพัก คอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเม้นท์ เพื่อลดความผิดพลาดในการจองหรือลดระยะเวลาในการค้นหาลง

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy

การสรุปและวิเคราะห์ผลในส่วนที่ 3 เป็นการนำข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์มาสรุปผลและวิเคราะห์ถึงข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้านได้แก่ ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ และด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการการต้อนรับที่ดีจากผู้ให้บริการที่รวมไปจนถึงการแนะนำห้องพักต่างๆ และวิธีการใช้งานของแต่ละอุปกรณ์อย่างชัดเจน รวมถึงการสร้างมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของห้องพักที่ใกล้เคียงกันในแต่ละที่ที่ให้บริการ อีกจุดที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการคือการระบุตำแหน่งที่พักที่ควรจะมีมาตรฐานที่ชัดเจนและหาสถานที่ง่ายกว่าที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ที่มากไปกว่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการคือการจัดเตรียมวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ ทั้งในห้องน้ำและห้องครัวที่ควรมีการจัดเตรียมให้เรียบร้อยและมีการเติมให้พร้อมใช้บริการตลอดการเข้าพัก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยมีความต้องเพิ่มเติมได้แก่ การรถรับส่งจากสนามบินหรือสถานีรถไฟ บริการทำความสะอาดในขณะเข้าพัก บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการอาหารเช้า มีพื้นที่ส่วนกลางในการทำกิจกรรมร่วมกัน และควรมีการอบรมด้านการให้บริการแก่ผู้ให้บริการเป็นประจำ ซึ่งบริการเสริมบางอย่างสามารถเสนอเป็นค่าใช้จ่ายส่วนเสริมได้ที่อาจจะเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการ

ด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้ Platform รองรับบริการ Call Center ตลอด 24 ชั่วโมงที่พร้อมจะช่วยเหลือประสานงานในเรื่องต่างๆ สำหรับเหตุฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้นและผู้ใช้บริการไม่สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการโดยตรงได้ ถือเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในบริการลักษณะนี้ให้มีมากยิ่งขึ้น ที่มากไปกว่านั้นกลุ่มตัวอย่างยังมีความต้องการให้ Platform ทำการตรวจสอบสภาพห้องพักและยืนยันข้อมูลของผู้ให้บริการให้ถูกต้องครบถ้วนตามที่แจ้งผ่าน Platform ไว้ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่นอกเหนือจากการตรวจสอบตัวต้นของผู้ให้บริการ และ Platform ควรมีการระบุตำแหน่งของที่พักอย่างชัดเจนเพื่อผู้ใช้บริการสามารถประเมินแผนการเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างสะดวก ในขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยได้มีความต้องการเพิ่มเติมได้แก่ Platform ควรมีมาตรฐานกลางในการเช็คอินเข้าที่พักและเช็คเอ้าท์ออกจากที่พักให้เหมือนกันทุกที่เพื่อลดความสับสนแก่ผู้ใช้บริการ ควรมีการระบุข้อมูลสถาณที่ใกล้เคียงที่พักแบบเชิงลึกในการค้นหาไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารหรือร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น ควรมีการเชื่อมต่อระบบการสนทนาไปยังระบบแชทอื่นๆ ได้เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ และควรมีโฆษณาบน Platform ให้น้อยลงเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกอึดอัดแก่ผู้ใช้งาน

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy รวมถึงแนวโน้มความต้องการและความคาดหวังต่างๆ ของผู้ใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ที่เป็นชาวไทย จนนำไปสู่การเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบริการห้องพักแบบ Sharing Economy ในภาพรวมได้ โดยการดำเนินการวิจัยในเชิงคุณภาพนำมาซึ่งข้อมูลต่างๆ ที่สะท้อนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชาวไทยจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการทั้งหมด 30 ท่าน

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย สามารถแบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 หัวข้อหลักได้แก่

- ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ
- ด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform

5.1.1 ด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ

จากการศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy พบว่ามีทั้งหมด 4 ปัจจัยด้วยกันที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 คือ ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่สามารถหาได้จากการใช้บริการในรูปแบบเดิม ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดึงดูดให้ผู้ใช้บริการหันมาใช้ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แทนการพักในรูปแบบเดิม ในการใช้บริการในรูปแบบ Sharing Economy จะเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ที่สามารถสร้างความตื่นเต้นให้แก่ผู้ใช้บริการได้โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ Juho Hamari,

Mimmi Sjöklint และ Antti Ukkonen (2016) และ Thanakorn Ratsamimala (2016) ซึ่งห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy จะมีความน่าค้นหาไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของห้องพักที่จะมีเอกลักษณ์ตามแต่ละสถานที่และไม่มีการยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ การเข้ารับบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อตรงกับเจ้าของห้องพักได้ด้วยตนเอง รวมไปถึงการเข้าที่พักที่มีรูปแบบที่แตกต่างจากห้องพักแบบทั่วๆ ไปที่สามารถเข้ารับกุญแจได้จากประชาสัมพันธ์ แต่การพักในรูปแบบ Sharing Economy นั้น การได้รับกุญแจอาจจะเป็นการดำเนินการด้วยตนเองตามรายละเอียดของผู้ให้บริการ ที่มากไปกว่านั้นประสบการณ์ในการเดินทางไปยังสถานที่พักจะมีความส่วนตัวเนื่องจากห้องพักอาจจะอยู่ในแหล่งชุมชนเสมือนการเข้าพักในบ้านคนรู้จักได้ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นการสร้างประสบการณ์ในด้านความสนุกสนานให้แก่ผู้ใช้บริการได้

ประสบการณ์ที่ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy สามารถช่วยเติมเต็มได้คือการเข้าพักในแบบกลุ่มที่มีผู้เข้าพักจำนวนมาก และสามารถอาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกันได้อย่างสะดวกสบายและมีความเป็นส่วนตัว เนื่องด้วยขนาดของห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy สามารถรองรับผู้เข้าพักจำนวนมากได้ พร้อมทั้งยังมีอุปกรณ์ต่างๆ เสมือนบ้านส่วนตัวไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ส่วนกลางที่ผู้เข้าพักสามารถใช้เวลาร่วมกันในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ รวมไปจนถึงห้องครัวที่มีอุปกรณ์ทำอาหารครบครันในขณะเดียวกันราคาต่อผู้เข้าพัก 1 ท่านยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมและคุ้มค่าต่อการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy สำหรับการเข้าพักแบบหมู่คณะได้

ปัจจัยที่ 2 คือ การสื่อสารต่างๆ กับผู้ให้บริการซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการเข้ารับบริการ โดยการสื่อสารควรเป็นภาษากลางที่สามารถใช้สื่อสารได้ทุกฝ่ายอ้างอิงจากงานวิจัยของ Anchalee Buathongchan (2015) ซึ่งการสื่อสารที่ผู้ใช้บริการมองหาคือการสื่อสารที่เข้าใจได้ทั้ง 2 ฝ่ายโดยมีความสะดวกและรวดเร็วเมื่อมีปัญหาหรือมีข้อสงสัยใดๆ เกี่ยวกับการใช้บริการห้องพัก ก็ควรที่จะสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมไปจนถึงมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารได้มากกว่า 1 ช่องทางและมีช่องทางที่รองรับการติดต่อแบบทันด่วนได้ เนื่องจากการใช้บริการที่พักอาจจะมีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้นในยามวิกาล การมีช่องทางการติดต่อสื่อสารเป็นการสร้างความสบายใจและมั่นใจต่อผู้ใช้บริการได้อย่างมาก

ปัจจัยที่ 3 คือ การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการในขณะเข้าพัก ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ในการใช้บริการที่พักได้เป็นอย่างดีโดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ Jay Kandampully, Elina Jaakkola และ Tingting Zhang (2017) โดยผู้ใช้บริการมีความต้องการบริการที่ดีจากผู้ให้บริการซึ่งเริ่มจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ตั้งแต่เข้ารับบริการ และสิ่งที่สามารถสร้างความประทับใจได้

เป็นอย่างดีคือการต้อนรับแบบเป็นกันเองพร้อมทั้งมีการแสดงอัธยาศัยที่ดีในการแนะนำและให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการบริการ ตลอดจนการดูแลเอาใจใส่สอบถามถึงความเป็นอยู่ในช่วงที่ใช้บริการด้วยความเป็นมิตร การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ได้

ปัจจัยที่ 4 คือ การมีสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะที่น่าดึงดูด ซึ่งอ้างอิงจากงานวิจัยของ Deloitte (2018) ที่ระบุว่าสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะควรตอบโจทย์กับไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ของผู้บริโภค แต่จากการค้นคว้าวิจัยพบว่า สิ่งสำคัญของสภาพแวดและพื้นที่สาธารณะที่ผู้ให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ควรใส่ใจคือเรื่องความปลอดภัยไม่ว่าจะเป็นทางด้านแสงสว่างที่เพียงพอ ระบบรักษาความปลอดภัยต่างๆ ที่จะสามารถช่วยป้องกันเหตุร้ายจากผู้ไม่หวังดีได้ รวมไปจนถึงความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ควรเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจ และสุดท้ายคืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ควรจะมีรองรับ เช่น อุปกรณ์ขนย้ายกระเป๋า เนื่องจากผู้พักอาศัยมักจะมีสัมภาระจำนวนมากและมีความต้องการอุปกรณ์ช่วยเหลือ เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะที่มีความปลอดภัย สะอาดและเป็นระเบียบจึงมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy

5.1.2 ด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform

จากการศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Platform ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy พบว่ามีทั้งหมด 6 ปัจจัยด้วยกันที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 คือ การตอบสนองด้านข้อมูลได้อย่างแม่นยำและรวดเร็วของผู้ให้บริการไปยังผู้ใช้บริการ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเนื่องจากการสอบถามข้อมูลต่างๆ เกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนการเริ่มใช้บริการ โดยการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักหรือบริการต่างๆ ที่ผู้ให้บริการสามารถดำเนินการได้ และการตอบสนองทางด้านข้อมูลนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของผู้ใช้บริการได้อีกด้วยเพราะเมื่อผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลที่ตนเองต้องการอย่างครบถ้วนก็สามารถตัดสินใจเลือกที่พักที่เหมาะสมกับความต้องการได้ทันที รวมไปจนถึงช่วงที่ใช้บริการนั้น หากผู้ใช้บริการก็ยังคงมีความต้องการด้านข้อมูลต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักหรืออื่นๆ การตอบสนองทางด้านข้อมูลที่รวดเร็วและชัดเจนจะส่งผลต่อความมั่นใจและความสบายใจในการใช้บริการได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยที่ 2 คือ ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการท่านอื่นที่แสดงความคิดเห็น ถือเป็นข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xun Xu (2019) ข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยผู้ใช้บริการประกอบการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ใช้บริการจะเลือกห้องพักที่ตรงกับความต้องการของตนเองโดยอ้างอิงจากข้อมูลของผู้ให้บริการที่แสดงใน Platform และที่มากไปกว่านั้นคือข้อมูลของผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ ที่เคยใช้บริการในสถานที่เป้าหมายมาก่อนหน้านี้สามารถช่วยชี้แจงข้อมูลเชิงลึกไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดหรือสภาพของห้องพัก หรือแม้กระทั่งการให้บริการของเจ้าของห้องพักอีกด้วย ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นการสะท้อนความพึงพอใจต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ และส่งผลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการที่กำลังมองหาที่พักเช่นกัน

ปัจจัยที่ 3 คือ การมีกระบวนการตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการอย่างชัดเจน เป็นสิ่งที่จะสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ได้ โดยผู้ใช้บริการมีความคาดหวังถึงการตรวจสอบตัวตนและสถานที่พักของผู้ให้บริการต่างๆ ก่อนการเริ่มให้บริการเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ เพราะการเข้าพักในสถานที่ที่ไม่ได้มีมาตรฐานการควบคุมจากหน่วยงานส่วนกลางอย่างเช่นโรงแรม ทำให้ผู้ใช้บริการมีความกังวลถึงความปลอดภัยการให้บริการต่างๆ ไปจนถึงการมีตัวตนที่แท้จริงของที่พัก ดังนั้นการมีกระบวนการตรวจสอบตัวตนของ Platform จึงเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังเพราะสามารถลดความเสี่ยงต่างๆ จากการเข้าพักได้ เช่น ผู้ให้บริการมีประวัติที่ต้องสงสัย หรือ สถานที่พักเคยเกิดเหตุร้ายมาก่อนเป็นต้น และการตรวจสอบตัวตนนี้จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อีกด้วย

ปัจจัยที่ 4 คือ การมีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการได้ โดยการชำระเงินควรจะมีความโปร่งใสและมีมาตรการต่างๆ รองรับไม่ว่าจะเป็นการคืนเงินหรือการผ่าน Platform ที่มีสถานบันการเงินรองรับ ที่มากไปกว่านั้นคือการมีทางเลือกในการชำระเงินที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการเนื่องจากผู้ใช้บริการจะมีทางเลือกในการชำระเงินมากกว่า 1 ช่องทาง รวมไปจนถึงความยืดหยุ่นในการชำระเงินเป็นงวดตามการใช้บริการจริงก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจให้มีมากยิ่งขึ้นและเป็นสิ่งผู้ใช้บริการมองหาเช่นกัน

ปัจจัยที่ 5 คือ การมีแผนสำรองในการรับประกันบริการ โดยปกติบริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy นั้นเป็นการเข้าพักในพื้นที่ของเจ้าของที่พักซึ่งอาจจะมีเหตุผิดพลาดเกิดขึ้นได้ ดังนั้นการมีแผนสำรองจาก Platform จึงสามารถช่วยลดความกังวลใจของผู้ใช้บริการให้น้อยลงได้ ซึ่งแผนสำรองนี้ถือเป็นการรับประกันการได้รับบริการห้องพักที่แน่นอนไม่ว่าจะมีเหตุฉุกเฉินใดๆ เกิดขึ้น เพราะโดยปกติผู้ใช้บริการจะไม่ได้เตรียมที่พักสำรองไว้ เมื่อเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้นจึงจะส่งผล

กระทบต่อแผนการท่องเที่ยวหรือการพักแรมทันทีและเป็นผลกระทบที่ทำให้เกิดผลด้านลบต่อความพึงพอใจ ดังนั้นการมีแผนสำรองในลักษณะนี้จะเป็นการช่วยเพิ่มความมั่นใจในการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ให้เพิ่มมากขึ้น การมีแผนสำรองนั้นอาจจะครอบคลุมมากกว่าการจัดหาห้องพักให้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยรวมไปจนถึงการเยียวยาต่างๆ ให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดและยังคงรักษาความพึงพอใจเอาไว้ และนี่เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการมองหาเช่นเดียวกัน

ปัจจัยที่ 6 คือ Mobile Application และ/หรือ Website ที่ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก จากงานวิจัยของ Ge Zhu, Simon Hudson และ Kevin Kam Fung So (2017) ที่ระบุว่าการออกแบบ Mobile Application ให้ใช้งานได้อย่างสะดวกจะสามารถดึงดูดให้ผู้คนหันมาสนใจและใช้งาน Platform ของ Sharing Economy ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยนั้นมีข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกัน การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมคือการใช้งานง่ายของ Platform ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy คือการค้นหาห้องพักได้อย่างสะดวกและตรงกับความต้องการมากที่สุด ข้อมูลที่ได้รับบน Platform ก็ควรที่จะมีรายละเอียดตามที่ผู้ใช้บริการต้องการเพราะผู้ใช้งานจะได้รับความพึงพอใจก็ต่อเมื่อได้ข้อมูลในสิ่งที่ตนเองต้องการ ที่มากไปกว่านั้นประสบการณ์ในการใช้งาน Mobile Application ควรจะเหมือนกับ Website ของ Platform เพราะผู้ใช้งานต้องการลดระยะเวลาในการเรียนรู้การใช้งาน Platform ให้น้อยที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยในครั้งนี้ได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 เรื่องหลักด้วยกัน ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะด้านการใช้งาน Mobile Application / Website ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ

จากผลการวิจัยที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการชาวไทยได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านบริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy มากมาย และล้วนแล้วแต่มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจลักษณะนี้ ดังนั้น Platform ที่ให้บริการในปัจจุบันหรือในอนาคตควรตระหนักถึงข้อมูลที่บ่งบอกถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งวิธีการที่จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สำคัญเหล่านี้ทางหนึ่งคือการนำข้อมูลที่เกิดขึ้นใน Platform ทั้งหมดมาวิเคราะห์ในเชิงลึกและการนำปัญญาประดิษฐ์มาช่วยจะเป็นการเพิ่ม

ศักยภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลให้ละเอียดและแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลต่างๆ ที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้แก่ ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ใช้บริการ ข้อมูลการค้นหาที่พัก และแม้กระทั่งข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ซึ่งเมื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์แล้ว Platform ควรจะแยกแหล่งข้อมูลของผู้ใช้บริการออกตามเชื้อชาติ เพื่อความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นเพราะผู้ใช้บริการแต่ละเชื้อชาติจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และหลังจากได้ข้อมูลที่ผ่านมาวิเคราะห์เรียบร้อยแล้ว Platform ควรจะทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการมาก่อนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและแม่นยำที่สุด

หลังจากได้ข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการแต่ละเชื้อชาติเรียบร้อยแล้ว Platform ควรทำการแบ่งปันข้อมูลเหล่านี้ให้แก่ผู้ให้บริการเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเชิงลึกของผู้ใช้บริการแต่ละเชื้อชาติ และเป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ให้บริการให้สามารถรองรับการให้บริการที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้บริการได้มากที่สุด เมื่อผู้ใช้บริการได้รับบริการที่ตนพึงพอใจ ผลลัพธ์ในด้านบวกต่างๆ จะสะท้อนกลับไปที่ผู้ให้บริการและ Platform ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ได้

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านการใช้งาน Mobile Application / Website

จากผลการวิจัยพบว่ายังคงมีความต้องการสำหรับผู้ใช้บริการที่ใช้งาน Mobile Application หรือ Website ของ Platform ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ที่สามารถเติมเต็มได้ ซึ่งการค้นหาที่พักถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นการพัฒนา Platform ให้สามารถค้นหาที่พักตามความชอบส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งสำคัญมากๆ การทำความเข้าใจถึงความชอบของแต่ละผู้ใช้บริการจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการใช้งาน Platform ที่พักเอง หรือการใช้งานระบบอื่นๆ ที่จะสามารถนำมาเชื่อมต่อกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อผู้ใช้งานมากที่สุดได้

นอกจากนี้ การเพิ่มบริการเสริมต่างๆ บน Platform เป็นอีกสิ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าของบริการต่อผู้ใช้บริการชาวไทยได้ ไม่ว่าจะเป็นบริการทำความสะอาดห้องพัก บริการซักรีดเสื้อผ้า หรือ บริการอาหารเช้า ที่เป็นทางเลือกนอกเหนือจากบริการของห้องพัก และยังสามารถเพิ่มช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ให้บริการในการมีบริการเสริมต่างๆ อีกด้วย

ในด้านข้อมูลของ Platform ที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมคือการมีข้อมูลเชิงลึกในด้านของสถานที่ต่างๆ ของแต่ละพื้นที่ที่มีห้องพักให้บริการอยู่ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ หรือ

ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการและยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ Platform ที่จะไม่ได้มีเพียงแค่ห้องพักเท่านั้น แต่ยังสามารถแนะนำสถานที่ต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการได้

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากการทำงานวิจัยชิ้นนี้ ทางผู้วิจัยได้มีข้อจำกัดและมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตดังต่อไปนี้

5.3.1 งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นไปที่การให้บริการ Sharing Economy ที่เป็นรูปแบบห้องพักเท่านั้น ซึ่งความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจะมีเกี่ยวข้องเพียงแค่บริการห้องพักและอาจจะยังไม่ครอบคลุมกับการให้บริการ Sharing Economy ในรูปแบบอื่นๆ ที่ปัจจุบันมีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ดังนั้นการศึกษาปัจจัยต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Sharing Economy ในรูปแบบอื่นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจและควรค่าแก่การดำเนินการสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.3.2 งานวิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy เท่านั้น ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มตัวอย่างทั่วไปที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ เพื่อให้เห็นมุมมองที่แตกต่างในด้านความคาดหวังและประสบการณ์ที่ต้องการจะได้รับจากบริการลักษณะนี้ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมีประสบการณ์บริการลักษณะนี้เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่าง

5.3.3 งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเพราะปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างยังมีไม่แพร่หลายมากนัก ทำให้ไม่สามารถระบุกลุ่มตัวอย่างได้ครบทุกความต้องการ เช่น ช่วงอายุ อาชีพการงาน หรือระดับการศึกษา ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปเมื่อบริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ได้รับการยอมรับมากขึ้นและมีการใช้งานแพร่หลายมากขึ้น ผู้วิจัยควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้นได้

บรรณานุกรม

Handley, Lucy. (2019). *Nearly three quarters of the world will use just their smartphones to access the internet by 2025.* Retrieved February 10, 2020, from https://www.cnbc.com/2019/01/24/smartphones-72percent-of-people-will-use-only-mobile-for-internet-by-2025.html

The Sharing Economy. (2015). *Consumer Intelligence Series "The Sharing Economy"*. Retrieved February 10, 2020, from https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf

Juniper Research. (2017). *SHARING ECONOMY REVENUES TO DOUBLE BY 2022, REACHING OVER $40 BILLION.* Retrieved March 27, 2020, from https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/sharing-economy-revenues-to-double-by-2022

Yamasawa, Nariyasu. (2018). *Statistical Understanding of the Sharing Economy.* Retrieved March 27, 2020, from https://www.jef.or.jp/journal/pdf/222nd_Special_Article_03.pdf

ToJoy Shared Holding Group Co.,Ltd. (2020). *Global TOP 10 News on Sharing Economy in 2019 List Unveiled, Strategic Vision of "Double 50% Reduction" Discussed at Global Forum.* Retrieved March 27, 2020, from https://www.prnewswire.com/news-releases/global-top-10-news-on-sharing-economy-in-2019-list-unveiled-strategic-vision-of-double-50-reduction-discussed-at-global-forum-300989250.html

The World Bank. (2019). *International tourism, number of arrivals.* Retrieved March 27, 2020, from https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL

Our World in Data. (2019). *International arrivals by world region.* Retrieved March 27, 2020, from https://ourworldindata.org/tourism

Norah, Laurence. (2020). *AIRBNB ALTERNATIVES: THE BEST SITES LIKE AIRBNB IN 2020.* Retrieved March 17, 2020, from https://www.findingtheuniverse.com/alternatives-to-airbnb/

Lee, Jane Lanhee. (2019). *Airbnb says second-quarter revenue topped $1 billion.* Retrieved March 17, 2020, from https://www.businessinsider.com/airbnb-says-second-quarter-revenue-topped-1-billion-2019-9

กฤษณศักดิ์ วุฒิสุวภาพ. (2562). การศึกษาคุณลักษณะ ปัจจัยความสำเร็จ และอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลทฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ของประเทศไทย. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.

Sharing or paring? (2015). *Growth of the sharing economy.* Retrieved February 23, 2020, from https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf

Asadullah, A., Faik, I. and Kankanhalli, A. (2018). *Digital Platforms: A Review and Future Directions.* Retrieved February 23, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/327971665_Digital_Platforms_A_Review_and_Future_Directions

Sutherland, W. & Jarrahi, M. H. (2018). *The Sharing Economy and Digital Platforms: A Review and Research Agenda.* Retrieved February 23, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/326394637_The_Sharing_Economy_and_Digital_Platforms_A_Review_and_Research_Agenda?enrichId=rgreq-6274f8dcc8a372476912a2834f02e0d1-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMyNjM5NDYzNztBUzo2NzU2MzE1ODI5NTc1NzBAMTUzODA5NDUzMDc2MA%3D%3D&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf

ลภัส อัครพันธุ์. (2559). *Airbnb สะเทือนวงการโรงแรมจริงหรือ?* ค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563 สืบค้นจาก https://www.scbeic.com/th/detail/product/2959

Yia, J., Yuanb G. & Yoob, C. (2019). *The effect of the perceived risk on the adoption of the sharing economy in the tourism industry: The case of Airbnb.* Retrieved February 28, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/335735213_The_effect_of_the_perceived_risk_on_the_adoption_of_the_sharing_economy_in_the_tourism_industry_The_case_of_Airbnb

Trenz M., Frey A. and Veit, D. (2018). *Disentangling the facets of sharing: A categorization of what we know and don't know about the Sharing Economy.* Retrieved February 29, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/325827097_Disentangling_the_facets_of_sharing_A_categorization_of_what_we_know_and_don't_know_about_the_Sharing_Economy

Hamari, J., Sjöklint M., & Ukkonen, A. (2016) *The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption*. Retrieved February 25, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/255698095_The_Sharing_Economy_Why_People_Participate_in_Collaborative_Consumption

Zhu, G., Hudson, S., & Kam Fung So, K. (2017). *Inside the sharing economy: Understanding consumer motivations behind the adoption of mobile applications.* Retrieved February 26, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/309853899_Inside_the_sharing_economy_Understanding_consumer_motivations_behind_the_adoption_of_mobile_applications

Xu, Xun. (2019). *How do consumers in the sharing economy value sharing? Evidence from online reviews.* Retrieved February 29, 2020, from https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923619301915

Hawlitschek, Florian. (2018). *Trust in the Sharing Economy: A Behavioral Perspective on Peer-to-Peer Markets.* Retrieved February 16, 2020, from https://pdfs.semanticscholar.org/4075/3bfa751949471021c35d3ca69d5eecc502f1.pdf?_ga=2.192224426.181852157.1585326907-311569117.1582987467

Ratsamimala, Thanakorn (2016). *PERCEPTION, ATTITUDE, AND INFLUENTIAL FACTORS OF TRAVELERS TOWARDS AIRBNB IN THAILAND.* Retrieved March 21, 2020, from http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802040229_5988_4622.pdf

Buathongchan, Anchalee. (2015). *CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS THE SHARING ECONOMY: CASE STUDY OF AIRBNB IN THAILAND.* A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT COLLEGE OF MANAGEMENT MAHIDOL UNIVERSITY, Bangkok.

Manhas, P. S., & Tukamushaba, E. (2014). *Understanding service experience and its impact on brand image in hospitality sector.* Retrieved March 15, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/268814979_Understanding_service_experience_and_its_impact_on_brand_image_in_hospitality_sector

Kandampully, J., Jaakkola, E., & Zhang, T. (2017). *Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda.* Retrieved March 18, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/321203598_Customer_experience_management_in_hospitality_A_literature_synthesis_new_understanding_and_research_agenda

Loizos, C., & Lycourgos, H. (2005). *A Customer's Expectation and Perception of Hotel Service Quality in Cyprus.* Retrieved March 21, 2020, from https://digitalcommons.fiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1408&context=hospitalityreview

Bhavani, G. & Pawar, I. A. (2013). *Customer expectations of hospitality services: A study on five star hotels in Hyderabad City.* Retrieved March 20, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/284679707_Customer_expectations_of_hospitality_services_A_study_on_five_star_hotels_in_Hyderabad_City

Mmutle, T., & Shonhe, L. (2017). *Customers' perception of Service Quality and its impact on reputation in the Hospitality Industry.* Retrieved March 21, 2020, from http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_17_vol_6__3__2017.pdf

Ghotbabadi, A. R., & Baharun, R. (2012). *A REVIEW OF SERVICE QUALITY MODELS.* Retrieved March 22, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/230669329_A_REVIEW_OF_SERVICE_QUALITY_MODELS

Deloitte. (2018). *Next-gen hotel guests have checked in - The changing guest experience.* Retrieved March 20, 2020, from https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/hotel-guest-experience-strategy.html

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง : ปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย

คำชี้แจง

คำถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงการศึกษาปัจจัยที่จะช่วยเติมเต็มการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy แก่ผู้ใช้บริการชาวไทย

คำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบใดต่อผลการปฏิบัติงานและไม่มีการเปิดเผยที่ใด เป็นการนำไปใช้ในงานวิจัยเท่านั้น

คำถามในการสัมภาษณ์ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์, ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy และส่วนที่ 3 เป็นคำถามด้านข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy ซึ่งมีคำถามโดยรวมทั้งหมด 33 ข้อ

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์

ประเภทของคำถาม	วัตถุประสงค์	คำถาม
1. คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	เพื่อทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	- โปรดระบุเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพของท่าน - ช่วงเวลาในการใช้บริการครั้งสุดท้ายเมื่อใด - ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนหรือต่อปี - สถานที่ที่ใช้บริการล่าสุดคือที่ใด - ระยะเวลาในการใช้บริการประมาณกี่วันต่อครั้ง

		- ท่านใช้วิธีการจองที่พักผ่านช่องทางใดของ Sharing Economy Platform
2. คำถามเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy	เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการด้านประสบการณ์ในการใช้บริการ	- แรงบรรดาลใจที่ท่านเลือกใช้บริการลักษณะนี้คืออะไร และด้วยสาเหตุใด - สิ่งที่ท่านคาดหวังที่จะได้รับก่อนการใช้บริการมีอะไรบ้าง - ความรู้สึกที่ท่านคาดหวังก่อนการใช้บริการเป็นอย่างไร - หลังจากท่านใช้บริการแล้ว สิ่งที่ได้รับแตกต่างจากสิ่งที่คาดหวังอย่างไร - ความรู้สึกของท่านขณะที่พักในพื้นที่ที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมให้เป็นอย่างไร - ประสบการณ์ที่ท่านได้รับจากการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy แตกต่างจากการใช้บริการห้องพักแบบปกติอย่างไร - จากประสบการณ์ของท่าน นอกเหนือจากบริการที่ท่านได้รับจากผู้ให้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ท่านมีความต้องการในส่วนใดเพิ่มเติม - การให้บริการต่างๆ ของผู้ให้บริการที่พักควรเป็นอย่างไร - ปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการที่ท่านมองหาเป็นอย่างไร

		- สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะในบริเวณที่พักในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร - อุปกรณ์ต่างๆ ที่ท่านคาดหวังจากการใช้บริการที่พักลักษณะนี้คืออะไร - ลักษณะเด่นที่สุดที่ท่านพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy คืออะไร - อุปสรรคของการใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของท่านคืออะไร
	เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความคาดหวังจากการใช้บริการด้านประสบการณ์ของการใช้งาน Mobile Application/Platform	- ท่านใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา Platform และห้องพักที่ให้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy - ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านเชื่อมั่นในการให้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy - ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการตอบสนองทางด้านข้อมูลของผู้ให้บริการ - ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้บริการก่อนการเข้าพัก หรือข้อมูลจากผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ ก่อนการเข้าพัก มีผลต่อท่านอย่างไร - การออกแบบ Mobile Application/Web Site ควรเป็นอย่างไรในมุมมองของท่านเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการใช้งาน - ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อกระบวนการตรวจสอบตัวตนทั้งผู้

		ให้บริการและผู้ใช้บริการของ Sharing Economy Platform - วิธีการชำระเงินที่ดีสำหรับบริการลักษณะนี้ในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร - แผนสำรองการรับประกันในการใช้บริการที่พักแบบ Sharing Economy ในความคิดของท่านควรเป็นอย่างไร - วิธีการหรือช่องทางในการสื่อสารต่างๆ กับผู้ให้บริการควรเป็นอย่างไร
3. คำถามด้านข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการห้องพักในลักษณะ Sharing Economy	เพื่อให้ทราบถึงข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ใช้บริการห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy	- ในภาพรวมของการใช้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร - สิ่งที่ห้องพักในรูปแบบ Sharing Economy ในอุดมคติของท่านควรเป็นอย่างไร - สิ่งที่ท่านต้องการให้มีการปรับปรุงบริการหรือพัฒนาเพิ่มเติมในการให้บริการห้องพักของ Sharing Economy มีอะไรบ้าง - สิ่งที่ท่านต้องการให้มีการปรับปรุงบริการหรือพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของ Platform การให้บริการห้องพักของ Sharing Economy มีอะไรบ้าง - ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการให้บริการห้องพักแบบ Sharing Economy