



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พัก
ระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

The Study on Potential and Impacts
of Short-Term Room Rental for Tourism in Thailand

โดย

ดร.ณัฐพัชร มณีโรจน์ และคณะ

พฤษภาคม 2563

เลขที่สัญญา RDG62T0060

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พัก
ระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

The Study on Potential and Impacts
of Short-Term Room Rental for Tourism in Thailand

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1. ดร.ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. ดร.จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

ชุดโครงการ การศึกษาเพื่อพัฒนามาตรการทางกฎหมายในการเตรียม
ความพร้อมต่อการขยายตัวของการให้เช่าที่พักระยะสั้น
เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์

วิจัยและนวัตกรรม (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้น ศักยภาพของผู้ประกอบ ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้น และเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยโครงการวิจัยอยู่ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนามาตรการทางกฎหมายในการเตรียมความพร้อมต่อการขยายตัวของการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ 2562 (ทุนมุ่งเป้าด้านการท่องเที่ยว)

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประจำโครงการวิจัย ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ รอ.ดร.ชววิทย์ สุธงษา รองศาสตราจารย์ ดร.ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ และอาจารย์สัมพันธ์ แป้นพัฒน์ที่ท่านได้มอบโอกาสให้คณะผู้วิจัยได้ศึกษา และพัฒนามาตรการทางกฎหมายในการเตรียมความพร้อมต่อการขยายตัวของการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ประสานงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบริการทุกท่านที่อำนวยความสะดวก และให้คำปรึกษาในการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

ณัฏฐพัชร มณีโรจน์
หัวหน้าโครงการ

บทสรุปผู้บริหาร

1. ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

กระแสเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่ส่งผลให้ที่พักรูปแบบที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโต และขยายตัวต่อเนื่อง อาจจะเป็นเพราะราคาต่ำกว่าโรงแรม และมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก ตั้งแต่บ้านเดี่ยวแบ่งให้เช่าบางห้องจนถึงคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการพักค้างแรมในรูปแบบที่ต่างไปจากโรงแรม เมื่อเกิดสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้ธุรกิจที่พักที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายได้รับผลกระทบ คือ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ผลกระทบดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ไข คณะนักวิจัยจึงเห็นควรว่าต้องมีการศึกษา และหาแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวไม่ให้กระทบต่อการดำเนินธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ รวมถึงการเตรียมความพร้อมต่อการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ
- 2.3 เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.4 เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย
- 2.5 เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย วิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย และนำข้อมูลมาสังเคราะห์กำหนดเป็นข้อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาใช้วิธีแบบประสานวิธีเริ่มด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิของสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การประชุมกลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจการจาก 4 ภูมิภาคในประเด็นศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึกประเด็นผลกระทบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว รวมจำนวน 187 ราย ส่วนวิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 1,127 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.43 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

5. ผลการวิจัย

5.1 การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ นำไปจำหน่ายอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTAs ต่าง ๆ มีอัตราการเติบโตในภูมิภาค 4 ภูมิภาคเหนือ ใต้ ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง อยู่ระหว่างร้อยละ 78 ถึง ร้อยละ 97 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ อยู่ระหว่างร้อยละ 29 ถึงร้อยละ 163

5.2 ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ พบว่าระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นฯ ด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ที่พัก ความสะอาดสบาย ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ และปริมาณการบริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก, ระดับคะแนนความคิดเห็นด้านการตลาดบริการ ได้แก่ ที่พัก ราคา เอกลักษณ์ ประสบการณ์ใหม่ ๆ กระบวนการให้บริการ และความยั่งยืนในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และระดับคะแนนความคิดเห็นด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.3 ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพราะ 1) ห้องพักราคาประหยัด 2) สนับสนุนความคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น หรือเพิ่มรายได้ให้กับผู้นำห้องพักรมาให้เช่า 3) นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้คนในท้องถิ่น 4) ชื่นชอบบรรยากาศของการพักค้างรูปแบบบ้านมากกว่าโรงแรม 5) ต้องการพักแรมในสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงจริงใจของชุมชนนั้น ๆ 6) ห้องพักมีความคุ้มค่า มีความเป็นเอกลักษณ์ และสวยงาม และ 7) จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTA ต่าง ๆ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คู่รัก และเดินทางกับเพื่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็นอพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม และบ้านเป็นหลัง วันที่ค้างเฉลี่ยอย่างน้อย 3-4 คืน หรือ มากกว่า ส่วนชาวต่างชาติจะอยู่ระหว่าง 7-9 วัน จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต

5.4 ผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย พบว่าผลกระทบทางบวก คือ นักท่องเที่ยวได้ที่พักในราคาถูก พักได้หลายคน มีกิจกรรมร่วมกันได้ ได้บรรยากาศแบบเหมือนพักอยู่บ้าน ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากเจ้าบ้าน เจ้าของที่พักมีรายได้รายได้เสริม เจ้าบ้านได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเช่า กระตุ้นเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ยังชนบท เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ช่วงเทศกาลธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีที่พัก ส่วนผลกระทบทางลบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ที่พักบางแห่งเอารัดเอาเปรียบลูกค้า ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้พักบ่น หรือ สร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน รวมถึงเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของประเทศ

6. ข้อเสนอแนะ

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพ และบรรเทาผลกระทบ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน มีข้อเสนอแนะใน 4 มิติ ดังนี้

6.1 มิติด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อสารกับลูกค้า

6.1.1 จัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนความเป็นบริบทของท้องถิ่นนั้น ๆ

6.1.2 จัดห้องพัก และพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ของที่พักให้มีความสะอาด และเป็นระเบียบตามที่แสดงในภาพโฆษณา หรือ ตามในภาพถ่ายบนประกาศที่พักที่ลงไว้ตั้งแต่แรก

6.1.3 เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานลักษณะเดียวกับโรงแรมมีให้แก่ผู้เข้าพัก และเสริมรายการอื่น ๆ เข้าไปด้วย ได้แก่ เครื่องไมโครเวฟ เครื่องซักผ้า (บ้านที่เป็นหลัก) อุปกรณ์เครื่องครัว จักรยาน เป็นต้น

6.1.4 จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัยต่าง ๆ โดยติดตั้งในที่ที่เห็นได้ชัดเจน พร้อมทั้งมีคำอธิบายแนวปฏิบัติ หรือ วิธีการใช้อย่างละเอียด

6.1.5 การทำตลาด หรือ ช่องทางการการสื่อสารกับลูกค้าควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในระยะเริ่มต้น และหากใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การตอบกลับข้อความต้องตอบกลับอย่างรวดเร็ว หลังจากที่มีผู้เข้าพักติดต่อมาแสดงให้เห็นว่าเจ้าของที่พักที่มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า การแสดงภาพของที่พักใช้รูปภาพคุณภาพสูงหลายๆ แบบ พร้อมคำอธิบายได้ภาพ และเขียนคำอธิบายที่พักโดยละเอียด

6.1.6 ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้า หรือ ผู้เช่าเป็นประสบการณ์ระหว่างพักแรม เน้นการสร้างคุณค่ากับการท่องเที่ยว เช่น ทำอาหาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน หรือ กิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่

6.1.7 การตั้งราคาไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับโรงแรม

6.1.8 กำหนดกฎของที่พักในกรณีที่ที่พักมีข้อจำกัดบางประการ โดยให้ระบุถึงกรณีต่าง ๆ ที่อาจจะมีผลกับผู้เข้าพัก กฎ หรือ กติกาจะให้ความชัดเจนว่า ผู้ให้เช่าอนุญาต หรือ ห้ามอะไรบ้าง เช่น การสูบบุหรี่ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

6.1.9 กระบวนการเช็คอินที่ชัดเจน และง่ายทำให้ผู้เช่ารู้สึกปลอดภัย

6.1.10 มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารที่พัก และประตูคนเข้า-ออกที่ปัก เช่น กล้องวงจรปิด พนักงานรักษาความปลอดภัย หรือ เจ้าบ้านพักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับห้องเช่า โดยสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลา

6.2 มิติด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ

6.2.1 พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ

6.2.2 พัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีอัธยาศัยที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว

6.2.3 พัฒนาทักษะการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อการสื่อสารกับลูกค้า

6.3 มิติด้านการรับรองสถานะของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ตราออกกฎหมายควบคุมธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

6.4 มิติด้านการลดผลกระทบเชิงลบ

6.4.1 หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องเปิดช่องทางให้มีการร้องเรียน และกำหนดบทลงโทษแก่เจ้าของที่พักที่นำที่พักปล่อยให้บุคคลอื่นเช่ารายวัน

6.4.2 กำหนดกฎเกณฑ์ทางภาษีที่รัฐบาลต้องเรียกเก็บกับแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6.4.3 กำหนดระยะเวลา จำนวนเวลาขั้นต่ำในการเข้าพัก

6.4.4 กำหนดสิทธิจำนวนห้องพักที่สามารถนำมาปล่อยเช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6.4.5 กำหนดมาตรฐานความปลอดภัย กำหนดบทลงโทษในกรณีที่ผู้ให้เช่าทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6.4.6 หน่วยงานภาครัฐบาลปฏิบัติงานเชิงรุกสำรวจจำนวนสถานที่พักแรมที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกต้อง และออกมาตรการควบคุม โดยให้อำนาจองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกำกับดูแลพื้นที่ หรือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคเป็นผู้ดำเนินการ

6.4.7 ออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

7. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

เมื่อโครงการวิจัยแล้วเสร็จข้อค้นพบจากการวิจัยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

7.1 หน่วยงานภาครัฐนำข้อมูลไปวางแผนส่งเสริมผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการนำข้อมูลเสนอแนะไปพัฒนาการบริการของตนเอง

7.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อเสนอแนะไปกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อลดผลกระทบของ
การประกอบธุรกิจให้เข้าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พัก ศึกษา ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้น ศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พัก และนำเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนา ธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ บริการที่พักระยะสั้น จำนวน 1,127 ตัวอย่างใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย มีลักษณะเป็นแบบ มาตรฐานปรมาณค่า มี 5 ระดับเรียงจากน้อยไปหามาก มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .76 ผู้ให้ข้อมูล สำคัญเป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้พักอาศัยที่อยู่ใกล้เคียงกับธุรกิจ บริการให้เช่าที่พัก รวมจำนวน 187 ราย ใช้การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตแบบมี ส่วนร่วมเป็นเครื่องมือการวิจัย โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่
2. ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก จุดเด่น คือ ราคาถูกกว่าโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีความรู้สึกเหมือนพักอยู่ บ้าน เจ้าบ้านมีอัธยาศัยดี ที่พักมีให้เลือกหลากหลายประเภท พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มีความเป็นส่วนตัว สามารถจัดกิจกรรมได้ มีประสบการณ์ที่ดี
3. ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ห้องพักที่มีความเอกลัทธิพิเศษ ประสบการณ์ มีความ เป็นส่วนตัว บรรยากาศเหมือนบ้าน
4. ผลกระทบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่ เป็นธรรม ที่พักบางแห่งเอารัดเอาเปรียบลูกค้า ใช้มาตรการผิดประเภท ผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้ จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้พักบกรบวณผู้พักอาศัย ประจำ
5. ข้อเสนอแนะจัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นความสะอาด จัดเตรียมอุปกรณ์ ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัย การตลาดควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิด ประสบการณ์ และมีส่วนร่วม มีระบบรักษาความปลอดภัย พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการ ใช้เทคโนโลยี พัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
6. ออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

คำสำคัญ: ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ศักยภาพ ผลกระทบ

ABSTRACT

This research project aims to study a current situation of short-term rentals for tourism in Thailand including the potential of Thai entrepreneur in this business. This research project also studied the customer behavior and effects of the short-term rental for tourism in Thailand. These results will be used as the recommendation to develop the short-term rental in Thailand. The sampling group of this research are 1,127 tourists using the service of the short-term rental for tourism in Thailand. This research also used the questionnaire as the research tools, with 5 level rating scales that are arranged in ascending order. Reliability of the questionnaire is equal to .76. The key informants are consisted of the government officers, Thai entrepreneurs, and tourists. Individual Interview, group interview and 187 people in participation observation are the research methods. The statistical analysis for research question are percentage, mean and the standard deviation. The qualitative research methods is also used in this project.

The results of this project are as follows:

The host of short-term rentals for tourism in Thailand is increased according to the demand of the tourist in Thailand especially in the top travelling destination in Thailand such as Bangkok, Pattaya, Phuket and Chiang Mai Province.

The potential of The Thai entrepreneur in short-term rentals for tourism in Thailand is excellent. The strong point is a good accommodations, hospitality, good hosting, multiple choice for rental and living, convenient for many activities and also privacy.

The top requirement of the tourist are the unique of place, low price, good experience, privacy and home alike.

The Effect are the low of rental standard, unfair competition. Tricky service, misused of building, disturb and the Thai government cannot take any income tax from the online platform.

Recommendation are the Unique of decoration, sanitary, security, using online platform for marketing. Create a good experience activities. Increase the foreign language skill, using of technology and good hosting. Provide laws and regulations relating to the short-term rentals for tourism which can regulate the tax system in this business, security and national stability.

Keywords: Short-Term Rental for Tourism, Potential, Effect.

บทสรุปผู้บริหาร

1. ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

กระแสเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่ส่งผลให้ที่พักรูปแบบที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโต และขยายตัวต่อเนื่อง อาจจะเป็นเพราะราคาต่ำกว่าโรงแรม และมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก ตั้งแต่บ้านเดี่ยวแบ่งให้เช่าบางห้องจนถึงคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการพักค้างแรมในรูปแบบที่ต่างไปจากโรงแรม เมื่อเกิดสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้ธุรกิจที่พักที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายได้รับผลกระทบ คือ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ผลกระทบดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ไข คณะนักวิจัยจึงเห็นควรว่าต้องมีการศึกษา และหาแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ รวมถึงการเตรียมความพร้อมต่อการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การค้าดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ
- 2.3 เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.4 เพื่อศึกษาผลกระทบการค้าดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย
- 2.5 เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาสถานการณ์การค้าดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย วิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาผลกระทบการค้าดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย และนำข้อมูลมาสังเคราะห์กำหนดเป็นข้อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาใช้วิธีแบบประสานวิธีเริ่มด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิของสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การประชุมกลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจการจาก 4 ภูมิภาคในประเด็นศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึกประเด็นผลกระทบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว รวมจำนวน 187 ราย ส่วนวิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 1,127 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.43 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

5. ผลการวิจัย

5.1 การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่นำไปจำหน่ายอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTAs ต่าง ๆ มีอัตราการเติบโตในภูมิภาค 4 ภูมิภาคเหนือ ใต้ ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง อยู่ระหว่างร้อยละ 78 ถึง ร้อยละ 97 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ อยู่ระหว่างร้อยละ 29 ถึงร้อยละ 163

5.2 ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ พบว่าระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นฯ ด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ที่พัก ความสะอาดสบาย ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ และปริมาณการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก, ระดับคะแนนความคิดเห็นด้านการตลาดบริการ ได้แก่ ที่พัก ราคา เอกลักษณ์ ประสบการณ์ใหม่ ๆ กระบวนการให้บริการ และความยั่งยืนในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และระดับคะแนนความคิดเห็นด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.3 ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพราะ 1) ห้องพักราคาประหยัด 2) สนับสนุนความคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น หรือ เพิ่มรายได้ให้กับผู้นำห้องพักรมาให้เช่า 3) นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ต้องการแลกเปลี่ยน-เรียนรู้กับผู้คนในท้องถิ่น 4) ชื่นชอบบรรยากาศของการพักค้างรูปแบบบ้านมากกว่าโรงแรม 5) ต้องการพักแรมในสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงจริงของชุมชนนั้น ๆ 6) ห้องพักรมีความคุ้มค่า มีความเป็นเอกลักษณ์ และสวยงาม และ 7) จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTA ต่าง ๆ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คู่รัก และเดินทางกับเพื่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็นอพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม และบ้านเป็นหลัง วันที่ค้างเฉลี่ยอย่างน้อย 3-4 คืน หรือ มากกว่า ส่วนชาวต่างชาติจะอยู่ระหว่าง 7-9 วัน จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต

5.4 ผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย พบว่าผลกระทบทางบวก คือ นักท่องเที่ยวได้ที่พักในราคาถูก พักได้หลายคน มีกิจกรรมร่วมกันได้ ได้บรรยากาศแบบเหมือนพักอยู่บ้าน ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากเจ้าบ้าน เจ้าของที่พักมีรายได้รายได้เสริม เจ้าบ้านได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเช่า กระตุ้นเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ยังชนบท เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ช่วงเทศกาลธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีที่พัก ส่วนผลกระทบทางลบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ที่พักบางแห่งเอารัดเอาเปรียบลูกค้า ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้พักบ่น หรือ สร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน รวมถึงเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของประเทศ

6. ข้อเสนอแนะ

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพ และบรรเทาผลกระทบ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน มีข้อเสนอแนะใน 4 มิติ ดังนี้

6.1 มิติด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อสารกับลูกค้า

6.1.1 จัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนความเป็นบริบทของท้องถิ่นนั้น ๆ

6.1.2 จัดห้องพัก และพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ของที่พักให้มีความสะอาด และเป็นระเบียบตามที่แสดงในภาพโฆษณา หรือ ตามในภาพถ่ายบนประกาศที่พักที่ลงไว้ตั้งแต่แรก

6.1.3 เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานลักษณะเดียวกับโรงแรมมีให้แก่ผู้เข้าพัก และเสริมรายการอื่น ๆ เข้าไปด้วย ได้แก่ เครื่องไมโครเวฟ เครื่องซักผ้า (บ้านที่เป็นหลัก) อุปกรณ์เครื่องครัว จักรยาน เป็นต้น

6.1.4 จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัยต่าง ๆ โดยติดตั้งในที่ที่เห็นได้ชัดเจน พร้อมทั้งมีคำอธิบายแนวปฏิบัติ หรือ วิธีการใช้อย่างละเอียด

6.1.5 การทำตลาด หรือ ช่องทางการการสื่อสารกับลูกค้าควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในระยะเริ่มต้น และหากใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การตอบกลับข้อความต้องตอบกลับอย่างรวดเร็ว หลังจากที่ผู้เข้าพักติดต่อมาแสดงให้เห็นว่าเจ้าของที่พักที่มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า การแสดงภาพของที่พักใช้รูปภาพคุณภาพสูงหลายๆ แบบ พร้อมคำอธิบายได้ภาพ และเขียนคำอธิบายที่พักโดยละเอียด

6.1.6 ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้า หรือ ผู้เช่าเป็นประสบการณ์ระหว่างพักแรม เน้นการสร้างคุณค่ากับการท่องเที่ยว เช่น ทำอาหาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน หรือ กิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่

6.1.7 การตั้งราคาไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับโรงแรม

6.1.8 กำหนดกฎของที่พักในกรณีที่ที่พักมีข้อจำกัดบางประการ โดยให้ระบุถึงกรณีต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลกับผู้เข้าพัก กฎ หรือ กติกาจะให้ความชัดเจนว่า ผู้ให้เช่าอนุญาต หรือ ห้ามอะไรบ้าง เช่น การสูบบุหรี่ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

6.1.9 กระบวนการเช็คอินที่ชัดเจน และง่ายทำให้ผู้เช่ารู้สึกปลอดภัย

6.1.10 มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารที่พัก และประตูคนเข้า-ออกที่ปัก เช่น กล้องวงจรปิด พนักงานรักษาความปลอดภัย หรือ เจ้าบ้านพักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับห้องเช่า โดยสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลา

6.2 มิติด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ

6.2.1 พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ

6.2.2 พัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีอัธยาศัยที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว

6.2.3 พัฒนาทักษะการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อการสื่อสารกับลูกค้า

6.3 มิติด้านการรับรองสถานะของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ตราออกกฎหมายควบคุมธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

6.4 มิติด้านการลดผลกระทบเชิงลบ

6.4.1 หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องเปิดช่องทางให้มีการร้องเรียน และกำหนดบทลงโทษแก่เจ้าของที่พักที่นำที่พักปล่อยให้บุคคลอื่นเช่ารายวัน

6.4.2 กำหนดกฎเกณฑ์ทางภาษีที่รัฐบาลต้องเรียกเก็บกับแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6.4.3 กำหนดระยะเวลา จำนวนเวลาขั้นต่ำในการเข้าพัก

6.4.4 กำหนดสิทธิจำนวนห้องพักที่สามารถนำมาปล่อยเช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6.4.5 กำหนดมาตรฐานความปลอดภัย กำหนดบทลงโทษในกรณีที่ผู้ให้เช่าทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6.4.6 หน่วยงานภาครัฐบาลปฏิบัติงานเชิงรุกสำรวจจำนวนสถานที่พักแรมที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกต้อง และออกมาตรการควบคุม โดยให้อำนาจองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกำกับดูแลพื้นที่ หรือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคเป็นผู้ดำเนินการ

6.4.7 ออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

7. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

เมื่อโครงการวิจัยแล้วเสร็จข้อค้นพบจากการวิจัยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

7.1 หน่วยงานภาครัฐนำข้อมูลไปวางแผนส่งเสริมผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการนำข้อมูลเสนอแนะไปพัฒนาการบริการของตนเอง

7.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อเสนอแนะไปกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อลดผลกระทบของ
การประกอบธุรกิจให้เข้าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พัก ศึกษา ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้น ศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พัก และนำเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนา ธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ บริการที่พักระยะสั้น จำนวน 1,127 ตัวอย่างใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย มีลักษณะเป็นแบบ มาตรฐานค่า มี 5 ระดับเรียงจากน้อยไปหามาก มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .76 ผู้ให้ข้อมูล สำคัญเป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้พักอาศัยที่อยู่ใกล้เคียงกับธุรกิจ บริการให้เช่าที่พัก รวมจำนวน 187 ราย ใช้การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตแบบมี ส่วนร่วมเป็นเครื่องมือการวิจัย โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่
2. ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก จุดเด่น คือ ราคาถูกกว่าโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีความรู้สึกเหมือนพักอยู่ บ้าน เจ้าบ้านมีอัธยาศัยดี ที่พักมีให้เลือกหลากหลายประเภท พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มี ความเป็นส่วนตัว สามารถจัดกิจกรรมได้ มีประสบการณ์ที่ดี
3. ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ห้องพักที่มีความเอกลัทธิ ประสิทธิภาพ มีความ เป็นส่วนตัว บรรยากาศเหมือนบ้าน
4. ผลกระทบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่ เป็นธรรม ที่พักบางแห่งเอารัดเอาเปรียบลูกค้า ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้ จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้พักบ่นว่าผู้พักอาศัย ประจํา
5. ข้อเสนอแนะจัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นความสะอาด จัดเตรียมอุปกรณ์ ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัย การทำตลาดควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิด ประสิทธิภาพ และมีส่วนร่วม มีระบบรักษาความปลอดภัย พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการ ใช้เทคโนโลยี พัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
6. ออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

คำสำคัญ: ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ศักยภาพ ผลกระทบ

ABSTRACT

This research project aims to study a current situation of short-term rentals for tourism in Thailand including the potential of Thai entrepreneur in this business. This research project also studied the customer behavior and effects of the short-term rental for tourism in Thailand. These results will be used as the recommendation to develop the short-term rental in Thailand. The sampling group of this research are 1,127 tourists using the service of the short-term rental for tourism in Thailand. This research also used the questionnaire as the research tools, with 5 level rating scales that are arranged in ascending order. Reliability of the questionnaire is equal to .76. The key informants are consisted of the government officers, Thai entrepreneurs, and tourists. Individual Interview, group interview and 187 people in participation observation are the research methods. The statistical analysis for research question are percentage, mean and the standard deviation. The qualitative research methods is also used in this project.

The results of this project are as follows:

The host of short-term rentals for tourism in Thailand is increased according to the demand of the tourist in Thailand especially in the top travelling destination in Thailand such as Bangkok, Pattaya, Phuket and Chiang Mai Province.

The potential of The Thai entrepreneur in short-term rentals for tourism in Thailand is excellent. The strong point is a good accommodations, hospitality, good hosting, multiple choice for rental and living, convenient for many activities and also privacy.

The top requirement of the tourist are the unique of place, low price, good experience, privacy and home alike.

The Effect are the low of rental standard, unfair competition. Tricky service, misused of building, disturb and the Thai government cannot take any income tax from the online platform.

Recommendation are the Unique of decoration, sanitary, security, using online platform for marketing. Create a good experience activities. Increase the foreign language skill, using of technology and good hosting. Provide laws and regulations relating to the short-term rentals for tourism which can regulate the tax system in this business, security and national stability.

Keywords: Short-Term Rental for Tourism, Potential, Effect.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	6
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	10
2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม	12
2.1 ศักยภาพการจัดการธุรกิจ	13
2.2 ธุรกิจที่พักรวม	20
2.3 ความต้องการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว	27
2.4 ภาพลักษณ์ของที่พักรวม	29
2.5 คุณภาพการบริการ	31
2.6 ผลกระทบการดำเนินธุรกิจที่มีต่อธุรกิจอื่น	34
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย	38
3 การดำเนินการวิจัย	42
3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ	42
3.2 การวิจัยเชิงเชิงคุณภาพ	46
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย	50
4.1 ผลการศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.2 ผลการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการใช้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ	81
4.3 ผลการศึกษาค้นคว้าความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	108
4.4 ผลการศึกษาค้นคว้าผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการใช้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย	109
4.5 แนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการใช้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	111
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	113
5.1 สรุปผลการวิจัย	113
5.2 อภิปรายผล	121
5.3 ข้อเสนอแนะ	126
บรรณานุกรม	130

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย	45
2 สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค ปีพ.ศ. 2559 - 2560	51
3 จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2559 - 2560	52
4 จำนวนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาพำนักรายเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายต่อคนโดยเฉลี่ย และรายได้การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ. ศ. 2557 - 2561	53
5 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557-2561	54
6 จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ระยะเวลาพำนักรายเฉลี่ย รายได้จากการท่องเที่ยว และจำนวนผู้เข้ามาเข้าพักของชาวไทย และชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ.2557-2561	55
7 ผลการสำรวจจำนวนที่พักแรม ระหว่างปี พ.ศ.2553-2561 จำแนกตามรายภูมิภาค	58
8 จำนวนโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ปี พ.ศ.2561 จำแนกตามรายภูมิภาค	59
9 เปรียบเทียบผลสำรวจจำนวนที่พักแรม ปี พ.ศ.2561 กับโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ปี พ.ศ. 2561	60
10 จังหวัดที่มีผู้เข้าโดยจองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด 5 จังหวัด หรือ พื้นที่	63
11 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามที่พักแรม พ.ศ. 2557-2561	80
12 ความแตกต่างระหว่างคอนโดเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม	83
13 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	87
14 จำนวน และร้อยละของข้อมูลการเดินทาง และที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว	90
15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของคุณภาพการบริการ การตลาดบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	93
16 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของคุณภาพการบริการ ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของสิ่งที่จับต้องได้ในภาพรวม และจำแนกรายข้อ	94
18 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความสะดวกสบายในภาพรวม และจำแนกรายข้อ	95
19 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความเชื่อมั่นในภาพรวม และจำแนกรายข้อ	96
20 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความเข้าใจ และการใส่ใจดูแล ในภาพรวม และจำแนกรายข้อ	98
21 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของการตลาดบริการในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	99
22 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของสินค้าในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	100
23 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของราคาในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	101
24 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความโดดเด่น และอัตลักษณ์ ของพื้นที่ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	102
25 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของประสบการณ์ใหม่ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	102
26 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของกระบวนการในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	103
27 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความยั่งยืนในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	105
28 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	106
29 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของการกลับมาเที่ยวซ้ำ ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	107
30 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของการบอกต่อในภาพรวม และจำแนกรายด้าน	107

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิดแผนงานวิจัย	5
2	กรอบแนวคิดการวิจัย	41
3	การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม	64
4	ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในจังหวัดเชียงใหม่	64
5	อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส	65
6	อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562	66
7	ผลประเมินที่ความพึงพอใจของลูกค้าจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	67
8	การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม	68
9	ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในเมืองพัทยา	68
10	อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส	69
11	อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562	70
12	ผลประเมินที่ความพึงพอใจของลูกค้าจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	71
13	การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม	72
14	ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในเขตกรุงเทพฯ	72
15	อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส	73
16	อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน	74
17	ผลประเมินที่ความพึงพอใจของผู้เช่าที่พักระยะสั้นแพลตฟอร์มออนไลน์	75
18	การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม	76
19	ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในจังหวัดภูเก็ต	76
20	อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส	77
21	อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562	78
22	ผลประเมินที่ความพึงพอใจของผู้เช่าที่พักระยะสั้นแพลตฟอร์มออนไลน์	79

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

ปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 39.79 ล้านคน โดยมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4.24 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2561 และปี พ.ศ.2561 มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 7.27 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2560 นอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นแล้ว รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีจำนวนกว่า 1.96 ล้านล้านบาท มีอัตราการเพิ่มขึ้นด้วย (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และกีฬา, 2562) จังหวัดที่มีความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดนครราชสีมา (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2562) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐบาลเป็นสำคัญ อีกทั้งต้นทุนการท่องเที่ยวภายในประเทศยังไม่สูงมากนัก ทั้งราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าโดยสาร และค่าที่พัก การท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 154 ล้านคน-ครั้ง ขยายตัวร้อยละ 6.2 สร้างรายได้ 0.96 ล้านล้านบาท (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน, 2560) เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ รวมกับการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก สายการบินต่าง ๆ เร่งขยายเส้นทางการบินใหม่ ๆ ของสายการบินต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโลกที่จะเพิ่มขึ้น และเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทยด้วย องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) มีการคาดการณ์ว่า ภายในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอาเซียน มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 123 ล้านคน และภายในปี พ.ศ.2573 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 187 ล้านคน

ธุรกิจท่องเที่ยวเชื่อมโยงให้เกิดห่วงโซ่มูลค่าที่กระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร และภัตตาคาร ธุรกิจขนส่ง และการเดินทาง ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก และธุรกิจที่พักโดยทำให้เกิดการจ้างงาน จำนวนกว่า 5 ล้านคนทั่วประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2560) หรือโรงแรม ผลประกอบการของธุรกิจโรงแรม มีความสัมพันธ์โดยตรงกับทิศทางการท่องเที่ยวซึ่งรายได้จากห้องพักขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ระยะเวลาเข้าพัก และราคาห้องพัก โดยรายได้จากการขายห้องพักถือเป็นรายได้หลักคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60-70 ของรายได้รวมทั้งหมด ส่วนรายได้จากค่าอาหาร และเครื่องดื่ม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 รายได้รวมทั้งหมดของโรงแรม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม เช่น โรงแรม 4-5 ดาว จะมีสัดส่วนรายได้จากส่วนนี้มากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก และมีรายได้อื่น ๆ อีกจำนวนร้อยละ 5-10 ของรายได้ทั้งหมดของโรงแรม ธุรกิจโรงแรมของไทยยังเผชิญปัญหา Over Supply ในหลายพื้นที่ เมื่อพิจารณาจากอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate)

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาซึ่งมีอัตราที่ไม่สูงนัก มีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 59 ซึ่งเป็นผลจากทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ เพราะผลจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดการขยายการลงทุนของธุรกิจโรงแรม และที่พักเพิ่มขึ้นอย่างมาก ผสมกับการเข้ามาแข่งขันของสินค้าทดแทน เช่น การบริการเช่าห้องพักผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียมที่เปิดให้บริการเช่าเป็นรายวัน แม้จะเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่ยังไม่มีความเข้มงวดในการลงโทษ (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี, 2560)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น พร้อมไปกับจำนวนห้องพักที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจรุนแรงต่อเนื่อง นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมยังเผชิญกับการเข้ามาแข่งขันของสินค้าทดแทน เช่น อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น ยังคงเป็นปัญหาด้านรายได้ให้กับผู้ประกอบการโรงแรม หรือ ที่พักโดยเฉพาะ SMEs เพราะต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาดึงดูดลูกค้า แม้ที่ผ่านมาทางการพยายามแก้ไข/ผ่อนปรนกฎระเบียบเงื่อนไข เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการสินค้าทดแทน รวมทั้งโรงแรมที่ไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมให้มาประกอบธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติยังไม่ได้รับการตอบรับเท่าใดนัก ยังมีสถานพักแรมจำนวนมากที่เปิดให้บริการในลักษณะที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี, 2560) ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนโรงแรม หรือ ที่พัก 20,000 แห่ง มีจำนวนห้องพัก 700,000 ห้องพัก ในจำนวนนี้เป็นโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 9,600 แห่ง รวมประมาณ 400,000 ห้องพัก ส่วนที่เหลือจำนวนกว่า 10,400 แห่ง ยังไม่ได้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งเป็นโรงแรมขนาดเล็ก (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า มีจำนวนโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายเพียงแค่ประมาณร้อยละ 35 ของจำนวนที่พักทั้งหมดทั่วประเทศ

นอกจากนี้ กระแสเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่ส่งผลให้ที่พักรูปแบบที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโต และขยายตัวต่อเนื่อง อาจจะเป็นเพราะราคาต่ำกว่าโรงแรม และมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก ตั้งแต่บ้านเดี่ยวแบ่งให้เช่าบางห้องจนถึงคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการพักค้างแรมในรูปแบบที่ต่างไปจากโรงแรม มีคนไทยใช้บริการประมาณ 360,000 คน (ชญาณี ศรีกระจำจ, 2561) เช่น ปี พ.ศ.2559 มีผู้สนใจจองห้องพักผ่าน Airbnb มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนกว่า 160,000 คน จาก 135 ประเทศ (The Standard, 2561) ผลสำรวจของ กรมท่องเที่ยว (2559) และ Airdna (2559) รายงานว่า กรุงเทพฯ มีจำนวน 8,891 ห้อง พัทยา มีจำนวน 2,945 ห้อง เชียงใหม่ มีจำนวน 2,423 ห้อง และภูเก็ต มีจำนวน 8,238 ห้อง จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ธุรกิจที่พักที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีผลกระทบต่อรายได้ และผลกำไรของธุรกิจโรงแรมทำให้การปรับราคาห้องพักของผู้ประกอบการโรงแรมอาจทำได้จำกัด ส่วนหนึ่งเนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะนิยมสัมผัส

รูปแบบการใช้ชีวิตท้องถิ่น (Local Experience) มากขึ้น โดยเฉพาะโฮมสเตย์ตามวิถีชนบทอาจมีผลให้ธุรกิจโรงแรมที่เน้นลูกค้าประหยัดได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ธุรกิจที่พักที่ได้รับผลกระทบทางตรง คือ ธุรกิจโรงแรม หรือ ที่พักขนาดเล็ก โดยเฉพาะโรงแรมระดับล่าง และระดับกลาง ผลกระทบดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ไข คณะนักวิจัยจึงเห็นควรว่าต้องมีการศึกษา และหาแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ไม่ให้กระทบต่อการดำเนินธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ รวมถึงการเตรียมความพร้อมต่อการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

1.2.3 เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2.4 เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย

1.2.5 เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

โครงการวิจัยนี้ เป็นชุดโครงการวิจัย ประกอบด้วย แผนงาน และโครงการวิจัยย่อย จำนวน 2 โครงการ มีดังนี้

1.3.1 การศึกษาเพื่อพัฒนามาตรฐานการทางกฎหมายในการเตรียมความพร้อมต่อการขยายตัวของการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1.3.1.1 ศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าบริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3.1.2 ศึกษากฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว และเปรียบเทียบกฎหมายที่ใช้กำกับดูแลธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในต่างประเทศ

1.3.1.3 ยกร่างกฎหมายในการกำกับดูแลธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทในประเทศไทย

1.3.1.4 จัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการจัดการการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3.1.5 นำเสนอแนวทางเชิงนโยบายในการจัดการการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3.2 การศึกษาเพื่อพัฒนามาตรฐานการทางกฎหมายในการเตรียมความพร้อมต่อการขยายตัวของการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 2 โครงการย่อย มีดังนี้

1.3.2.1 โครงการย่อย 1 การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

3) เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4) เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย

5) เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3.2.2 โครงการย่อย 2 การศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายเพื่อรองรับการประกอบธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

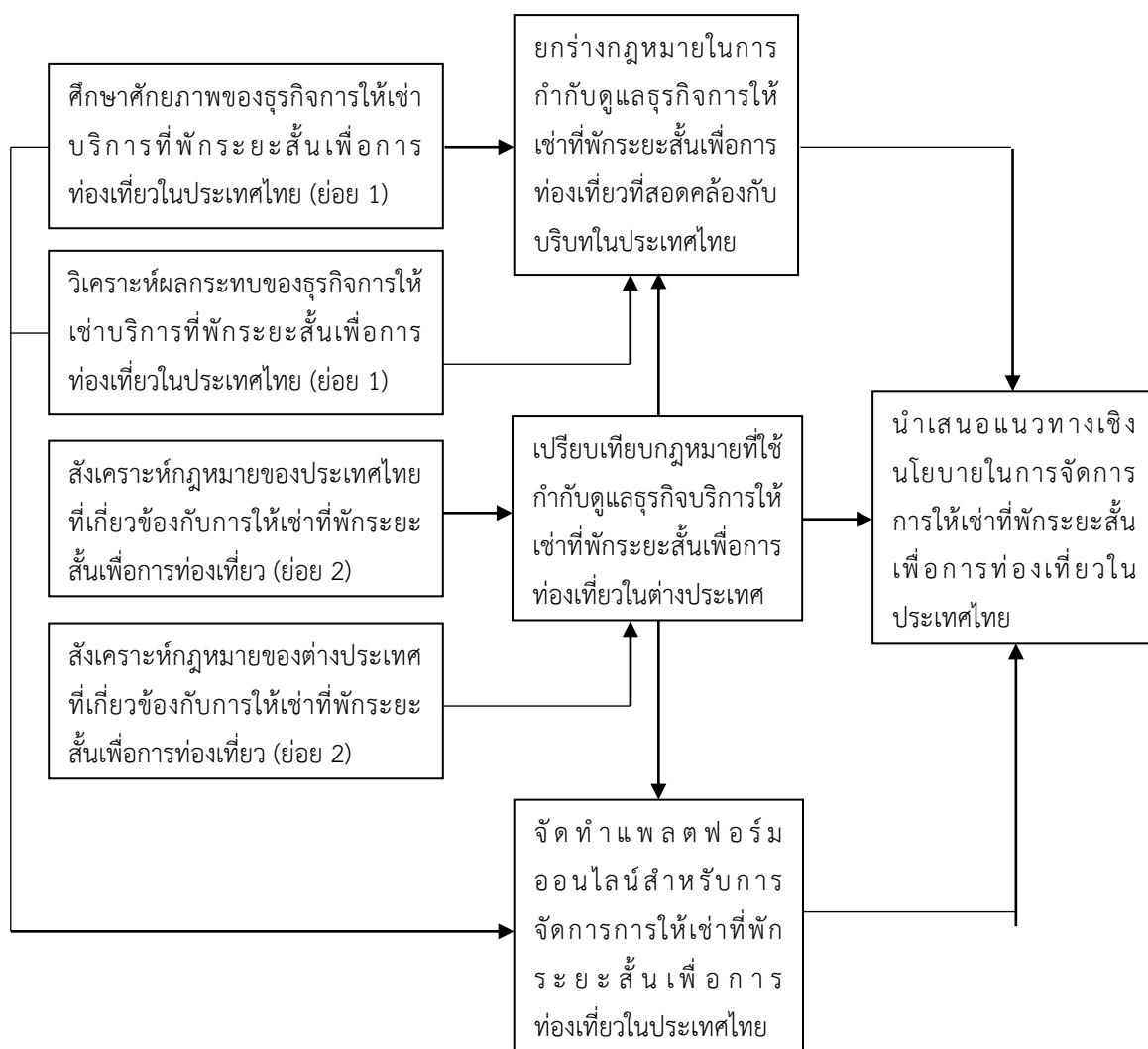
1) เพื่อศึกษากฎหมายไทยในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างกฎหมายไทยในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3) เพื่อวิเคราะห์กฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการยกร่างกฎหมายเพื่อกำกับดูแลธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ทั้งแผนงานวิจัย โครงการวิจัยย่อย 1 และโครงการวิจัยย่อย 2 มีกรอบแนวคิดของแผนการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแผนงานวิจัย

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การเข้าพักที่พักรใด ๆ ที่ยังไม่ได้รับอนุญาต หรือ ขึ้นทะเบียน หรือ จัดแจ้งดำเนินกิจการที่พักในลักษณะใดลักษณะหนึ่งให้ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งนี้ ไม่รวมถึงการให้เช่าที่พักที่คิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไป

ศักยภาพการจัดการธุรกิจ (Potential Business Management) หมายถึง ความสามารถสูงสุดที่เป็นไปได้ของผู้ประกอบการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในการพัฒนาธุรกิจความสามารถในการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การประสบความสำเร็จสูงสุด ประกอบด้วย การบริหารด้านการเงิน การจัดการด้านการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการด้านการตลาด

ผลกระทบ หมายถึง ผลที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับอนุญาต หรือ ขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มี 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การให้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวได้จัดเตรียมไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องพักที่มีความหลากหลาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีความสะอาด ปลอดภัย ผู้รับบริการ หรือ นักท่องเที่ยวเข้าพักแล้วรู้สึกปลอดภัย

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการบริการการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ระหว่างเข้าพักที่ประเมินค่าอยู่ในรูปตัวเงิน มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ที่ผู้พักค้างได้รับ ราคาของห้องพักมีความหลากหลายจำแนกตามขนาดของห้องพัก หรือ ระดับความซับซ้อนในการบริการ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทาง (Channels) ในการนำเสนอห้องพัก และการบริการห้องพักของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ใช้ส่งข้อมูล สื่อสาร หรือนำเสนอรายละเอียดต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูล รวมถึงทำเลที่ตั้ง (Location) ของที่พัก

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่กระตุ้น ชักจูงความคิด ความรู้สึก และความต้องการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดจะใช้จูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการ และ

ตัดสินใจเข้าพักแรม มีกิจกรรมหลัก 5 ประเภท ได้แก่ การโฆษณา การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน และส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้โดยตรง

บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) เจ้าของที่พักให้เข้าบริการ หรือ ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับที่ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีทักษะในหน้าที่ ประสพการณ์ มีปฏิสัมพันธ์ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีความสุภาพให้บริการประดุจญาติมิตร มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้เป็น

การสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง เป็นการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้แก่นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาใช้บริการที่พัก ระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ การตกแต่งที่พัก สถานที่ภายในที่พักระยะสั้น การแต่งกายของ พนักงานทุกระดับแสดงถึงความเป็นแบบมืออาชีพ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ใช้วาจาที่สุภาพ อ่อนโยน และการบริการที่รวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยว หรือ ผู้พักร้องขอ

กระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรม หรือ ขั้นตอนการรับบริการต่าง ๆ ที่ธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นกำหนดขึ้นมา มีการเชื่อมโยงประสานกันอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนผู้รับบริการใช้เวลาอยู่ในระบบน้อย

การรับรู้คุณภาพการบริการ (Service Quality Perceptions) หมายถึง ผลการประเมินเกี่ยวกับความดีเลิศของการให้บริการโดยรวมของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยผลการประเมินเกิดจากการเปรียบเทียบของผู้บริโภคระหว่างความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับตามสภาพจริง มีเกณฑ์การประเมิน 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนองต่อลูกค้า หรือ ผู้พักค้าง

รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible) หมายถึง สภาพของห้องพักที่ธุรกิจการให้เช่าที่พัก ระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเตรียมไว้รับรองลูกค้า ห้องพักสะอาด ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องใช้ หรือ วัสดุภายในห้องพักครบถ้วน มีความสมบูรณ์

ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงพนักงานบริการ หรือ เจ้าของที่พักสามารถให้บริการได้ตามที่ได้ตามที่ได้ให้สัญญาไว้ในครั้งแรก

การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความพร้อม และมีความเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถปฏิบัติงาน หรือ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสุภาพอ่อนน้อม มีมารยาท ทั้งนี้ การให้บริการที่สมบูรณ์แบบนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธา และความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง พนักงานมีความพยายามทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และจัดการให้บริการที่เหมาะสมเฉพาะบุคคล ด้วยพฤติกรรมที่เอื้ออาทรห่วงใย และเข้าใจความรู้สึกความต้องการของผู้รับบริการเป็นอย่างดีประจักษ์ตาดีมิตร

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ความรู้สึก และความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจ การให้เข้าพักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกเข้าพักแรม รวมถึงการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะตอบสนองความต้องการส่วนตัว

แรงจูงใจแบบผลัก (Push Factors) หมายถึง แรงกระตุ้นภายในที่ทำให้เกิดความเข้าใจเชิงลึก ได้แก่ เกิดความสนใจใคร่รู้ การพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความจำเจ การค้นหาตัวเอง การเข้าสู่สังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความต้องการการท้าทาย ความตื่นเต้น ความภาคภูมิใจ การแสวงหาอารมณ์ความรู้สึกที่แปลกใหม่ การเรียนรู้

แรงจูงใจแบบดึง (Pull Factors) หมายถึง แรงกระตุ้นภายนอกที่เกิดจากลักษณะเฉพาะความน่าดึงดูด สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม บรรยากาศของสถานที่ การเข้าถึงสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกชอบ สบายใจ และมีความสุขของลูกค้า หรือ ผู้รับบริการในทางบวก เป็นผลที่เกิดจากการเปรียบเทียบผลการให้บริการทุกระบวนการ โดยเปรียบเทียบจากความคาดหวังในการให้บริการเทียบกับการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง

ความสุข (Happiness) หมายถึง ความรู้สึกประทับใจพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก การต้อนรับ การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ และการให้บริการอื่น ๆ

ความน่ารื่นรมย์ (Pleasant) หมายถึง สภาวะของจิตใจ และร่างกายที่มีความรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย เมื่อได้เข้ามาใช้บริการห้องพักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ไม่รู้สึกอึดอัดต่อสภาวะแวดล้อม และสถานที่ที่เอื้อต่อการพักผ่อน

ความมีชีวิตชีวา (Joyful) หมายถึง สภาวะของจิตใจ และร่างกายที่ได้รับรู้ถึงบรรยากาศในการตกแต่งของธุรกิจการให้เข้าพักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ สร้างความรู้สึกให้ลูกค้ามีชีวิตชีวา สถานที่ที่มีความสะอาด ปลอดภัย โลง และดูสบายตา

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยครอบคลุมขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลัก ขอบเขตด้านพื้นที่ และขอบเขตด้านระยะเวลา มีดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.5.1.1 สถานการณ์ของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยปัจจุบัน
- 1.5.1.2 ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในประเทศไทย
- 1.5.1.3 ผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในมิติต่าง ๆ
- 1.5.1.4 การสังเคราะห์ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 1.5.1.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการนักท่องเที่ยว และแรงจูงใจเลือกที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 1.5.1.6 การรับรู้คุณภาพการบริการ
- 1.5.1.7 ภาพลักษณ์ของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 1.5.1.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่การวิจัย มี 4 จังหวัด/พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา จำนวน 12 เดือน อยู่ระหว่าง 15 ธันวาคม 2561 ถึงวันที่ 14 ธันวาคม 2562

1.5.4 ประชากร และตัวอย่าง

1.5.4.1 ประชากร เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาคที่มีธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนห้องพักสูงสุดในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต (BLT Bangkok, 2017)

1.5.4.2 กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรการหาผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณไม่ทราบกลุ่มประชากรของ Cochran (1953) โดยที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95 และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ปรากฏว่า มีจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างจาก 4 จังหวัด ที่มีธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนห้องพักสูงสุดในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต (BLT Bangkok, 2017) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 385 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างเป็น 1,540 ตัวอย่าง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แบบสอบถามกลับคืนมา 1,127 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.43 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.5.4.3 วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างง่าย เป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างกับนักท่องเที่ยวที่มีความยินดีในการให้ข้อมูล เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ

1.5.4.4 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นบุคคล และกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วยผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว, เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่ทำหน้าที่ควบคุม ดูแลกฎ ระเบียบมาตรฐานการบริการให้เช่าที่พัก, นายกสมาคมโรงแรมไทย นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมไทยตะวันออก นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ และกรรมการบริหารสมาคม นักท่องเที่ยว และผู้พักอาศัยประจำที่อยู่ข้างเคียง รวมจำนวน 187 คน มีดังนี้

1.5.4.5 การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยใช้การเลือกให้ข้อมูลสำคัญ (Purposive Selection) โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มบุคคลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีรายชื่ออยู่แล้วว่าเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และใช้ควบคู่กับวิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่ต้องการแล้ว โดยใช้การแนะนำของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่นักวิจัยเจาะจงรายชื่อแล้วเป็นผู้ระบุรายนามบุคคลที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับตนเองสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วน และเพียงพอ

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยคาดว่าจะมีกลุ่มที่ได้รับประโยชน์ จำนวน 4 กลุ่ม มีดังนี้

กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง	ประโยชน์ที่จะได้รับ
ผู้ให้บริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	1. ทราบถึงศักยภาพของตนเอง ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน รวมถึงทราบประเด็นโอกาสที่ส่งเสริม/สนับสนุนธุรกิจ และประเด็นอุปสรรคในการสกัดกั้นธุรกิจไม่ให้ประสบความสำเร็จ 2. มีแนวทางปฏิบัติการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 3. โมเดลการจัดการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวลักษณะต่าง ๆ ที่มีความยั่งยืน และไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการธุรกิจที่พักประเภทอื่นในประเทศไทย
หน่วยงานภาครัฐบาล	1. ข้อมูลในการกำหนดนโยบาย ยกร่างกฎหมายใช้กับการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานของภาครัฐบาลที่กำกับดูแลที่พักระยะสั้น
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	ได้แนวทาง วิธีปฏิบัติสำหรับการลดความขัดแย้งระหว่างการประกอบธุรกิจในประเภทเดียวกัน หรือ ใกล้เคียงกัน
นักท่องเที่ยว	1. ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. ได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว ได้รับการบริการที่มีคุณภาพ มีความเป็นเลิศในการให้บริการ รวมถึงความคุ้มค่าของการพักผ่อน

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยที่ประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับกลไกตลาดมากขึ้น ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมที่เน้นการแข่งขัน โดยสภาวะการณ์นี้ เป็นความท้าทายของภาคเอกชนที่จะยกระดับศักยภาพของตนเองให้มีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงความท้าทายของหน่วยงานภาครัฐบาลในการกำกับ ดูแล กำหนด นโยบาย และแนวทางในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการภาคเศรษฐกิจ รวมถึงการลดอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน

ธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเกิดขึ้นโดยอาศัยโอกาสของเทคโนโลยี และพฤติกรรมทางเลือกที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะโรงแรม หรือ สถานบริการที่เป็นรูปลักษณะเดิมอีกต่อไป เช่น ธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ในแพลตฟอร์ม Airbnb ที่เป็นออนไลน์แพลตฟอร์มสำหรับการเช่าที่พักระยะสั้นผ่านคอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ทโฟนที่ใหญ่ที่สุด และได้รับความนิยมมากในปัจจุบันก็เช่นกันกำลังมีความท้าทายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการของนานาประเทศ รวมถึงประเทศไทยด้วย โดยมีมิติในการพิจารณา 2 มิติ ได้แก่ มิติของการเจริญเติบโตของธุรกิจที่มีผู้มาลงทะเบียนในแพลตฟอร์มของ Airbnb มากกว่า 4 ล้านแห่งใน 191 ประเทศ และมีผู้เข้าพักกว่า 160 ล้านคนทั่วโลก (ชญานิ ศรีกระจ่าง, 2561) และมิติด้านผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่มีผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะในบางประเทศธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจสีเทา หรือ ธุรกิจผิดกฎหมาย เช่นประเทศไทย เพราะพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 ยังไม่ครอบคลุม

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัย และคณะจึงสนใจศึกษาเพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการ ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ รวมถึงผลกระทบ และนำเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการธุรกิจที่พักประเภทอื่นของประเทศไทย โดยจากการทบทวนเอกสาร ผู้วิจัย และคณะได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องๆ มีดังนี้

2.1 ศักยภาพการจัดการธุรกิจ

2.1.1 ความหมาย และองค์ประกอบ

2.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพของธุรกิจ

- 2.1.3 ดัชนีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
- 2.1.4 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.2 ธุรกิจที่พักแรม
 - 2.2.1 ความหมาย
 - 2.2.2 ลักษณะการบริการที่พัก และโรงแรม
 - 2.2.3 โครงสร้างการปฏิบัติงานบริการที่พัก และโรงแรม
 - 2.2.4 กฎหมายของที่พักประเภทต่าง ๆ
- 2.3 ความต้องการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว
- 2.4 ภาพลักษณ์ของที่พัก
 - 2.4.1 ความหมายของภาพลักษณ์
 - 2.4.2 องค์ประกอบของภาพลักษณ์
 - 2.4.3 ภาพลักษณ์กับธุรกิจโรงแรม
- 2.5 คุณภาพการบริการของธุรกิจที่พัก
 - 2.5.1 ความหมาย
 - 2.5.2 องค์ประกอบคุณภาพบริการ
 - 2.5.3 การวัดคุณภาพบริการ
- 2.6. ผลกระทบการดำเนินธุรกิจที่มีต่อธุรกิจอื่น
 - 2.6.1 ผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม
 - 2.6.2 ผลกระทบต่อธุรกิจบ้านเช่า
 - 2.6.3 ผลกระทบต่อสังคม และความเป็นอยู่
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ศักยภาพการจัดการธุรกิจ

2.1.1 ความหมาย

ศักยภาพการจัดการธุรกิจ เป็นความสามารถในการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนของธุรกิจ โดยการประสบความสำเร็จ มีดังนี้

1) การบริหารการเงิน (Financial Management) เป็นการวางแผนการจัดระเบียบ และการควบคุมกำกับกิจกรรมทางการเงิน เช่น การจัดซื้อ และการใช้ประโยชน์จากเงินทุนขององค์กร การตัดสินใจลงทุนรวมถึงการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Capital Budgeting) การตัดสินใจทางการเงิน

อาจจะเป็นการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการระดมเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจเกี่ยวกับชนิดของแหล่งเงินทุนที่มีอยู่ และค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนของเงินทุนที่ใช้ในการบริหารการตัดสินใจเกี่ยวกับผลตอบแทน

2) การจัดการด้านการผลิต (Production and Operation Management) เป็นการกำหนดแนวทางการปฏิบัติ และการควบคุมกระบวนการแปรรูป (Transformation Process) ป้อนปัจจัยนำเข้า (Input) หรือ ทรัพยากรการดำเนินงานให้เป็นผลลัพธ์ (Output) ออกมาในรูปของสินค้า และ/หรือ บริการอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นระบบการวางแผน การสรรหา คัดเลือก การพัฒนา การบริหารค่าตอบแทน การประเมิน และการควบคุมทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารแรงงานสัมพันธ์

4) การบริหารการตลาด (Marketing Management) เป็นกระบวนการวางแผนการตลาด (Marketing Planning) การปฏิบัติการตามแผนการตลาด (Marketing Implementation) และการประเมินผลการดำเนินงานทางการตลาด (Performance Evaluation) ให้บรรลุจุดมุ่งหมาย

มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์ (2559) อธิบายว่า การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่น เพราะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผนวกกับความต้องการของลูกค้ามีเพิ่มขึ้น และซับซ้อนเพิ่มขึ้น ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรทั้งหลายของธุรกิจต้องมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพคุ้มค่า (Cost Effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) ด้วยการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right Decision) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ และมีการปฏิบัติการตามแผนที่กำหนดไว้ โดยการบริหารจัดการธุรกิจประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีดังนี้

1) สิ่งที่นำเข้าสู่ระบบ (Input) เป็นปัจจัยที่จำเป็น และเกื้อกูลให้องค์การสามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสิ่งที่นำเข้าสู่ระบบ ได้แก่ กำลังคน เงินทุน วัสดุสิ่งของ/อุปกรณ์ ตัวสินค้า หรือ วัสดุที่ใช้ในการผลิต การจัดการ การตลาด เครื่องจักร/อุปกรณ์ ขวัญ และกำลังเทคโนโลยี และสารสนเทศ เป็นต้น

2) กระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการแปลงสภาพ หรือ วิธีการที่นำปัจจัยเข้าสู่ระบบ ด้วยการดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่ออกจากกระบวน ได้แก่ กระบวนการผลิต กระบวนการจัดการ ทั้งนี้ กระบวนการ หรือ ปัจจัยของกระบวนการ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ เป้าหมาย/เป้าประสงค์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การผลิต เป็นต้น

3) ผลลัพธ์ (Output) เป็นสิ่งที่ออกจากกระบวน คือ เป้าหมายความต้องการของธุรกิจ อาจจะอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์ การบริการ กำไร ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

4) ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เป็นตัวช่วยปรับให้สิ่งที่ออกจากระบบได้มาตรฐาน เป็นที่น่าพึงพอใจ ข้อมูลต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อกันจะถูกส่งเข้าย้อนกลับเข้าสู่ระบบ เพื่อปรับปรุงสิ่งที่ควรแก้ไขให้สิ่งนำเข้าสู่กระบวนการให้สอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

5) สิ่งแวดล้อม (Environment) เป็นสิ่งที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้มีความราบรื่น สะดวกสบายในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ ได้แก่ บรรยากาศในการปฏิบัติงาน การปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในบริษัท สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ ชุมชน ใกล้เคียง เศรษฐกิจของประเทศ การเมือง และปัญหาแรงงาน ลักษณะของธุรกิจเชิงระบบ

ความสำเร็จของการจัดการธุรกิจอีกประเด็นหนึ่ง คือ ลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจ ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร (Inter Organizational Relationships) และการพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรม (Industrial Network) ส่งเสริมให้มีการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงพลวัตระหว่างผู้ได้รับผลประโยชน์ร่วมให้มีความใกล้ชิดอย่างต่อเนื่อง ด้วยความจำเป็น 2 ประการ คือ 1) การทำธุรกิจของผู้ประกอบการในกลุ่มอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพาซึ่งกัน และกันในระยะสั้น และระยะยาว 2) การติดต่อสื่อสารกัน ประสานงานกันในระยะยาว ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจึงนำไปสู่การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างเป็นทางการ เพราะปัจจุบันจึงเกิดธุรกิจในรูปแบบของ พันธมิตรธุรกิจ (Alliances) กิจการร่วมค้า (Joint Ventures) เป็นต้น ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนา ศักยภาพ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน

1) แนวทางปฏิบัติในการเพิ่มการไหลของข้อมูลข่าวสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการทำธุรกิจสัญญาร่วมลงทุนธุรกิจ (Business Co-Operation Contract: BCC) การรวมกันทำธุรกิจ (Vertical Integration) จะเป็นหนทางสำคัญที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ

2) บทบาทของภาครัฐบาล ความล้มเหลวของภาครัฐบาลในการแทรกแซงตลาด และ/หรือ การดำเนินนโยบายด้านต่าง ๆ ส่งผลกระทบด้านบวก หรือ ลบต่อการพัฒนา ศักยภาพของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน

3) คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และความมั่นคงของประเทศ

4) พื้นฐานความรู้ของบุคลากร เป็นระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติงานที่จะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

5) ข้อจำกัดระดับองค์กร เป็นปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย/ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือ ขจัดให้หมดไป เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร รวมถึงปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรง และทางอ้อม

2.1.2 เครื่องมือในการประเมินศักยภาพของธุรกิจ

2.1.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT (SWOT Analysis) โดยพิจารณาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบสภาพการณ์ภายในของธุรกิจ ส่วนโอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้รู้สภาพแวดล้อมภายนอกที่ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีผลกระทบทั้งทางบวก และทางลบกับธุรกิจ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (2554); สุธีรา อะทะวงษา (2560) ได้สรุปประเด็นที่สำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจไว้ดังนี้

1) จุดแข็ง

1.1) ความคล่องตัว มีความคล่องตัวยืดหยุ่นสามารถปรับเข้ากลับสถานการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว

1.2) ความเชี่ยวชาญด้านทักษะ ฝีมือ รวมถึงงานบริการ เป็นความสามารถ และความเชี่ยวชาญด้านทักษะงานฝีมือ รวมถึงงานบริการ (Craftsmanship and Hospitality) มุ่งมั่นความรู้ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (Identity) และทรัพยากรที่หลากหลายในพื้นที่นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และบริการ

1.3) เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดเฉพาะ เป็นความสามารถในการผลิตสินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

2) จุดอ่อน

2.1) วิสัยทัศน์ (Vision) การบริหารจัดการธุรกิจ

2.2) ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาสินค้าต้นแบบ (Prototype Part) ด้วยการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

2.3) ความสามารถในการบริหารบุคลากร เป็นการสรรหาคัดเลือก พัฒนา รักษาอารมณ์ของบุคคลกรมีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยเฉพาะด้านทักษะฝีมือ เฉพาะด้าน ความสามารถด้านภาษา ความสามารถด้านการบริการ รวมถึงกลไกในการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

2.4) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

2.5) ความสามารถในการเข้าถึงตลาด เป็นความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาดเชิงรุก เข้าถึงข้อมูลการตลาดเชิงลึก ทั้งข้อมูลของคู่แข่งชั้น และพฤติกรรมผู้บริโภค

2.6) ความสามารถด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ

2.7) ความสามารถในด้านสภาวะแวดล้อมทางกฎหมาย กฎระเบียบ เป็นความสามารถในการพัฒนาให้ธุรกิจเป็นไปตามกรอบของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมถึงการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากอุปสรรคด้านกฎหมาย และข้อบังคับต่าง ๆ

2.8) ธรรมชาติ เป็นการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมชาติคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับประโยชน์ร่วมอย่างเป็นธรรม ได้แก่ ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3) โอกาส

3.1) กระบวนทัศน์ในการทำธุรกิจสมัยใหม่ที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

3.2) ความร่วมมือระหว่างประเทศ การเปิดเสรีทางการค้า และความตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศส่งผลให้ตลาดการค้าการลงทุนใหญ่ขึ้น มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

3.3) แนวโน้มการบริโภค และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

3.4) ช่องทางการค้า และการลงทุน การระดมทุนของภาคธุรกิจมีมากขึ้น ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง ค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น ด้านหนึ่งถือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการสั่งซื้อเครื่องจักร หรือ พัฒนานวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต รวมถึงการนำเข้าวัตถุดิบ หรือ การลงทุนในต่างประเทศ

3.5) นโยบายภาครัฐบาล บทบาทของภาครัฐบาลในการสนับสนุนการค้า การลงทุน รวมถึงกฎหมายคุ้มครอง หรือ ให้การดำเนินธุรกิจมีความราบรื่น

4) อุปสรรค

4.1) ผลกระทบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ การเปิดการค้าเสรี และประชาคมอาเซียน มีข้อตกลงร่วมกันทางการค้าการลงทุนทุกระดับเพิ่มขึ้นทำให้ระบบการค้าโลกมีความซับซ้อนมากขึ้น เพราะความแตกต่างของข้อตกลง กฎเกณฑ์ ของแต่ละประเทศมีมาตรการกีดกันทางการค้า

4.2) ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสถานการณ์โลกปัจจุบัน อาจจะได้แก่ ภัยธรรมชาติ ภัยก่อการร้าย สถานการณ์ความไม่สงบทาง

การเมือง โรคระบาด เกิดวิกฤติหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านทรัพยากรน้ำ พลังงาน อาหาร เศรษฐกิจ การเมือง และด้านสังคม รวมถึงความผันผวนของเศรษฐกิจโลก แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย และสถานะเงินเฟ้อ

4.4) การบริหารจัดการของภาครัฐบาลในการส่งเสริมธุรกิจ การส่งเสริมผู้ประกอบการให้คิดค้นนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในภาพรวม กำหนดทิศทางในการส่งเสริม และบูรณาการงานส่งเสริมในระดับปฏิบัติการ จัดสรรงบประมาณในการพัฒนาผู้ประกอบการ รวมถึงการออกกฎหมายส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

2.1.3 ดัชนีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ

ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) Porter (2011) ได้อธิบายไว้ ว่าปัจจัยของการแข่งขัน มี 4 กลุ่ม มีดังนี้

1) ผลการดำเนินงานของระบบเศรษฐกิจ (Economic Performance) ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจได้นั้นต้องมีผลการดำเนินงานของระบบเศรษฐกิจดี โดยผลการดำเนินของระบบเศรษฐกิจ ประกอบด้วย เศรษฐกิจภายในประเทศ การค้าระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ การว่างงาน และราคาสินค้าในประเทศ เป็นต้น

2) ประสิทธิภาพของภาครัฐบาล (Government Efficiency) รัฐบาลต้องมีความสามารถในการคิด การทำ การตัดสินใจ หากผลการดำเนินการของรัฐบาลมีประสิทธิภาพต้องมีการบริหารการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ ประกอบด้วย นโยบายการคลัง นโยบายการเงิน กรอบภาครัฐกิจ การศึกษา เป็นต้น

3) ประสิทธิภาพการบริหารของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) ภาคธุรกิจต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย ความสามารถในการผลิต ตลาดแรงงาน ตลาดการเงิน ตลาดทุน การใช้เงินทุนของตัวเอง ผลกระทบต่อโลกาภิวัตน์ เป็นต้น

4) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ประเทศจะพัฒนาได้ เศรษฐกิจจะรุ่งเรืองได้ ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี มีความสะดวก ปลอดภัย และมีความพร้อม ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานเบื้องต้น โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ระบบค่านิยม เป็นต้น

Porter (2011) ได้นำการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยใช้เพชรโมเดล (Diamond model) เมืองประกอบของปัจจัยกำหนด 4 มิติ มีดังนี้

1) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) เป็นความสามารถในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรอื่น ๆ ให้เกิดความได้เปรียบ

2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) เป็นปริมาณ และระดับความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน (Related and Supporting Industries) เป็นคุณภาพของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และอุตสาหกรรมสนับสนุน เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมนั้น ๆ

4) บริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Strategy Structure and Rivalry) กลยุทธ์ และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญ และส่งผลในเชิงบวก (+) หรือ เชิงลบ (-) ต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวม

5) โอกาส (Chance) เป็นปัจจัยที่องค์กรธุรกิจ หรือ ภาครัฐบาลไม่สามารถควบคุมได้ เป็นเหตุการณ์บางอย่างอาจจะมีผลในทางบวก หรือ ลบกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

6) ภาครัฐบาล (Government) โดยนโยบายของภาครัฐบาลจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะมีส่วนในการผลักดันให้อุตสาหกรรม หรือ คลัสเตอร์ทางธุรกิจหนึ่ง ๆ มีความเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจเป็นในรูปการออกกฎหมาย การให้ความสนับสนุนแหล่งเงินทุนในอัตราต่ำ การกำหนดนโยบายภาษีที่เป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรม

2.1.4 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สถานะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงการสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นข้อได้เปรียบที่จุดแข็งของธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน เมื่อธุรกิจมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันจำนวนมากยิ่งแสดงว่า การดำเนินการมีประสิทธิภาพ มีจุดแข็งที่ธุรกิจอื่นไม่สามารถเลียนแบบได้ โดย Porter (2016) ได้เสนอกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ มีดังนี้

1) ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการผลิตให้มีต้นทุนรวมการผลิตต่ำสุด เมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน การสร้างความสามารถได้เปรียบด้านต้นทุนอาจทำได้หลายวิธี ได้แก่ การปรับโครงสร้างของธุรกิจให้มีความเหมาะสม การใช้เทคโนโลยี การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ รวมถึงการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เพื่อให้ธุรกิจมีต้นทุนรวมการผลิตที่ต่ำสุด มีความได้เปรียบคู่แข่งโดยสามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้ต่ำกว่าคู่แข่งในระดับเดียวกัน

3) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจพยายามค้นหาช่องว่างทางการตลาดที่มีความแตกต่างจากธุรกิจรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า โดยอาจจะเลือกที่จะสร้างความแตกต่างอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ หลายอย่างแล้วสื่อสารกับลูกค้าให้เกิดการรับรู้

4) การมุ่งเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Focus) เป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ธุรกิจเลือกตลาดส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือ กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มในอุตสาหกรรม และทำการตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มตลาดกลุ่มนั้น

2.2 ธุรกิจที่พักแรม

2.2.1 ความหมาย

โรงแรม หมายถึง สถานประกอบการเชิงการค้าที่ผู้ประกอบการตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักราคา อาหาร และการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักราคา และเดินทาง หรือ อาคารที่มีหลายห้อง หลายชั้นติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลัง หรือ หลายหลัง โดยมีการบริการต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกต่อผู้มาพัก เรียกว่า แขก (Guest) (สุริย์ เข้มทอง, 2559)

2.2.3 ลักษณะการบริการที่พัก และโรงแรม

สุริย์ เข้มทอง (2559) อธิบายว่า การจัดแบ่งของกลุ่มธุรกิจที่พัก มีการจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มโรงแรม โมเต็ล และรีสอร์ท (Hotels, Motels and Resorts) กลุ่มที่พักเหมือนบ้านหลังที่สอง (Second Homes) และกลุ่มที่พักขนาดย่อม หรือ ที่พักบูติก (Small Scale Boutique Accommodations) มีดังนี้

2.2.3.1 กลุ่มโรงแรม โมเต็ล และรีสอร์ท การพิจารณาว่าทั้งโมเต็ล และรีสอร์ทเป็นกลุ่มเดียวกันกับโรงแรม ซึ่งที่พักโมเต็ลในต่างประเทศส่วนใหญ่จะสร้างเป็นอาคารสูงประมาณ 2-3 ชั้น จำนวนห้องพักมีประมาณ 60-100 ห้อง ราคาห้องพักของโมเต็ลถูกกว่าห้องพักโรงแรม ลักษณะของห้องพักมีความหลากหลายน้อยกว่าโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักเช่นเดียวกับโรงแรม มีสถานที่จอดรถ มีภัตตาคารโมเต็ลในต่างประเทศ จัดเป็นธุรกิจที่พักขนาดย่อมที่ดำเนินการบริหารโดยครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ มีทั้งที่บริหารโดยเจ้าของกิจการเอง และที่บริหารโดยบริษัทเครือข่ายของกลุ่มโมเต็ล สำหรับที่พักประเภทรีสอร์ท บ่อยครั้งที่พบว่าโรงแรมที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีภูมิทัศน์ที่สมบูรณ์แบบธรรมชาติ เรียกว่าโรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels) เป็นโรงแรมที่ก่อตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เป็นสถานที่พักผ่อน กิจกรรมบริการพื้นฐานที่โรงแรมรีสอร์ทจัดให้แก่แขกได้แก่กิจกรรมเพื่อการบันเทิงและพักผ่อน บริการอาหาร บริการกีฬา สระว่ายน้ำ กิจกรรมการเล่นกลางแจ้ง สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส

2.2.3.2 กลุ่มที่พักเหมือนบ้านหลังที่สอง เป็นลักษณะของที่พักที่แต่ละห้องจะมีห้องครัว และอุปกรณ์ให้ประกอบอาหารเองได้ (Self-Catering) เป็นที่พักรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางมาเป็นครอบครัว และผู้ที่ต้องการพักเป็นระยะเวลานาน (Extended Stay) ลักษณะที่พักรูปแบบนี้ ได้แก่ Serviced Apartments, Timeshares และ Condominium Hotels ซึ่งเป็นที่พักที่ได้รับความนิยมมากในต่างประเทศโดยเฉพาะแถบยุโรป และกลุ่มประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ การจัดบริการที่พักในกลุ่มนี้อาจมีมาตรฐานการบริการที่แตกต่างกัน ที่พักกลุ่มนี้ยังแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่พักระยะยาวประเภทโรงแรม (Extended Stay Hotels) หรือ โรงแรมห้องชุด (All-Suite Hotels) และกลุ่มที่พักระยะยาวที่เกิดจากแนวคิดของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

2.2.3.3 กลุ่มที่พักขนาดย่อม หรือ ที่พักแบบบูติก ที่พักกลุ่มนี้ประกอบด้วย Inns, Bed and Breakfast, Guesthouses, Pensions and Homestays จัดเป็นธุรกิจขนาดย่อมทั้งหมด แต่ลักษณะการจัดการบริการในแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกัน มีดังนี้

1) อิน (Inns) หมายถึง โรงแรมขนาดเล็ก หรือสถานที่ประกอบธุรกิจที่บริการที่พักสำหรับนักเดินทางที่มักจะมีบริการขายเครื่องดื่ม และอาหาร ที่มักจะตั้งในชนบทริมถนนที่ใช้ในการเดินทางสำหรับประเทศไทยโรงแรมขนาดเล็กที่เรียกว่า Inns มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง

2) บีแอนด์บี (Bed and Breakfast: B and B) เป็นธุรกิจที่พักขนาดย่อม มีจำนวนห้องพักประมาณ 20 ห้อง แต่ขึ้นกับพระราชบัญญัติ หรือ กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจที่พักในแต่ละประเทศ มีการจัดบริการที่พักพร้อมอาหารเช้า อย่างไรก็ตามในแต่ละประเทศอาจมีการจัดลักษณะบริการ B & B ที่แตกต่างกัน ในกลุ่มประเทศแถบอเมริกาจัด B & B เป็นที่พักกลุ่มเดียวกับ Inns

3) เกสต์เฮ้าส์ (Guest House) เป็นธุรกิจที่พักขนาดเล็กอีกรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Backpacker) นิยมพัก นิยามเดิมเป็นลักษณะของบ้านที่เจ้าของบ้านแบ่งห้องให้นักท่องเที่ยวเช่าพัก แต่ปัจจุบัน Guest House มีการพัฒนาไปเป็นธุรกิจที่พักที่มีการจัดบริการแบบครบครัน ได้แก่ มีอาหารเช้า ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศ มีโทรทัศน์ มีห้องน้ำในห้องพัก มีแม่บ้านทำความสะอาดแต่ละวัน ซึ่งจำนวนห้องพักอยู่ประมาณ 20-30 ห้อง

4) เพนชั่น (Pensions) เป็นธุรกิจที่พักขนาดย่อมที่มีลักษณะเช่นเดียวกับ Guest house ซึ่ง pensions เป็นคำที่ใช้เรียก Guest House ในประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวีย ที่พักแบบ Pensions มีจำนวนห้องพักประมาณ 10-20 ห้อง

5) โฮมสเตย์ (Homestays) เป็นรูปแบบของที่พักซึ่งมีแนวคิดจากนักศึกษาต่างชาติที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับภาษาของประเทศนั้น ๆ บ้านแต่ละหลังจะมีห้องแบ่งให้เช่าได้ไม่เกิน 4 ห้อง

2.2.4 โครงสร้างการปฏิบัติงานบริการที่พัก และโรงแรม

การจัดโครงสร้างของโรงแรม เป็นการวางโครงสร้างการปฏิบัติงานที่ประกอบด้วยระบบย่อย ๆ หลายระบบเชื่อมเข้าด้วยกัน ติดต่อประสานงานกัน เช่น การติดต่อระหว่างแผนกบริการส่วนหน้ากับแม่บ้าน หรือ แผนกส่วนหน้ากับแผนกบริการอาหาร และเครื่องดื่ม การจัดโครงสร้างของโรงแรมอาจจะแบ่งได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่ง โดยส่วนใหญ่ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การจัดโครงสร้างการปฏิบัติงานโดยใช้เกณฑ์ปริมาณการติดต่อ และให้บริการแก่แขก และ 2) การจัดโครงสร้างการปฏิบัติงานโดยใช้เกณฑ์รายรับ-รายจ่ายของโรงแรม มีดังนี้

2.2.4.1 การจัดโครงสร้างการปฏิบัติงานโดยใช้เกณฑ์ปริมาณการติดต่อ และให้บริการแก่แขก จำแนกเป็น 2 ส่วน คือ การปฏิบัติงานในส่วนหน้าของโรงแรม (Front of the House) และการปฏิบัติงานในส่วนหลังของโรงแรม (Back of the House) หรือ ส่วนสนับสนุนของโรงแรม การปฏิบัติงานส่วนหน้า หมายถึง การปฏิบัติงานในพื้นที่ หรือ แผนกที่มีแขกเข้ามาติดต่อโดยตรงในช่วงเวลาปกติ และพนักงานได้ให้บริการโดยตรงต่อแขก หรือ ผู้ใช้บริการ เช่น พนักงานเปิด-ปิดประตูทางเข้าโรงแรม พนักงานยกกระเป๋าสัมภาระ พนักงานประจำเคาน์เตอร์ต้อนรับ พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานรับจองห้อง พนักงานแผนกแม่บ้าน พนักงานต้อนรับในภัตตาคาร พนักงานบาร์ ห้องอาหาร และพนักงานห้องประชุม จัดเลี้ยง เป็นต้น ส่วนการปฏิบัติงานในส่วนหลังของโรงแรม หมายถึง การปฏิบัติงานในพื้นที่ หรือ แผนกที่แขกไม่ได้ไปติดต่อโดยตรง ได้แก่ แผนกบัญชี แผนกบุคคล แผนกการฝึกอบรม แผนกการตลาด แผนกครัว แผนกซักรีด และแผนกซ่อมบำรุง

2.2.4.2 การจัดโครงสร้างการปฏิบัติงานโดยใช้เกณฑ์รายรับ-รายจ่ายของโรงแรม

การแบ่งโดยเกณฑ์รายรับ-รายจ่ายของโรงแรม แบ่งเป็น 2 ส่วนย่อย ได้แก่ หน่วยปฏิบัติการที่มีรายรับเข้าโรงแรม (Revenue Center) และปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนการบริหารโรงแรม (Cost Center) หน่วยปฏิบัติการที่มีรายรับเข้าโรงแรม หมายถึง หน่วยปฏิบัติการที่ทำหน้าที่รับเงินจากแขกที่มาใช้บริการ หรือ ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ของโรงแรมโดยตรง หรือ บางครั้งอาจจะเรียกว่า (Profit Center) โดยหน่วยนี้ จะเป็นหน่วยที่ให้บริการแก่แขกโดยตรง ได้แก่ แผนกขายห้องพัก แผนกบริการอาหาร และเครื่องดื่ม แผนกรับโทรศัพท์ แผนกซัก-รีดเสื้อผ้าของแขก ร้านค้าในโรงแรม ส่วนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนการบริหารโรงแรม หมายถึง หน่วยงานที่ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการแขกโดยตรง และเป็นหน่วยที่ไม่มีรายรับเข้ามา แต่เกี่ยวข้องกับการดูแลค่าใช้จ่ายต้นทุนการบริหารของโรงแรม ได้แก่ แผนกบัญชี แผนกช่างซ่อมบำรุง แผนกบุคคล แผนกฝึกอบรม แผนกการตลาด แผนกซักรีด และหน่วยบริการเสริมอื่น ๆ

2.2.4 กฎหมายของที่พักประเภทต่าง ๆ

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2547) เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้เช่าที่พักอาศัยระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยว โดยพระราชบัญญัติให้ค่านิยามของ โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือ บุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงสถานที่พักที่มีลักษณะ 3 ประเภท มีดังนี้

2.2.4.1 สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือ เพื่อการกุศล หรือ การศึกษา โดยการดำเนินการของที่พักที่กล่าวมานี้ ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินการเพื่อการแสวงหาผลกำไร หรือ รายได้มาแบ่งปันกัน

2.2.4.2 สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

2.2.4.3 สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การดำเนินการธุรกิจโรงแรมต้องมีผู้ประกอบการยื่นขอจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม หมายถึง ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 โดยมาตรา 15 ระบุไว้ชัดเจนว่า ห้ามไม่ให้บุคคลอื่นประกอบธุรกิจโรงแรม เว้นแต่ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียนเท่านั้นซึ่งมีคุณสมบัติตามที่ระบุไว้ในมาตรา 16 ผู้ขอรับใบอนุญาตต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม มีดังนี้

- 1) มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
- 2) มีภูมิลำเนา หรือ ถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรไทย
- 3) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถ หรือ คนเสมือนไร้ความสามารถ
- 5) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาท หรือ ความผิดลหุโทษ
- 6) ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดว่าเป็นผู้กระทำผิดในความผิดเกี่ยวกับเพศตามประมวลกฎหมายอาญา ความผิดตามกฎหมายเกี่ยวกับยาเสพติด ความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการมาตรการในการป้องกัน และปราบปรามการค้าหญิง และเด็ก หรือ ความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกัน และปราบปรามการค้าประเวณี
- 7) ไม่เป็นผู้อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาต

8) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาต หรือ เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตโดยเหตุอื่นที่มีใช้เหตุตาม (6) แต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี

การดำเนินการธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายกำหนดประเภท และหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ.2551 จำแนกธุรกิจโรงแรมเป็น 4 ประเภท มีดังนี้

1) โรงแรมประเภท 1 เป็นโรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก จำนวนห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง ห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำ ห้องส้วม และระเบียงห้องพัก โดยมีห้องน้ำ และห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอสำหรับผู้พัก

2) โรงแรมประเภท 2 เป็นโรงแรมที่ให้บริการห้องพัก และห้องอาหาร หรือ สถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือ สถานที่สำหรับประกอบอาหาร โดยห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำ ห้องส้วม และระเบียงห้องพัก มีห้องน้ำ และห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอสำหรับผู้พัก

3) โรงแรมประเภท 3 เป็นโรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือ สถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือ สถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ หรือ ห้องประชุมสัมมนา โดยห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 14 ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำ ห้องส้วม และระเบียงห้องพัก ทั้งนี้ ห้องน้ำ และห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะในห้องพักทุกห้อง

4) โรงแรมประเภท 4 เป็นโรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือ สถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือ สถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา โดยห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 14 ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำ ห้องส้วม และระเบียงห้องพัก ทั้งนี้ ห้องน้ำ และห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะในห้องพักทุกห้อง

หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขสำหรับโรงแรมทุกประเภทที่กำหนดไว้ตามกฎหมายกำหนดไว้ตามกฎหมายว่าด้วยการกำหนดประเภท และหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ.2551 (ราชกิจจานุเบกษา, 2551) ที่กำหนดว่า โรงแรมทุกประเภทต้องมีลักษณะดังนี้

1) สถานที่ตั้งของโรงแรมตั้งอยู่ทำเลที่เหมาะสม ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และอนามัยของผู้พัก การคมนาคมสะดวกและปลอดภัย เส้นทางเข้าออกโรงแรมต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านการจราจร หากมีการใช้พื้นที่ประกอบธุรกิจโรงแรมในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่นต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และการประกอบกิจการอื่นต้องไม่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโรงแรม โดยโรงแรมต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณ หรือ ใกล้เคียงกับโบราณสถาน ศาสนสถาน หรือ สถานที่อันเป็นที่เคารพในทางศาสนา หรือ สถานที่อื่นใดอันจะทำให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่เหมาะสม กระทบต่อ

ความมั่นคง และการดำรงอยู่ของสถานที่ดังกล่าว หรือ จะทำให้ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี และ วัฒนธรรมท้องถิ่น

2) โรงแรมจัดการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พัก ได้แก่ สถานที่ลงทะเบียนผู้พัก โทรศัพท์ หรือ ระบบการติดต่อสื่อสารทั้งภายใน และภายนอกโรงแรมโดยจะจัดให้มี เฉพาะภายนอกห้องพัก มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแก่ผู้พัก มีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และ การส่งต่อผู้ป่วยไปยังสถานพยาบาลใกล้เคียงในกรณีที่ผู้พักแรมต้องการความช่วยเหลือ มีระบบรักษา ความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

3) โรงแรมต้องจัดให้มีห้องน้ำ และห้องส้วมในส่วนที่ให้บริการสาธารณะ โดยจัดแยก ส่วนสำหรับชาย-หญิง และต้องรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

4) ห้องพักต้องไม่มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเหมือน หรือ มีลักษณะ คล้าย หรือ มุ่งหมายให้เหมือน หรือ คล้ายกับศาสนสถาน หรือ สถานอันเป็นที่เคารพในทางศาสนา

5) ห้องพักต้องมีเลขที่ประจำห้องพักกำกับไว้ทุกห้องเป็นตัวเลขอารบิก โดยให้แสดง ไว้บริเวณด้านหน้าห้องพักที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน และในกรณีที่โรงแรมใดมีหลายอาคาร เลขที่ประจำห้องพักแต่ละอาคารต้องไม่ซ้ำกันประตูห้องพักให้มีช่อง หรือ วิธีการอื่นที่สามารถมองจาก ภายในสู่ภายนอกห้องพักได้ และมีกลอน หรือ อุปกรณ์อื่นที่สามารถล็อกจากภายในห้องพักทุกห้อง

6) สถานที่จอดรถของโรงแรมที่อยู่ติดห้องพักต้องไม่มีลักษณะมิดชิด และต้อง สามารถมองเห็นรถที่จอดอยู่ได้ตลอดเวลา

7) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องที่ที่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุม อาคารใช้บังคับต้องมีหลักฐานแสดงว่า ได้รับอนุญาตให้ใช้อาคารเป็นโรงแรม หรือ มีใบรับรองการ ตรวจสอบสภาพอาคารตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

8) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องที่ที่ไม่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุม อาคารใช้บังคับต้องมีใบรับรองการตรวจสอบสภาพอาคารว่า มีความมั่นคงแข็งแรง และปลอดภัยโดย ผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม หรือ ผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ สถาปัตยกรรมควบคุมตามกฎหมาย และผ่านการตรวจพิจารณาจากนายทะเบียนว่าเป็นไปตาม หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่กำหนดอาคารที่ใช้เป็นโรงแรม

9) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมต้องมีการรักษาความสะอาด มีการจัดแสงสว่างอย่าง เพียงพอ และมีระบบระบายน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสีย และระบบระบายอากาศที่ถูกต้องลักษณะ

10) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงตามหลักเกณฑ์ มีดังนี้

10.1) อาคารที่มีลักษณะเป็นห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว บ้านเดี่ยว หรือ บ้าน แผลดที่มีความสูงไม่เกินสองชั้นต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถือตามชนิด และขนาดที่เหมาะสมกับ สภาพของอาคารและวัสดุภายใน จำนวนคูหาละ 1 เครื่อง

10.2) อาคารอื่นนอกจากอาคารตาม (1) ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถือในแต่ละชั้นจำนวน 1 เครื่อง ต่อพื้นที่อาคารไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน 45 เมตร แต่ไม่น้อยกว่าชั้นละ 1 เครื่อง

10.3) การติดตั้งเครื่องดับเพลิง ต้องติดตั้งให้ส่วนบนสุดของตัวเครื่องสูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องติดตั้งไว้ในที่ที่สามารถมองเห็น และอ่านคำแนะนำการใช้ได้โดยสะดวก

10.4) เครื่องดับเพลิงต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา และสามารถนำมาใช้งานได้โดยสะดวก

11) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมต้องติดตั้งระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ตามหลักเกณฑ์มีดังนี้

11.1) อาคารที่มีลักษณะเป็นห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว บ้านเดี่ยว หรือ บ้านแฝดที่มีความสูงไม่เกินสองชั้นต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ติดตั้งอยู่ในอาคารอย่างน้อย 1 เครื่องทุกคูหา

11.2) อาคารที่มีความสูงเกินสองชั้นต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ติดตั้งอยู่ภายในอาคารอย่างน้อย 1 เครื่อง ทุกชั้นและทุกคูหา

11.3) อาคารอื่นนอกจากอาคารตาม 11.1 และ 11.2 ที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นในอาคารหลังเดียวกันเกิน 2,000 ตารางเมตร ต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ทุกชั้น

12) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมต้องมีช่องทางเดินภายในอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร

13) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมต้องมีทางหนีไฟ หรือ บันไดหนีไฟตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

14) อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นในอาคารหลังเดียวกันเกิน 2,000 ตารางเมตร ภายในอาคารต้องจัดให้มีระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองสำหรับกรณีฉุกเฉิน ได้แก่ แบตเตอรี่ หรือ เครื่องกำเนิดไฟฟ้า แยกเป็นอิสระจากระบบที่ใช้อยู่ตามปกติ และสามารถทำงานได้โดยอัตโนมัติเมื่อระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าปกติหยุดทำงาน ทั้งนี้ ระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองต้องสามารถจ่ายพลังงานไฟฟ้าได้เพียงพอสำหรับเครื่องหมายแสดงทางออกฉุกเฉิน ทางเดิน ห้องโถง บันได บันไดหนีไฟ และระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง

15) บ่อเกรอะ และบ่อซึมของส้วมของอาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามต้องอยู่ห่างจากแม่น้ำ คู คลอง หรือ แหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 10 เมตร เว้นแต่กรณีที่มีระบบกำจัดสิ่งปฏิกูลที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล และมีขนาดที่เหมาะสม

นอกจากนี้ มีข้อยกเว้นของสถานที่พักที่มีจำนวนห้องพักในอาคารเดียวกัน หรือหลายอาคารรวมกันไม่เกิน 4 ห้อง และมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกิน 20 คน ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือ บุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม และได้แจ้งให้นายทะเบียนทราบตามแบบที่รัฐมนตรีกำหนด ไม่เป็นโรงแรมของบทนิยามคำว่า “โรงแรม”

2.3 ความต้องการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

ความต้องการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นต้น ทั้งนี้ วิวัฒน์ อภิสิทธิ์ภิญโญ (2553) ระบุว่า ยังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตลาด แต่มีอิทธิพลต่อความต้องการและการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง (Location) กลุ่มอ้างอิง (Reference group) การคมนาคมขนส่ง (Logistics) ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.1 ทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจที่พักแรม และมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มลูกค้า รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การขนส่ง แหล่งแรงงาน และปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายประการ โดยพื้นฐานของธุรกิจแล้ว การเลือกทำเลที่ตั้งถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว ธุรกิจที่พักแรมนิยมเลือกทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ ที่ตั้งที่อยู่ในเขตเมืองหรือพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นจะได้รับความนิยมมากกว่า มีกลุ่มลูกค้ามากกว่าที่พักที่อยู่ในเขตพื้นที่ห่างไกล เนื่องจากลูกค้าสามารถเข้าถึงสถานที่อื่นๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ร้านค้าปลีก สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายของชำ ร้านซักรีด เป็นต้น

2.3.2 กลุ่มอ้างอิง

Czinkota and Ronkainen (1988) อธิบายว่า กลุ่มอ้างอิง คือกลุ่มที่มีความสำคัญต่อสังคมในกระบวนการซื้อของผู้บริโภคที่มีอย่างแพร่หลาย กลุ่มนี้มีความสำคัญกับคุณค่า และทัศนคติที่จะสร้างแรงจูงใจที่สำคัญกับพฤติกรรมซึ่งมีทั้งกลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติภูมิซึ่งอาจเป็นคนในครอบครัว หรือ คนอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคชื่นชม และอยากเลียนแบบหรือเอาเป็นแบบอย่าง นอกจากนี้ วุฒิสุขเจริญ (2555) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงนั้น มีระดับความรุนแรงแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับธรรมชาติของผู้บริโภคแต่ละคน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปัจจัยด้านสังคม โดยปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่น่าสนใจ ได้แก่ ข้อมูลและประสบการณ์ ของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการมาแล้ว มักจะไม่ขอคำปรึกษาจากใคร แต่ในขณะเดียวกันคนที่ไม่มีประสบการณ์จะมี

แนวโน้มที่จะขอคำแนะนำจากผู้อื่น (Majumdar, 2010) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแรมในโรงแรมระดับ 5 ดาว แต่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรงแรมในระดับอื่นๆ จนทำให้นักท่องเที่ยวลังเลใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงต้องการผู้มีประสบการณ์เข้าพักเป็นที่ปรึกษาหรือแนะนำเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ โดยอาศัยความน่าเชื่อถือ ความน่าสนใจ และความมีอำนาจของกลุ่มอ้างอิง ทั้งนี้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับการแนะนำจากผู้มีประสบการณ์แล้ว จะทำให้นักท่องเที่ยวอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ และพฤติกรรมได้ โดยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ กลุ่มครอบครัว คู่รัก สามภรรยา กลุ่มเพื่อน และเพื่อนในโซเชียลเน็ตเวิร์คซึ่งแต่ละกลุ่มมีความสำคัญแตกต่างกันไป

2.3.3 การคมนาคมขนส่ง

การคมนาคมขนส่ง นับว่าเป็นปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ใช้เป็นปัจจัยที่ไม่ใช่การตลาด เพราะการคมนาคมขนส่งจะนำพานักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้าพักแรมได้อย่างสะดวกสบายและมีความปลอดภัย เพราะหากขาดการคมนาคมขนส่งแล้วจะไม่สามารถเข้าถึงที่พักแรมได้เลย

2.3.4 ปัจจัยด้านความคุ้มค่า และคุณภาพ

วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) อธิบายว่า ความคุ้มค่า และคุณภาพถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก สืบเนื่องจากระบบการสื่อสารและข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่มากขึ้น และเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบ และสามารถเห็นตัวอย่างห้องได้ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการออกแบบตกแต่งสถานที่ และห้องพักให้มีความแตกต่าง และสวยงามอย่างมีเอกลักษณ์ และตั้งราคาให้เหมาะสมกับตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสการใช้บริการของนักท่องเที่ยว

2.3.5 ปัจจัยด้านการให้บริการ

การให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก เพราะว่าการบริการหรือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็วก็จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเป็นกระบอกเสียงแทนผู้ประกอบการส่งตรงไปยังลูกค้าท่านอื่นต่อไป ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมพนักงานที่จะต้องพบเจอลูกค้าให้มีทักษะ และความสามารถในการบริการลูกค้าได้อย่างดีด้วยมิตรไมตรีที่ดีและบริการด้วยใจ นอกจากนี้ การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าก็ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการอีก โดยสามารถทำได้โดยการทำการประชาสัมพันธ์ แจ้งข่าวโปรโมชั่นที่มีเนื้อหาโดนใจกลุ่มเป้าหมาย และไม่โฆษณาเกินจริง ถ้าหากมีการโฆษณาที่เกินจริงก็จะ

เป็นผลเสียกับผู้ประกอบการในภายหลังจากเนื่องจากการแสดงความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมาก

2.4 ภาพลักษณ์ของที่พัก

2.4.1 ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ คือ ความประทับใจที่เกิดขึ้นในการได้รับประสบการณ์จากการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นแนวคิดที่องค์กรธุรกิจต่างตระหนักถึงความสำคัญอย่างสูง โดยภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่บุคคลทั่วไปรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ได้จากนโยบายการดำเนินงานด้านต่างๆ ตามปกติ โดยบุคคลเหล่านั้นจะตีความหมายและสรุปจากสิ่งที่เขาได้ยินได้ฟังได้เห็น และรับรู้เกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด (Ditchter, 1985) โดยเป็นการระบุถึงภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ตั้งแต่การได้กลิ่น การมองเห็น การได้ยิน และการสัมผัสจนเกิดเป็นข้อมูลความเข้าใจและเกิดความประทับใจ ส่วนภาพลักษณ์ที่ผ่านการปรุงแต่งจะเป็นภาพลักษณ์ที่องค์กรใช้กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดสิ่งที่ต้องการ โดยจะเป็นจริงหรือไม่ก็ตาม ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์นั้นจะหยุดนิ่งหรือฝังใจ (MacInnis and Price, 1987) เป็นการประเมินเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า หรือ การเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยสามารถสร้างได้จากความจริงที่เกิดขึ้นจนเกิดความเข้าใจ รวมถึงสิ่งที่เป็นองค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริงและการประเมินโดยตัวบุคคล จนเกิดเป็นความจริงแห่งการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น (ธัญญา เชรฐา, 2532)

2.4.2 ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ในบทบาททางการตลาด โดยภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากหลาย ๆ ปัจจัยที่อยู่ภายใต้การควบคุมของธุรกิจนั้น ๆ และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่นำมาเป็นองค์ประกอบในการบริหารจัดการแล้ว สามารถแบ่งขอบเขตของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมทางการตลาดให้ชัดเจน โดยจำแนกออกเป็น 3 ประเภทคือ ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product or Service Image) ภาพลักษณ์ตราหือ (Brands Image) และภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือ องค์กร (Institutional Image)

2.4.2.1 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product or Service Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือธุรกิจนั้น ซึ่งสินค้า และบริการขององค์กรนั้นไม่ได้มีเพียงสินค้าหรือบริการเพียงตัวเดียว ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์และบริการทุกชนิด ที่อยู่ภายใต้การดูแล และรับผิดชอบขององค์กร หรือ องค์กรใดบริษัทหนึ่งซึ่งมีองค์ประกอบหลักของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และ

บริการ ก็คือ ความไว้วางใจ (Trust) ความมุ่งมั่น (Commitment) พันธะทางสังคม (Social Bonding) การติดต่อสื่อสาร (Communication) นอกจากนี้ Keller (1993) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และบริการคือภาพนึกคิดของประชาชนต่อสินค้า และบริการของบริษัทและองค์การ โดยยึดหลักการทางสังคมในหมู่ผู้ที่สนใจสินค้าและบริการเดียวกันโดยดูหลักความไว้วางใจ (Trust) และการติดต่อสื่อสาร (Communication) ทั้งนี้ Rizwan and Xian (2008) กล่าวว่าภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และบริการเกี่ยวกับการสื่อสาร (Communication) ไว้ว่า หากมีการติดต่อสื่อสารที่ดีระหว่างผู้บริโภค และผู้ใช้ก็จะเป็นการดึงดูดภาพลักษณ์ของตลาดตามที่กำหนดเป้าหมายไว้

2.4.2.2 ภาพลักษณ์ตราหือ (Brand Image) เป็นภาพที่เกิดในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือโดยยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brands) ไตราหนึ่งหรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ไตราเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักจะอาศัยวิธีการโฆษณา หรือ การส่งเสริมการขาย เพื่อบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะ หรือ จุดขาย ถึงแม้ว่าสินค้าหลายยี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกันแต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราหือถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัวโดยขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้านี้หรือโดยยี่ห้อหนึ่งที่บริษัทต้องให้ความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ ซึ่งมีองค์ประกอบหลักของภาพลักษณ์ตราสินค้าคือ คุณสมบัติ (Attribute) ประโยชน์ (Benefit) ทศนคติ (Attitude) บุคลิกภาพ (Personality) และคุณค่า (Value) นอกจากนี้ Keller (1993) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าคือสิ่งที่ถูกเลือกซื้อโดยผู้บริโภค และเป็นสิ่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่สามารถเลียนแบบได้ และถึงแม้ว่าสินค้านั้นจะสูญหายไปจากตลาดแล้วชื่อของสินค้าก็จะอยู่ในใจผู้บริโภคการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า โดยมีผลมาจากความเชื่อมโยงของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า (Brand Associated) ซึ่งอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค และ Keller มีองค์ประกอบทั้ง 5 ที่เหมือนกันกับ Kotler คือ คุณสมบัติ (Attribute) ประโยชน์ (Benefit) ทศนคติ (Attitude) บุคลิกภาพ (Personality) และคุณค่า (Value) ซึ่งสอดคล้องกับ Rizwan (2008) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์ หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคสะท้อนจากแบรนด์ โดยได้นำแนวคิดของ Keller มาปรับใช้ให้เป็นภาพลักษณ์ โดยมีองค์ประกอบดังนี้ คุณสมบัติ (Attribute) ประโยชน์ (Benefit) ทั้งการทำงาน ประสบการณ์ และสัญลักษณ์ ทศนคติ (Attitude) บุคลิกภาพ (Personality) และประสบการณ์ (experiences)

2.4.2.3 ภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือ องค์กร (Institutional Image) เป็นภาพที่เกิดในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรและสถาบันซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้า และบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงการบริหาร และการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการบุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ ซึ่งมีองค์ประกอบหลักของภาพลักษณ์สถาบัน หรือ องค์กร เป็นความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การบริการที่มีคุณภาพ

(Service Quality) และความจงรักภักดี (Loyalty) นอกจากนี้ Brown, Dacin, Pratt and Whetten (2006) กล่าวว่าภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือ องค์กร จะมีภาพลักษณ์ที่มุ่งเฉพาะตัวองค์กรอย่างเดียว ไม่รวมสินค้าที่จำหน่าย เช่น สถาบันที่รับผิดชอบต่อสังคม มีความเจริญก้าวหน้า ในขณะที่ Kotler กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การบริการที่มีคุณภาพ (Service Quality) คุณค่า (Value) และความจงรักภักดี (Loyalty)

2.4.3 ภาพลักษณ์กับธุรกิจโรงแรม

ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรม เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าโดยเฉพาะแขกที่เข้ามาในบริการในโรงแรมมักมีความคาดหวังก่อนการเข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้ผู้ประกอบการโรงแรมจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรม หากองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือสินค้า หรือ บริการมากขึ้นทำให้อยากเข้ามาใช้บริการ หรือ กลับมาใช้บริการซ้ำมากขึ้น นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมเป็นเสมือนเกราะป้องกัน เพราะเมื่อใดที่โรงแรมมีปัญหาด้านคุณภาพ หรือ ด้านเทคนิคการให้บริการ ถ้าหากโรงแรมนั้นมีภาพลักษณ์ที่ดี ก็จะทำให้ลูกค้าให้อภัยหรือไม่ใส่ใจต่อข้อบกพร่องนั้น แต่ถ้าหากโรงแรมเกิดปัญหาบ่อยครั้ง ก็อาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ให้เสียหายไปด้วย ส่วนโรงแรมใดที่มีภาพลักษณ์ไม่ดีอยู่แล้ว เมื่อเกิดปัญหาขึ้นลูกค้าก็จะมีความรู้สึกไม่ดีและจะโกรธมากกว่าปกติ เพราะลูกค้าเชื่อว่าองค์กรนั้น มีแต่คนไม่ดี เมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้นก็จะยิ่งย่ำกับความเชื่อเดิมของลูกค้า ยิ่งไปกว่านั้น ภาพลักษณ์ของโรงแรมยังมีผลกระทบต่อทัศนคติของคนในองค์กร โดยโรงแรมที่มีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้พนักงานมีความภาคภูมิใจ และทำให้มีความตั้งใจในการทำงานมากขึ้น เพื่อให้บริการที่ดีที่สุดต่อลูกค้า โดยถ้าพนักงานให้การบริการดีย่อมส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีตามไปด้วย

2.5 คุณภาพการบริการ

2.5.1 ความหมาย

คุณภาพบริการว่าเป็นการตัดสินใจของผู้รับบริการไม่ใช่น้ำหนักของผู้ให้บริการ โดยคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับผู้รับบริการที่ได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการอย่างไร วัดได้จากผลต่างของความคาดหวังกับการบริการที่ลูกค้าได้รับ (Feigenbam, 1997) โดยการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับการบริการนั้น เป็นการรับรู้ในขณะที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ โดยจะประเมินคุณภาพบริการหลังจากการบริการสิ้นสุดลงโดยผู้รับบริการจะพิจารณาว่าการบริการที่ได้รับสามารถตอบสนองตรงต่อความต้องการ และทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และมีความพึงพอใจหรือไม่ (Gronroos, 1984) มีความหมายใกล้เคียงกับ Juran (1964) ที่อธิบายว่าคุณภาพบริการ หมายถึงความเหมาะสมกับการใช้งานการเป็นไปตามความต้องการ หรือ สอดคล้องกับข้อกำหนดที่ให้บริการได้

กำหนดไว้ สอดคล้อง Crosby (1979); Deming (1986) อธิบายว่าเป็นผลผลิตของคุณภาพของการออกแบบ และคุณภาพของความสอดคล้องในการดำเนินกิจกรรมที่จะนำมาซึ่งความภาคภูมิใจแก่ผู้เป็นเจ้าของผลงาน

2.5.2 องค์ประกอบคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการ Gronroos (1984) ได้กำหนดไว้ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นมืออาชีพ และเป็นผู้มีความชำนาญ (Professionalism and skill) ด้านทัศนคติ และพฤติกรรม (Attitudes and Behavior) ด้านการเข้าถึง และความยืดหยุ่น (Accessibility and Flexibility) ด้านความเที่ยงตรง และความไว้วางใจ (Reliability and Trustworthiness) ด้านการปรับข้อผิดพลาดจากการให้บริการ (Service Recovery) ด้านภูมิทัศน์ของการบริการ (Service scape) และด้านความมีชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ต่อมา Gronroos (1990) ได้จำแนกคุณภาพการบริการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้รับบริการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการในขณะที่เผชิญหน้ากัน (Service Encounters) ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ประกอบด้วย 3 ด้าน ประกอบด้วย คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image Corporate) นอกจากนี้ Donabedian (1988) ได้อธิบายองค์ประกอบของคุณภาพไว้ว่าองค์ประกอบของคุณภาพอยู่พื้นฐานของทฤษฎีระบบ ซึ่งอาจจำแนกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ โครงสร้าง (Structure) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Outcome) ประกอบด้วย โครงสร้าง (Structure) กระบวนการ (Process) ผลลัพธ์ (Outcome)

2.5.3 การวัดคุณภาพบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้พัฒนาเป็นเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL ประกอบไปด้วยปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) มีข้อคำถาม ทั้งหมด 21 ข้อ มีปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ จำนวน 5 ประการ มีดังนี้

2.5.3.1 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง บุคลากรบริการมีความสามารถในการบริการอย่างถูกต้อง (Accurate performance) และไว้วางใจ (Assurance) มีการให้บริการตามที่สัญญาไว้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีความผิดพลาดน้อยที่สุด หรือ ไม่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นเลย มีดังนี้

- 1) ให้บริการตรงตามที่สัญญาที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่อ่อนเข้ารับบริการ

- 2) การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ เมื่อลูกค้าประสบปัญหา
- 3) ให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำตั้งแต่ในการให้บริการครั้งแรก
- 4) ให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนด หรือ สัญญาไว้กับลูกค้าล่วงหน้าก่อน

เข้ารับบริการ

- 5) การบอกระยะเวลาในการให้บริการที่แน่นอนกับลูกค้า

2.5.3.2 การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การแสดงให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกว่าคุณให้บริการมีความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการ (Competence) มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างดี มีความสุภาพ และเป็นมิตร (Courtesy) มีความอ่อนน้อมกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ มีความซื่อสัตย์ และสร้างความมั่นใจ (Credibility) ให้กับผู้รับบริการได้ รวมถึงการแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความปลอดภัย (Security) ในการเข้ารับบริการ มีดังนี้

- 1) บุคลากรมีความรู้ ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ

- 2) การสร้างความปลอดภัย และความรู้สึกไม่เสี่ยงเมื่อเข้ารับบริการ

- 3) มีกิริยามารยาทที่สุภาพอ่อนน้อม

- 4) พนักงานบริการต้องมีความรู้ ความชำนาญเฉพาะทางสามารถตอบข้อซักถาม หรือ ให้คำแนะนำกับผู้ที่ให้บริการได้อย่างกระจ่างชัด ตรงประเด็น และเข้าใจง่าย

2.5.3.3 รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้สำหรับการรองรับผู้รับบริการ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จัดเตรียมไว้รองรับลูกค้า มีความสวยงามทันสมัย บุคลากรมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ

- 1) ความทันสมัยของอุปกรณ์ในการให้บริการ

- 2) สภาพแวดล้อมของสถานที่ในการบริการต้องมีความเหมาะสม มีป้ายบอกขั้นตอนต่าง ๆ บอกสถานที่ต่าง ๆ เหมาะสมต่อการเข้ารับบริการ รวมถึงรู้สึกปลอดภัย

- 3) ความเหมาะสมของการแต่งกายของพนักงานผู้ให้บริการ

- 4) ความเหมาะสมของวัสดุ อุปกรณ์ในการให้บริการ และพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

- 5) ความสะดวกของช่วงเวลาการให้บริการ

2.5.3.4 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) โดยผู้ให้บริการต้องมีทักษะ หรือ มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารได้ดี (Good Communication) เข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) การให้ความสนใจ และเข้าใจในความต้องการของลูกค้า หรือ ผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่ รวมถึงให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของลูกค้า หรือ ผู้รับบริการเป็นสำคัญ มีดังนี้

1) ให้ความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง ให้บริการลูกค้าประดุจญาติมิตรของพนักงานเอง

2) เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกต่อลูกค้า

3) ให้ข้อมูลต่าง ๆ ของกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า

4) การถือประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ

5) มีความสามารถในการเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างชัดเจน

2.5.3.5 การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการ หรือ บุคลากรด้านการบริการ มีความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) แสดงออกถึงความพร้อม ยินดีให้บริการเสมอ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)

2.6 ผลกระทบการดำเนินธุรกิจที่มีต่อธุรกิจอื่น

ไทม์มั้น ลัญญ์นดี (2559) ได้เขียนบทความ “แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ในประเทศไทย และทั่วโลกทำให้ความยุ่งยากในการหาที่พักสะดวกมากยิ่งขึ้น” โดยในส่วนหนึ่งของบทความได้นำเสนอผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวได้นำเสนอผลกระทบไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ผลกระทบต่อกิจการโรงแรมต่าง ๆ ผลกระทบต่อตลาดบ้านเช่า และผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต มีรายละเอียด ดังนี้

2.6.1 ผลกระทบต่อกิจการโรงแรมต่าง ๆ

ธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมายกำหนดได้รับคำร้องเรียนจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม เช่น มีคำร้องเรียนที่แอร์บีเอ็นบีได้รับมากที่สุดนั้น คือ การที่ธุรกิจแอร์บีเอ็นบีแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมอย่างไม่ยุติธรรม เพราะผู้ประกอบการหรือ เจ้าของที่พักจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายน้อยกว่า และไม่จำเป็นต้องเสียค่าปรับ คำนึงถึงเรื่องสุขภาพ และความปลอดภัยในมาตรฐานเท่ากันอย่างที่ระบุไว้ในใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรม และไม่ต้องจ่ายภาษีด้วย แต่อย่างไรก็ตามผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตลาดโรงแรมนี้ไม่แน่นอนเสมอไป โรงแรมหรูที่มีแบรนด์ และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้เข้าพัก ได้พิสูจน์แล้วว่ามิถุนันคัมกันต่อการแข่งขันต่อตลาดแบบ Ad Hoc ผลกระทบจึงมีต่อกลุ่มโรงแรม 2-3 ดาวนั้นที่เรื่องราคา คือ กฎเกณฑ์สำคัญ คือ ผู้ที่โต้แย้งกับธุรกิจของแอร์บีเอ็นบีอ้างว่าการให้บริการของแอร์บีเอ็นบีได้เพิ่มขนาดพื้นที่ในพายมากกว่าครองพื้นที่ขึ้นส่วนเล็ก ๆ

2.6.2 ผลกระทบต่อตลาดบ้านเช่า

ธุรกิจบ้านเช่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากแอร์บีเอ็นบีด้วยทำธุรกิจให้เช่าบ้านพักอาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองใหญ่ต่าง ๆ อย่างเมืองนิวยอร์ก และซานฟรานซิสโก การเช่าบ้านแบบระยะยาวมีให้บริการน้อยลงแล้ว โดยที่มีการให้เช่าแบบระยะสั้นผ่านระบบปฏิบัติการอย่างเช่น แอร์บีเอ็นบีสูงขึ้นเป็นที่โต้แย้งกันว่า การให้บริการรูปแบบนี้กระตุ้นให้เจ้าของกิจการหลีกเลี่ยงการให้เช่าแบบระยะยาวเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่เช่าที่พักแบบระยะสั้นซึ่งเป็นการทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวลดลง ผู้เช่าที่พักอาศัยยังคงปล่อยที่พักอาศัยนั้นให้เช่าต่อกับแอร์บีเอ็นบีกระทบต่อการได้ประโยชน์จากเงินสนับสนุนจากรัฐบาลซึ่งทำให้เกิดปัญหาต่อครอบครัวระดับชนชั้นกลางแอร์บีเอ็นบีโต้แย้งว่าการขาดแคลนที่อยู่อาศัยในเมืองต่าง ๆ เกิดจากนโยบายการพัฒนาที่ดินที่มีข้อจำกัดมากกว่า ปัญหาด้านความต้องการซื้อ และความต้องการขายในตลาดการให้เช่า นอกจากนี้ยังเป็นที่โต้แย้งว่าเจ้าของบ้านระดับชนชั้นกลาง คือ ผู้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากการให้เช่าแบบระยะสั้น เพราะเจ้าของบ้านสามารถหารายได้พิเศษซึ่งสามารถช่วยให้เจ้าของบ้านจ่ายค่าเช่าที่สูงเกินไปในตอนแรกได้

2.6.3 ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต

ผู้พักอาศัยชั่วคราวสามารถกลายเป็นปัญหาได้มากกว่าผู้พักอาศัยแบบระยะยาว ผู้พักอาศัยหลายรายที่อยู่ในย่านชุมชนที่เป็นที่นิยมของแอร์บีเอ็นบี มีคำร้องเรียนจำนวนมากต่อลูกค้าของแอร์บีเอ็นบีที่จัดงานสังสรรค์เสียงดัง และทำลายบรรยากาศเงียบสงบในประเทศอเมริกาบางเมืองมีการรวมตัวของนักท่องเที่ยวอย่างแข็งขัน เพื่อจัดการกับปัญหานี้อย่างจริงจังในเมืองออสติน รัฐเท็กซัส ซึ่งเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในการรวมตัวกันของนักท่องเที่ยวได้กำหนดระดับของการส่งเสียง และการถือครองที่อยู่อาศัย โดยห้ามไม่ให้กระทำการเก้งก้าง และจัดงานสังสรรค์ในการเช่าที่พักอาศัยแบบระยะสั้นในเมืองไมอามีมีคำร้องเรียนในเรื่องของเสียงและการให้เช่ากับผู้พักอาศัยชั่วคราวที่มากเกินไปจะมีค่าปรับถึง 20,000 ดอลลาร์กับผู้ทำผิดกฎหมายการให้เช่าแบบระยะสั้น

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (Airbnb) โดยสามารถสรุปได้ว่า 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักในห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลายของห้องพัก ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้า นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า ปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจ

เข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของแตกต่างกัน

อนาวิล อ่อนสำอางค์ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านลักษณะทางการภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติค โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการมีสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมครบถ้วน ปัจจัยภายในโรงแรมมีการจัดแสงสีที่สวยงาม ปัจจัยภายในโรงแรมมีกลิ่นหอมธรรมชาติ ปัจจัยการออกแบบสัญลักษณ์ของโรงแรมสวยงาม และปัจจัยโรงแรมมีเสียงเพลงที่เข้ากับบรรยากาศ

ธัญภรณ์ เจียรนนทนา (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทบูติคโฮเต็ลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทบูติคโฮเต็ล คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคา ความสะอาด และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกและทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านบุคลากร

ศศิโสเม ดวงรักษา (2558) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัย และพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัด ชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรม โดยรวมด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับมาก

การะเกด แก้วมรกต (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการมากที่สุด และมากกว่าทุกปัจจัยซึ่งถือได้ว่าลักษณะทางกายภาพกระบวนการ บุคลากร ผลิตภัณฑ์ และการบริการของโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ลูกค้ารับรู้ และเป็นสิ่งจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการโรงแรมได้มากที่สุดโดยเฉพาะเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยสูงสุดของโรงแรมไม่ว่าจะเป็นภายในบริเวณโรงแรมซึ่งไม่มีจุดที่อันตราย ลานจอดรถยนต์ที่เพียงพอต่อความต้องการ มีระบบโครงสร้างของตึกที่มั่นคงปลอดภัยได้มาตรฐานบริเวณรอบ ๆ โรงแรมมีความสะอาด มีการพัฒนาปรับปรุงการบริการโดยอาศัยข้อมูลจากความคิดเห็นของลูกค้า มีบริการที่สะดวก รวดเร็ว พนักงานแต่งกายและมีกิริยา

สุขภาพ มีความกระตือรือร้นในการทำงานดูแลเอาใจใส่ และเต็มใจให้บริการ มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมได้เป็นอย่างดี

กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมของผู้บริโภคโดยกำหนดปัจจัยในการศึกษา 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงาน หรือ การบริการ ปัจจัยด้านระบบความปลอดภัย โดยผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ในขณะที่ชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับสภาพห้องพักมากกว่าปัจจัยอื่น และเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่าชาวไทยไม่ว่าอยู่ในวัยใด ต่างก็ให้ความสำคัญค่าห้องพักมากที่สุด ส่วนชาวต่างชาติ ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับอัตราค่าห้องพักเป็นอันดับแรก แต่ชาวต่างชาติที่มีอายุ 25-30 ปี กลุ่มอายุ 55 ปี เห็นสภาพห้องพักเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ส่วนชาวต่างชาติเหล่านั้นมีปัจจัยในการเลือกโรงแรมต่างกันตามกลุ่มรายได้

ชดากร สถิตย (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รวมถึงการศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วรรณวิษา หนูมา และโสเมศย์ สุนธยาธร (2561) ความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพฯ พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จัก และเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพฯ

คุณานันท์ สุขพาสน์เจริญ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนา รูปแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย พบว่า โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ และการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัญหาอุปสรรค แนวทางในการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย จำนวนพนักงานในองค์กร ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ การบริหารจัดการ การตลาดบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ มีผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

ทศพร แก้วขวัญไกร ศราวุฒิ กุตาวัน และสุพรรณิ สิงห์แก้ว (2557) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจรีสอร์ท กรณีศึกษาเรือนางรองรีสอร์ทเมื่อนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจรีสอร์ท ได้แก่ โครงสร้างการบริหารงาน การวางแผน งบประมาณ การจัดการด้าน

ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม การประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ธุรกิจ

พงศ์สฎา เณลิมกลิ่น วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และนันทนา อุ่นเจริญ (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย: หลักฐานเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาศักยภาพกลยุทธ์เครือข่ายธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การรับรู้ความรุนแรงทางการแข่งขัน และการตระหนักรู้ถึงความสัมพันธ์ทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย 4 มิติ ได้แก่ 1) ความสามารถในการแบ่งปันความรู้ 2) การผสมผสานการดำเนินการดำเนินการร่วมกัน 3) การรักษาสิทธิประโยชน์ร่วมกันบนพื้นฐานความไว้วางใจ 4) การร่วมสร้างคุณค่าวัฒนธรรมต่างองค์กร สำหรับศักยภาพกลยุทธ์เครือข่ายมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับโอกาสทางการตลาด และความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน

ณดา ทับทิมจรรยา (2561) ได้ศึกษาการประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อรองรับ Prosumer 4.0 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ และการเสริมศักยภาพของการประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในโรงแรม เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ยกกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนากลยุทธ์ และการตลาดแนวใหม่ พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดเล็กให้มีมาตรฐานเทียบเท่านานาชาติ และส่งเสริมการนำส่งคุณค่าความประทับใจสู่ลูกค้า

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มีตัวแปรที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.8.1 ปัจจัยสถานการณ์ของธุรกิจที่พัก ปัจจัยศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก และปัจจัยผลกระทบของธุรกิจที่พักในมิติต่าง ๆ รวมถึงการสังเคราะห์ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่พักส่งผลกระทบต่อส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และแนวทางการลดผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย คุณานันท์ สุขพาสณ์เจริญ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย พบว่า โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ และการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัญหาอุปสรรค แนวทางในการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย จำนวนพนักงานในองค์กร ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการบริหารจัดการ การตลาดบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ มีผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุรัศมี ธนุสิงห์ และวราวัชต์ มัธยมบุรุษ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติค กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา

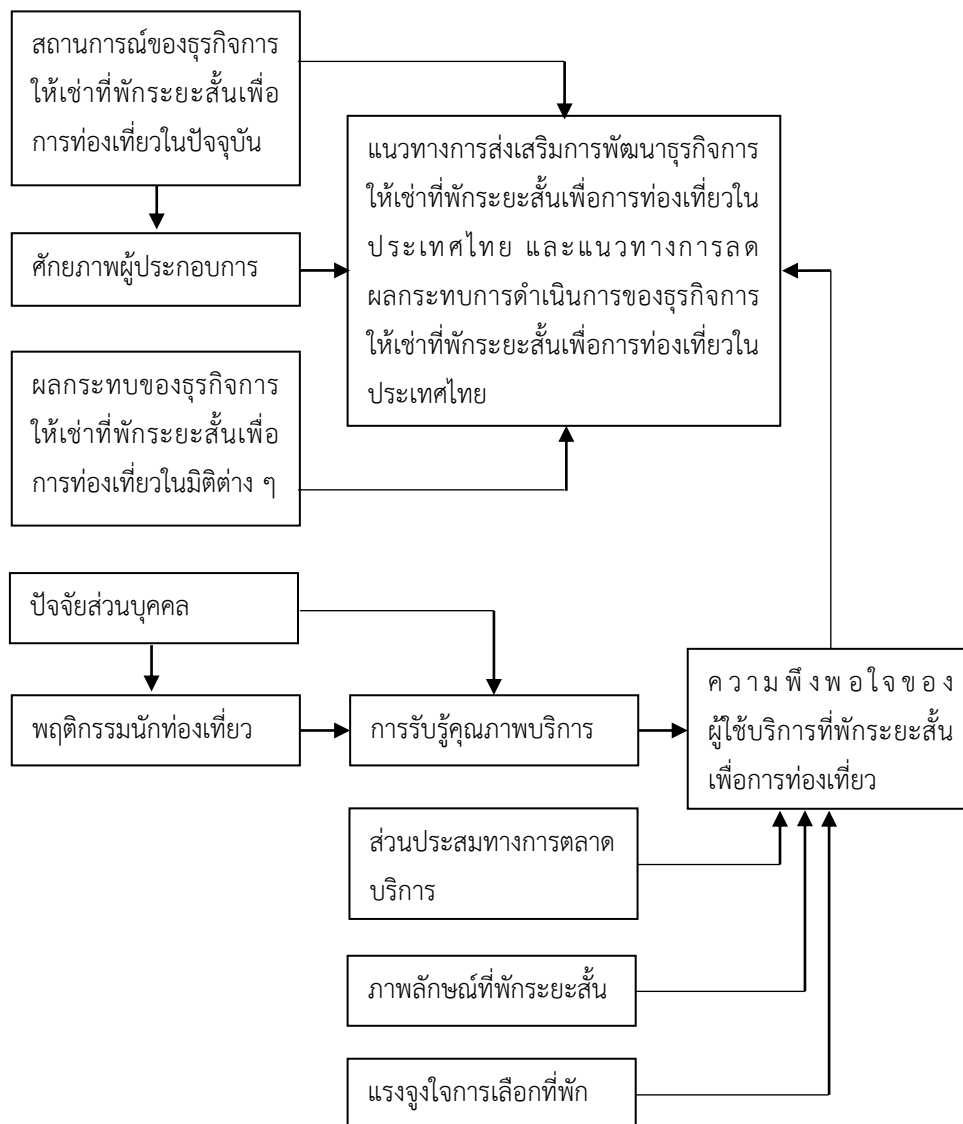
เวลเนส สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มิติการจัดองค์กร มิติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มิติด้านการบริการ และมิติด้านตลาดบริการ ส่งผลต่อการบริหารจัดการโรงแรมบูติกระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ ทศพร แก้วขวัญไกร ศราวุฒิ กุตาวัน และสุพรรณิ สิงห์แก้ว (2557) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจรีสอร์ท กรณีศึกษาเรือนางรองรีสอร์ทเมื่องนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจรีสอร์ท ได้แก่ โครงสร้างการบริหารงาน การวางแผนงบประมาณ การจัดการด้านทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม การประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกธุรกิจ รวมถึงงานวิจัยของ พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และนันทนา อุ่นเจริญ (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย: หลักฐานเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลยุทธ์เครือข่ายธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การรับรู้ความรุนแรงทางการแข่งขัน และการตระหนักรู้ถึงความสัมพันธ์ทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย 4 มิติ ได้แก่ 1) ความสามารถในการแบ่งปันความรู้ 2) การผสมผสานกำลังการดำเนินการร่วมกัน 3) การรักษาสิทธิประโยชน์ร่วมกันบนพื้นฐานความไว้วางใจ 4) การร่วมสร้างคุณค่าวัฒนธรรมต่างองค์กร สำหรับศักยภาพกลยุทธ์เครือข่ายมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับโอกาสทางการตลาด และความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึง ฌตา ทับทิมจรรย์ (2561) ได้ศึกษาการประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อรองรับ Prosumer 4.0 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และการเสริมศักยภาพของการประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาไว้ในโรงแรมเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ยกกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนากลยุทธ์ และการตลาดแนวใหม่ พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดเล็กให้มีมาตรฐานเทียบเท่านานาชาติ และส่งเสริมการนำเสนอคุณค่าความประทับใจสู่นักท่องเที่ยว

2.8.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และแรงจูงใจเลือกที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก อนาวิล อ่อนสำอางค์ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน การจัดแสงสีที่สวยงาม มีกลิ่นหอมที่เป็นธรรมชาติ การออกแบบสัญลักษณ์ของโรงแรม และบรรยากาศของโรงแรม มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติค เช่นเดียวกับ ธัญญธรณ์ เจียรนันทนา (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทบูติคโฮเต็ล ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคา ความสะอาด และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกและทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทบูติคโฮเต็ล รวมถึง ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ได้ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัย และพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ กระบวนการ บุคลากร ผลิตภัณฑ์ และการบริการ ช่องทางการจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความสะดวกสบาย อัตราค่าห้องพัก สภาพห้องพัก การต้อนรับของพนักงาน หรือ การบริการ และระบบความปลอดภัย มีผลต่อการใช้โรงแรม สอดคล้องกับ ชดากร สถิตย์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักโรงแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ รวมถึงการศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ปณณพร บุญรังสี และประสพชัย พสุนนท์ (2561) ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป ห้องพัก และบุคลากร และการบริการส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม รวมถึงการได้รับรางวัลมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

2.8.3 การรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของธุรกิจการให้เข้าพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจการให้เข้าพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก วรรณวิษา หนูมา และโสเมศชัย สุนธยาธร (2561) ได้ศึกษาความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จัก และเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท เพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพฯ นอกจากนี้ วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก พบว่า ปัจจัยด้านความคุ้มค่า และคุณภาพ ความหลากหลายของห้องพัก การให้บริการ ความสัมพันธ์ลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพัก ส่วนปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องแบบที่มีคนท้องถิ่น นอกจากนี้ ชดากร สถิตย์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักโรงแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยตัวแปรทั้งหมดนั้น นำมาลำดับและจัดความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อจะนำไปสู่การจัดทำแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เข้าพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และแนวทางการลดผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เข้าพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยได้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ต้องการศึกษา ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ
3. เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย
5. เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 ประชากร

ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาคที่มีธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนห้องพักสูงสุดในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต (BLT Bangkok, 2017)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรการหาผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณไม่ทราบกลุ่มประชากรของ Cochran (1953) โดยที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95 และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 มีดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P) Z^2}{d^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม โดยใช้โอกาสสูงสุด คือ 50 มีค่าเท่ากับ 0.50

Z = ระดับความเชื่อมั่นโดยกำหนดที่ร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 1.96

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนกำหนดไว้ที่ร้อยละ 5 มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{0.50(1-0.50) 1.96^2}{0.05^2}$$

$$= 384.16$$

มีจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างจาก 4 จังหวัด ที่มีธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนห้องพักสูงสุดในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดภูเก็ต (BLT Bangkok, 2017) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 385 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างเป็น 1,540 ตัวอย่าง

วิธีการการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง ใช้การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Selection Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจให้ข้อมูลกับผู้วิจัยเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ

3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือเป็นแบบสอบถามแบบ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม จำนวน 4 ตอน มีดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการบริการ เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ของที่พักระยะสั้นในมุมมองของนักท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 5 แรงจูงใจการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ตอนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ถึง ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตรประมาณค่า ตามแบบของลิเคิร์ต มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก มีความหมายดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 2 หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 3 หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับ 4 หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับ 5 หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.1.4 การสร้าง และการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

การสร้าง และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

2) สร้างแบบสอบถามจากคำนิยามศัพท์เฉพาะ

3) นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิประจำโครงการวิจัยเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเป็นการตรวจสอบว่า ข้อคำถามครอบคลุมเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และคำนิยามศัพท์เฉพาะหรือไม่ รวมถึงพิจารณาความเหมาะสมของภาษาในแต่ละข้อคำถาม และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับแก้ไขเบื้องต้น

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญรวบรวมเป็นชุดแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ราย เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา และเสนอแนะเพิ่มเติม โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปเท่านั้น (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) และปรับปรุงข้อคำถามตามที่ยุเชี่ยวชาญเสนอแนะ

5) นำแบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ตามดัชนีความสอดคล้องรวบรวมเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อทดลองเก็บกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ราย และนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์เพื่อหาความเที่ยงโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) (Cronbach, 1951) โดยคัดเลือกข้อคำถามแต่ละด้านและทั้งฉบับมีค่าความเที่ยงมากกว่า หรือ เท่ากับ .70 ขึ้นไป (Burns and Grove, 1997)

3.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เพื่อการวิเคราะห์ และประมวลผลคำนวณแสดงผลเป็นตาราง มีขั้นตอนดังนี้

3.1.5.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) พร้อมทั้ง นำเสนอเป็นตาราง ประกอบความเรียงท้ายตาราง

3.1.5.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ถึงแบบสอบถามตอนที่ 6 ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ในภาพรวมรายด้าน และรายข้อ โดยนำเสนอเป็นตาราง พร้อมทั้งอธิบายความเรียงท้ายตาราง โดยมีเกณฑ์การแปรผลค่าเฉลี่ย (สรชัย พิศาลบุตร, 2548) ดังแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงเกณฑ์การแปรผลค่าเฉลี่ย

ช่วงคะแนน	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

3.1.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีดังนี้

2) ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ เป็นการอธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1

3) ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณภาพการบริการ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ถึงแบบสอบถามตอนที่ 4

3.2 วิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นบุคคล และกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามแนวคิดของ McMillan and Suhumacher (1997) กำหนดจำนวน 100 คน ดังนี้

3.2.1.1 ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 คน รวมจำนวน 40 คน

3.2.1.2 เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่ทำหน้าที่ควบคุม ดูแลกฎ ระเบียบมาตรฐานการบริการให้เช่าที่พัก เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 10 ราย

3.2.1.3 นายกสมาคมโรงแรมไทย นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมไทยตะวันออก นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ และกรรมการบริหารสมาคม รวมจำนวน 10 คน

3.2.1.4 นักท่องเที่ยว และผู้พักอาศัยประจำที่อยู่ใกล้เคียงกับบ้านพัก หรือ ห้องพักที่ให้เช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 คน รวมจำนวน 40 คน

เมื่อลงพื้นที่ลงสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลภาคสนามใน 4 จังหวัดที่กำหนดไว้ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต พัทยา และกรุงเทพฯ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมจำนวน 187 คน

3.2.2 การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยใช้การเลือกให้ข้อมูลสำคัญ (Purposive Selection) โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มบุคคลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีรายชื่ออยู่แล้วว่า เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว และใช้ควบคู่กับวิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่ต้องการแล้วโดยใช้การแนะนำของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับตนเองสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วน และเพียงพอ

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือหลาย ๆ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบตรวจสอบรายการทรัพยากร (Resources Audit) เป็นการสังเกต (Observation) และใช้ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์ในรูปของการสนทนา (Conversation) แบบบันทึกรายการเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่ม (Focus Group) มีรายละเอียดดังนี้

3.2.3.1 แบบการตรวจตรวจสอบทรัพยากร เป็นวิธีการแบบสังเกตการณ์ที่มีเค้าโครงกำหนดไว้ล่วงหน้า (Structure Observation)

3.2.3.2 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) มีประเด็นดังนี้

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 2) บริบทธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในต่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรค การบังคับใช้กฎหมาย ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค การดำเนินธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวที่มีต่อภาคธุรกิจที่พักของประเทศไทย

3.2.3.3 เครื่องมือทางการบริหาร และจัดการใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยเทคนิค SWOT Analysis เป็นแนวคิดของ Humphrey (1960); Learned et al. (1969); Kerin, Hartley, and Rudelius (2008) ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก

3.2.4 การสร้าง และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีดังนี้

- 1) ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบ และสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง
- 2) พัฒนาแบบการตรวจตรวจสอบรายการทรัพยากรของที่พักให้เช่าระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว
- 3) สร้างแบบสัมภาษณ์ที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ รวมถึงแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการประเมินศักยภาพ และประเมินผลกระทบของธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยว
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเป็นการตรวจสอบเครื่องมือว่ามีความเป็นตัวแทน หรือ ครอบคลุมเนื้อหาหรือไม่ โดยพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ และนิยามศัพท์เฉพาะ รวมถึงพิจารณาความเหมาะสมของภาษาในแต่ละข้อคำถาม พร้อมทั้งแก้ไขตามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญ

5) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และรวบรวมเป็นชุดแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 187 ราย ซึ่งจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งนี้ นักวิจัยต้องตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลให้เป็นข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงด้วยการอ่านทวนคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญฟังในทุก ๆ ครั้งที่จบประเด็นสัมภาษณ์ในแต่ละประเด็น ซึ่งหมายความว่าทุก ๆ ครั้งที่จบการสัมภาษณ์ในแต่ละประเด็นสัมภาษณ์ทุก ๆ ประเด็น ผู้สัมภาษณ์จะต้องอ่านทวนคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญฟังทุกครั้งเพื่อยืนยันว่าคำตอบที่ผู้สัมภาษณ์จดมีความหมายตรงกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้เป็นการตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลไปในตัว และการประชุมกลุ่มย่อยในจังหวัดต่าง ๆ รวม 4 ครั้ง มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าร่วมรวมจำนวน 187 คน มีรายละเอียดดังนี้

1) กรุงเทพฯ จัดประชุม ณ ห้องประชุม อาคาร 33 นวัตกรรม: ศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี ผู้เข้าร่วมจำนวน 87 คน

2) จังหวัดภูเก็ต โรงแรมภูเก็ตธานี มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 30 คน

3) จังหวัดเชียงใหม่ ห้องประชุมภัตตาคารเรือนแพ มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 32 คน

4) จังหวัดชลบุรี เฮลท์แลนด์รีสอร์ทแอนด์สปาพัทยา มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 29 คน

เมื่อกระบวนการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นให้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาลงรหัส และทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.2.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารทั้งหน่วยงานของรัฐบาล และเอกชนที่เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และหนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ใช้แนวคิดของ Colaizzi (1978) มีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

3.2.6.1 นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากเครื่องบันทึกเสียง และ/หรือ การจดบันทึกข้อมูลจากภาคสนามมาพิจารณาหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่รวบรวมได้ และพิจารณาในประเด็นที่สำคัญ

3.2.6.2 นำข้อมูลกลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้งอย่างละเอียด เพื่อให้การตีความตรงตามสาระสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ไว้ และทำการตั้งข้อความ หรือ ประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง

3.2.6.3 จัดหมวดหมู่ และประเภทของข้อมูล โดยการนำข้อความ หรือ ประโยคที่มีความหมายเหมือนกัน และ/หรือ ใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน มีการสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความ หรือ ทุกประโยค เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถย้อนกลับมาสืบค้นประเด็นได้ ต่อจากนั้นตั้งชื่อคำสำคัญซึ่งจะจัดเป็นประเด็นหลัก (Themes) และประเด็นย่อยที่อยู่ภายใต้ความหมายของประเด็นหลัก (Sub-Theme)

3.2.6.4 อธิบายข้อค้นพบอย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่อง และกลมกลืนกันระหว่างข้อความ หรือ ประโยค ความหมาย และประเด็นต่าง ๆ โดยในขั้นตอนนี้ต้องพยายามสกัด หรือ ตัดข้อมูลประเด็นที่ไม่จำเป็น หรือ ประเด็นไม่เกี่ยวข้องทิ้ง

3.2.6.5 เขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียด และชัดเจน โดยจะไม่มี การนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

3.2.6.6 ตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อสรุปไปให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตรวจสอบว่าเป็นความจริงตามที่บรรยาย และอธิบายมาหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์ และเป็นข้อค้นพบจากการให้ข้อมูลจริงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัย และคณะใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบตรวจสอบรายการ (Resources Audit) เป็นการสังเกต (Observation) รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการประชุมกลุ่ม (Focus Group) และนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ
3. เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย
5. เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

มีผลการศึกษาเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาศถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย และการพักผ่อนเพื่อการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศไทย

4.1.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

ปี พ.ศ.2562 มีผู้เยี่ยมเยือนระหว่างประเทศเดินทางมาประเทศไทย จำนวน 39 ล้านคน มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 4.24 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2561 ปี พ.ศ.2561 มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 7.27 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2560 และปี พ.ศ.2560 มีการขยายตัวของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 9.41 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2559 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2559-2562

เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือน						
	จำนวน (คน)				การขยายตัวของนักท่องเที่ยว		
	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559	62/61	61/60	60/59
มกราคม	3,718,504	3,531,483	3,197,053	2,996,442	+5.30	+10.46	+6.69
กุมภาพันธ์	3,603,654	3,552,119	2,966,522	3,080,535	+1.45	+19.74	-3.70
มีนาคม	3,473,088	3,494,645	3,018,411	2,927,226	-0.62	+15.78	+3.12
เมษายน	3,195,006	3,096,067	2,853,288	2,627,809	+3.20	+8.51	+8.58
พฤษภาคม	2,726,808	2,737,834	2,600,624	2,459,093	-0.40	+5.28	+5.76
มิถุนายน	3,052,287	3,013,304	2,731,072	2,422,998	+1.29	+10.33	+12.71
กรกฎาคม	3,327,198	3,177,088	3,099,409	2,949,102	+4.72	+2.51	+5.10
สิงหาคม	3,466,456	3,229,031	3,188,148	2,883,594	+7.35	+1.28	+10.56
กันยายน	2,902,731	2,636,115	2,600,279	2,416,821	+10.11	+1.38	+7.59
ตุลาคม	3,042,282	2,704,002	2,725,943	2,252,775	+12.51	-0.80	+21.00
พฤศจิกายน	3,358,592	3,170,996	3,039,567	2,452,457	+5.92	+4.32	+23.94
ธันวาคม	3,930,800	3,835,510	3,571,662	3,060,736	+2.48	+7.39	+16.69
รวม	39,797,406	38,178,194	35,591,978	32,529,588	+4.24	+7.27	+9.41

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และกีฬา (ณ วันที่ 12 ธันวาคม 2562)

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่กระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยซึ่งมีความสวยงามของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สวยงามแตกต่างกันออกไป จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า 10 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเมืองหลักที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง การคมนาคมสะดวกสบาย ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดที่สูงที่สุด 10 อันดับ

ลำดับที่	จังหวัด	จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน			สัดส่วนเยี่ยมเยือนชาวไทย		สัดส่วนเยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ	
		รวม (คน)	ชาวไทย (%)	ชาวต่างประเทศ (%)	นักท่องเที่ยว	นักทัศนาจร	นักท่องเที่ยว	นักทัศนาจร
1	กรุงเทพฯ	65,534,281	63.6	36.4	61.4	38.6	94.1	5.9
2	ชลบุรี	18,211,539	47.1	52.9	71.0	29.0	97.8	2.2
3	ภูเก็ต	14,409,212	28.2	71.8	91.9	8.1	95.8	4.2
4	เชียงใหม่	10,863,150	70.0	30.0	75.0	25.0	91.2	8.8
5	นครราชสีมา	9,857,627	98.0	2.0	58.3	41.7	69.9	30.1
6	กาญจนบุรี	9,461,614	94.8	5.2	38.0	62.0	41.6	58.4
7	เพชรบุรี	9,064,796	94.0	6.0	44.7	55.3	2.8	27.2
8	พระนครศรีอยุธยา	8,349,613	75.5	24.5	21.5	78.5	18.1	81.9
9	ระยอง	7,761,662	92.9	7.1	61.7	38.3	79.2	20.8
10	สงขลา	7,628,813	60.5	39.5	76.4	23.6	92.1	7.9

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา

www.mots.go.th/old/ewt_dl_link.php?nid=11931

จากตารางที่ 3 จังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 65,534,281 คน คิดเป็นชาวไทยร้อยละ 63.6 และชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาเป็นจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 18,211,539 คน คิดเป็นชาวไทยร้อยละ 47.1 และชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 52.9 ของจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งหมด และจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 14,409,212 คน คิดเป็นชาวไทยร้อยละ 28.2 คน และชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 71.8 ของจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งหมด

ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาพำนักระหว่างประเทศ ค่าใช้จ่ายต่อคนโดยเฉลี่ย และรายได้
การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ.2557-2561

รายการ	ปี พ.ศ.2557	ปี พ.ศ.2558	ปี พ.ศ.2559	ปี พ.ศ.2560	ปี พ.ศ.2561
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	24,809,683	29,923,185	32,529,588	35,591,978	38,178,194
ระยะเวลาพำนักระหว่างประเทศ (วัน)	9.83	9.47	9.56	9.52	9.29
ค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท/วัน)	4,808.92	5,142.18	5,237.62	5,404.10	5,289.72
ดอลลาร์สหรัฐ/วัน	148.06	150.14	148.37	159.23	163.72
รายได้การท่องเที่ยว (ล้านบาท)	1,172,798.17	1,457,150.28	1,633,154.68	1,831,104.99	1,876,136.90
ล้านดอลลาร์สหรัฐ	36,108.32	42,544.53	46,265.01	53,951.24	58,066.76

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>)

จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีอย่างต่อเนื่อง ปี พ.ศ.2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.08 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557, ปี พ.ศ.2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.01 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2558, ปี พ.ศ.2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.60 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2559 และปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.77 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2560 ส่วนจำนวนวันที่พักค้างในประเทศไทยนั้นมีการเพิ่มขึ้น และลดลงในแต่ละปี โดยเฉลี่ยแล้วลดลงไม่มาก ส่วนรายได้ที่เกิดจากการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย
ปี พ.ศ. 2557-2561

รายการ	ปี พ.ศ.2557	ปี พ.ศ.2558	ปี พ.ศ.2559	ปี พ.ศ.2560	ปี พ.ศ.2561
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	24,809,683	29,923,185	32,529,588	35,591,978	38,178,194
ระยะเวลาพำนักรโดยเฉลี่ย (วัน)	9.83	9.47	9.56	9.52	9.29
ค่าใช้จ่ายต่อคนโดยเฉลี่ย (บาท/วัน)	4,809	5,142	5,238	5,404	5,290
ที่พัก	1,450	1,526	1,530	1,556	1,507
อาหาร และเครื่องดื่ม	935	1,000	1,049	1,110	1,118
บริการท่องเที่ยว	183	197	200	209	204
พาหนะในการเดินทาง	489	511	527	530	518
ซื้อสินค้าที่ระลึก	1,142	1,251	1,278	1,331	1,285
เพื่อการบันเทิง	549	587	579	583	481
การรักษาพยาบาล	-	-	-	-	91
เบ็ดเตล็ด	61	70	74	85	86
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	1,172,798	1,457,150	1,633,155	1,831,105	1,876,137

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>)

จากตารางที่ 5 พบว่า รายได้ที่เกิดจากการพักผ่อนเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อย ได้แก่ ปี พ.ศ.2558 มีอัตราการเพิ่มของค่าใช้จ่ายด้านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.92 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายใน ปี พ.ศ.2557, ปี พ.ศ.2559 มีอัตราการเพิ่มของค่าใช้จ่ายด้านที่พักเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.86 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในปี พ.ศ.2558, ปี พ.ศ.2560 มีอัตราการเพิ่มของค่าใช้จ่ายด้านที่พักเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.16 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในปี พ.ศ.2559 และพ.ศ.2561 มีอัตราการเพิ่มของค่าใช้จ่ายด้านที่พักลงร้อยละ 2.10 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในปี พ.ศ.2560

ตารางที่ 6 จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ระยะเวลาพำนักร ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย รายได้จากการท่องเที่ยว และจำนวนผู้เข้ามาเข้าพักของชาวไทย และชาวต่างประเทศ
ปี พ.ศ.2557-2561

รายการ	รายการย่อย	ประเภทผู้เยี่ยมเยือน	ปี พ.ศ.2557	ปี พ.ศ.2558	ปี พ.ศ.2559	ปี พ.ศ.2560	ปี พ.ศ.2561
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	รวม	รวม	227,654,055	249,074,211	265,387,106	289,823,283	303,019,212
		ชาวไทย	170,248,107	185,110,333	198,787,598	217,996,565	227,774,133
		ชาวต่างประเทศ	57,405,948	63,963,878	66,599,508	71,826,718	75,245,079
	จำนวนนักท่องเที่ยว	รวม	147,408,632	159,191,352	168,971,647	184,094,768	192,474,950
		ชาวไทย	98,902,213	106,841,284	114,552,814	125,471,265	130,867,897
		ชาวต่างประเทศ	48,506,419	52,350,068	54,418,833	58,623,503	61,607,053
	จำนวนนักท่องเที่ยว	รวม	80,245,423	89,882,859	96,415,459	105,728,515	110,544,262
		ชาวไทย	71,345,894	78,269,049	84,234,784	92,525,300	96,906,236
		ชาวต่างประเทศ	8,899,529	11,613,810	12,180,675	13,203,215	13,638,026
	ระยะเวลาพำนักรโดยเฉลี่ย (วัน)	รวม	3.13	3.10	3.15	3.11	3.07
		ชาวไทย	2.64	2.61	2.57	2.52	2.50
		ชาวต่างประเทศ	4.13	4.10	4.36	4.36	4.29

ตารางที่ 6 (ต่อ)

รายการ	รายการย่อย	ประเภทผู้เยี่ยมเยือน	ปี พ.ศ.2557	ปี พ.ศ.2558	ปี พ.ศ.2559	ปี พ.ศ.2560	ปี พ.ศ.2561
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	ผู้เยี่ยมเยือน	รวม	2,964.31	3,183.23	3,431.38	3,646.75	3,843.70
		ชาวไทย	2,116.62	2,248.72	2,329.96	2,421.30	2,526.30
		ชาวต่างประเทศ	4,311.18	4,658.31	5,103.23	5,510.06	5,853.84
	นักท่องเที่ยว	รวม	3,267.86	3,523.78	3,805.50	4,056.44	4,283.55
		ชาวไทย	2,377.53	2,534.77	2,631.46	2,740.91	2,865.60
		ชาวต่างประเทศ	4,428.25	4,808.71	5,262.22	5,683.80	6,038.82
	นักทัศนอาจร	รวม	1,218.78	1,313.46	1,368.45	1,431.14	1,490.32
		ชาวไทย	1,161.76	1,229.58	1,276.23	1,329.04	1,380.76
		ชาวต่างประเทศ	1,675.96	1,878.65	2,006.19	2,146.59	2,268.72
	รายได้การท่องเที่ยว (ล้านบาท)	รวม	1,605,701.38	1,857,010.98	2,155,188.96	2,470,724.03	2,698,310.23
ผู้เยี่ยมเยือน		ชาวไทย	703,663.62	803,073.31	882,204.76	989,613.29	1,071,342.10
		ชาวต่างประเทศ	902,037.76	1,053,937.67	1,272,984.20	1,481,110.74	1,626,968.13
สถานประกอบการ ที่พักแรม	จำนวนห้อง	รวม	550,627	650,643	682,824	743,107	746,400
	อัตราการเข้าพัก	รวม	58.06	65.12	66.99	70.58	71.16
		รวม	123,021,835	136,006,051	145,179,569	159,479,565	166,706,140
	จำนวนผู้ที่มาเข้าพัก	ชาวไทย	76,427,598	85,508,120	92,715,544	102,918,219	107,483,918
		ชาวต่างประเทศ	46,594,237	50,497,931	52,464,025	56,561,346	59,222,222

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>)

จากตารางที่ 6 พบว่า ข้อมูลตั้งแต่ ปี พ.ศ.2557 ถึง ปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.55 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2557, จำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.74 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2558, จำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.84 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2559 และจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.53 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2560

ปริมาณจำนวนห้องพัก ระหว่างปี พ.ศ.2557 ถึง ปี พ.ศ.2562 พบว่า มีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปีอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ จำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.16 เมื่อเทียบกับจำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2557, จำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.94 เมื่อเทียบกับจำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2558, จำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.82 เมื่อเทียบกับจำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2559 และจำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.44 เมื่อเทียบกับจำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2560

จำนวนห้องพักที่เพิ่มขึ้นทุกปีระหว่างปี พ.ศ.2557 ถึง ปี พ.ศ.2561 คิดเป็นร้อยละของการเพิ่มร้อยละ 18.16, 4.94, 8.82 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.44 ตามลำดับนั้น เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ระหว่างปี พ.ศ.2557 ถึง ปี พ.ศ.2561 มีอัตราการเข้าพักคิดเป็นร้อยละ 58.06, 65.12, 66.99, 70.58 และอัตราการเข้าพัก 71.16 ตามลำดับ จากตัวเลขยังสะท้อนว่า ธุรกิจที่พักมีจำนวนห้องพักมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก หรือ เกิด Over Supply ในธุรกิจพักรม

1.2 จำนวนโรงแรม และเกสต์เฮาส์ในภาพรวมของประเทศไทย

1.2.1 จำนวนโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ในประเทศไทย

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคมได้ทำการสำรวจธุรกิจที่พักในประเทศไทย ประกอบด้วย สถานประกอบการโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท และที่พักแรมระยะสั้นอื่น ๆ ทั่วประเทศ ตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 (Thailand Standard Industrial Classification TSIC-2009) ซึ่งจัดอยู่ในประเภทหมวดใหญ่ I หมวดย่อย 55 ที่พักแรมซึ่งเป็นการให้บริการที่พักแรมระยะสั้นที่จัดตั้งโดยจดทะเบียน และไม่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ยกเว้นกิจกรรม 55901 การบริการห้องพัก หรือ ที่พักอาศัยสำหรับนักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลสรุปดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการสำรวจจำนวนที่พักแรม ระหว่างปี พ.ศ.2553-2561 จำแนกตามรายภูมิภาค

ภูมิภาค	ปี พ.ศ.2553		ปี พ.ศ.2555		ปี พ.ศ.2557		ปี พ.ศ.2559		ปี พ.ศ.2561	
	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวนสถาน ประกอบการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวนห้อง	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวนห้อง
กรุงเทพฯ	294	58,586	683	80,077	704	87,626	728	88,176	1,226	99,346
กลาง	1,467	87,172	2,406	120,414	2,532	112,757	3,273	129,394	6,439	192,930
เหนือ	1,078	43,789	1,922	72,186	1,854	61,483	2,321	65,812	4,960	108,618
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,091	35,573	1,151	39,571	1,215	39,422	2,204	51,941	4,977	95,350
ใต้	1,490	78,034	3,703	145,728	3,713	155,741	4,128	146,206	6,789	225,257
ทั่วประเทศ	5,420	303,154	9,865	457,976	10,018	457,029	12,654	481,529	24,391	721,501

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม (www.nso.go.th)

จากข้อมูลในตารางที่ 7 พบว่า การสำรวจจำนวนสถานประกอบการ และจำนวนห้องพักแรมซึ่งเป็นการให้บริการที่พักแรมระยะสั้นที่จัดตั้งโดยจดทะเบียน และไม่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 เมื่อพิจารณาตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 ถึง ปี พ.ศ.2561 นั้น จำนวนสถานประกอบการ และจำนวนห้องพักการเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ปี พ.ศ.2553 มีจำนวนห้องพัก 303,154 ห้อง ส่วนปี พ.ศ.2561 มีจำนวนห้องพัก 721,501 ห้อง เมื่อคิดอัตราการเพิ่มของห้องพักคิดเป็นร้อยละ 137.99 ซึ่งเมื่อนำจำนวนเทียบกับอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ในตาราง 6 แล้วพบว่าธุรกิจที่พักยังเกิด Over Supply

ตารางที่ 8 จำนวนโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ปี พ.ศ.2561 จำแนกตามรายภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนโรงแรม (แห่ง)	จำนวนห้องพัก (ห้อง)	ประเภทโรงแรม			
			1	2	3	4
1. กรุงเทพมหานคร	710	106,025	95	339	187	89
2. ภาคเหนือ	1,699	49,919	1,163	321	157	58
3. ภาคตะวันออก- เฉียงเหนือ	2,479	57,001	1,958	274	154	93
4. ภาคกลาง	1,650	55,316	988	349	258	55
5. ภาคตะวันออก	793	50,240	401	213	144	35
6. ภาคใต้	2,332	106,253	1,266	613	335	118
รวม	9,663	424,754	5,871	2,109	1,235	448

ที่มา: ส่วนการรักษาความสงบเรียบร้อย 3

(<https://multi.dopa.go.th/omd3/news/cate6/view30>)

จากตารางที่ 8 จำนวนโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ปี พ.ศ.2561 ที่มีห้องพักมากที่สุดในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องพัก 106,025 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 24.96 รองลงมา เป็นภาคใต้ มีจำนวน 106,253 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 25.01 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนห้องพัก 57,001 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 13.41 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบผลสำรวจจำนวนที่พักแรม ปี พ.ศ.2561 กับโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ปี พ.ศ.2561

ภูมิภาค	ปี พ.ศ.2557		ปี พ.ศ.2559		ปี พ.ศ.2561		ปี พ.ศ.2561		เปรียบเทียบกับที่พัก	
	(สำนักงานสถิติแห่งชาติ)		(สำนักงานสถิติแห่งชาติ)		(สำนักงานสถิติแห่งชาติ)		(กรมการปกครอง)		ที่จัดแจ้งกับกรมการปกครอง	
	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวน ห้องพัก	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวน ห้อง	จำนวน สถาน ประกอบการ	จำนวน ห้อง	จำนวนสถาน ประกอบการ	จำนวนห้อง	จำนวนสถาน ประกอบการ	จำนวนห้อง
กรุงเทพฯ	704	87,626	728	88,176	1,226	99,346	710	106,025	- 516	+ 6,679
กลาง	2,532	112,757	3,273	129,394	6,439	192,930	1,650	55,316	- 4,789	- 137,614
เหนือ	1,854	61,483	2,321	65,812	4,960	108,618	1,699	49,919	- 3,261	- 58,699
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,215	39,422	2,204	51,941	4,977	95,350	2,479	57,001	- 2,498	- 38,349
ใต้	3,713	155,741	4,128	146,206	6,789	225,257	2,332	106,253	- 4,457	- 119,004
ทั่วประเทศ	10,018	457,029	12,654	481,529	24,391	721,501	9,663	424,754	- 14,728	- 296,747

ที่มา: การคำนวณของนักวิจัย

ข้อมูลในตารางที่ 9 คณะนักวิจัยพยายามหาวิธีการคำนวณ หรือ วิธีการได้มาซึ่งตัวเลขที่จะใช้อ้างอิงข้อมูลสถานที่พักที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย นักวิจัยจึงได้ค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือได้อยู่บนฐานข้อมูลภายในปีเดียวกันแล้วนำมาเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อให้ผลต่างของข้อมูลทั้งสองชุด โดยใช้ผลการสำรวจจำนวนที่พักแรม ระหว่างปี พ.ศ.2553-2561 จำแนกตามรายภูมิภาค จากตารางที่ 7 ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม (www.nso.go.th) นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลจำนวนโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ปี พ.ศ.2561 จำแนกตามรายภูมิภาค ตามตารางที่ 8 ซึ่งเก็บรวมโดยส่วนการรักษาสงบเรียบร้อย 3 กรมการปกครองได้ผลข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนที่พักที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย พบว่า ส่วนต่างจากการเปรียบเทียบ คือ จำนวนสถานที่พักที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย มีจำนวน 14,728 แห่ง และมีจำนวนห้องพัก จำนวน 296,747 ห้อง

2. สถานการณ์ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามจังหวัดที่มี ยอดพักมากที่สุด

การสำรวจของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) เกี่ยวกับผู้ให้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมดที่อยู่ในแพลตฟอร์มของ Airbnb ในประเทศไทย มีจำนวนบ้านพักทั้งหมด 43,223 แห่ง โดยบ้านพักในกรุงเทพฯ มีจำนวน 10,566 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 97 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 129 บ้านพักในเชียงใหม่ มีจำนวน 4,084 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 118 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 163 บ้านพักในจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 9,033 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 81 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 154 และบ้านพักในเกาะสมุย มีจำนวน 4,725 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 78 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 133

จังหวัดภูเก็ต จำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจจองที่พักที่อยู่บนแพลตฟอร์มให้เช่าที่พัก เช่น Airbnb โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศใช้บริการ เฉลี่ยคืนละ 3,000 คน เกาะภูเก็ตมีที่พักระยะสั้นที่ลงทะเบียนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวนกว่า 12,000 แห่ง ปี พ.ศ.2560 ผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มในจังหวัดภูเก็ต สรุปยอดผู้เข้าพัก จำนวนกว่า 70,000 คน จากนักท่องเที่ยวกว่า 130 ประเทศ ทั้งนี้ จำนวนผู้เข้าพักเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 66 ของจำนวนนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2559 และในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ของจังหวัด เช่น ตรุษจีน มีผู้เข้าพักถึง 8,300 คน จากจำนวนผู้เข้าพักดังกล่าวทำรายได้รวมสูงถึง 937 ล้านบาท หรือ คิดเป็นเงินสกุล USD\$ เป็นจำนวนเงิน 29.7 ล้านบาทสหรัฐ โดยมีจำนวนเจ้าของที่พักในท้องถิ่น และผู้ให้บริการที่พักมืออาชีพเข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวรวดเร็วที่สุดในประเทศไทย รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยภาคเหนือได้ประกาศจุดยืนทางการตลาดท่องเที่ยวว่า เป็นเมืองที่สร้างสรรค์ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยวัฒนธรรม และกลายเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของคนทั่วโลก ดังนั้น ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจึงเติบโตถึงร้อยละ 71 ด้วยการบริการที่พักที่ และการได้รับประสบการณ์รูปแบบใหม่ให้กับผู้พักได้สัมผัสแก่นแท้ของอารยธรรมล้านนาที่ตุนมาเยือนจากผู้คนในท้องถิ่นที่ต้องการถ่ายทอดความชอบ และความสนใจของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เปิดโอกาสให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม ตั้งแต่การท่องเที่ยววิถีชีวิตของชุมชน เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรมชาติพันธุ์ชาวม้ง การเรียนรู้ภูมิปัญญาของท้องถิ่น ปี พ.ศ.2560 ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ระบุว่า มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จำนวนกว่า 160,000 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ จำนวนกว่า 135 ประเทศ ซึ่งเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2560 มีอัตราการเข้าพักที่เพิ่มสูงขึ้น คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 71 โดยนักท่องเที่ยวจะได้เปิดประสบการณ์การพักในที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน โดยมีโฮสต์เป็นคนในท้องถิ่นที่ร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว

พทยา มีจำนวนผู้เข้าพักที่ใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ในการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จำนวนกว่า 120,000 คน รายได้จากการให้เช่าที่พักโดยปกติ 1,615 ดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นเงินสกุลบาทไทยเป็นเงิน 55,600 บาท จำนวนคืนให้เช่าที่พักต่อเจ้าของที่พักต่อปี รวม 31 คืน

3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

ข้อมูลที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ในแพลตฟอร์มให้เช่าที่พัก ในปี พ.ศ.2560 พบว่า มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศกว่า 185 ประเทศที่เดินทางท่องเที่ยว และใช้ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่งผลให้เจ้าของที่พักมีรายได้จำนวนกว่า 2,100 ดอลลาร์สหรัฐ (67,000 บาท) จากการให้เช่าที่พัก 29 คืน/ปี ทั้งนี้ การให้เช่าที่พักดังกล่าวทำให้เพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของที่พักที่เป็นประชาชน และครอบครัวทั่วไป เจ้าของที่พักในประเทศไทยต้อนรับผู้เข้าพัก จำนวนกว่า 1.2 ล้านคน และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักระยะสั้น จำนวนกว่า 400,000 คน และในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ของประเทศไทย ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีต่าง ๆ เจ้าของที่พักชาวไทยจะมีรายได้มากกว่า 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นรายได้จากการให้เช่าที่พักที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นในสัปดาห์ทั่วไปในประเทศไทย

ตารางที่ 10 จังหวัดที่มีผู้เช่าโดยจองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุด 5 จังหวัด หรือ พื้นที่

จังหวัด	จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	รายได้จากการให้เช่า ที่พักโดยปกติ	จำนวนคืนให้เช่าที่พัก ต่อเจ้าของที่พักต่อปี
กรุงเทพฯ	480,000	2,300 ดอลลาร์สหรัฐ (79,110 บาท)	49 คืน
เชียงใหม่	160,000	1,980 ดอลลาร์สหรัฐ (68,170 บาท)	37 คืน
พัทยา	120,000	1,615 ดอลลาร์สหรัฐ (55,600 บาท)	31 คืน
เกาะสมุย	60,000	5,375 ดอลลาร์สหรัฐ (184,890 บาท)	29 คืน
ภูเก็ต	70,000	2,820 ดอลลาร์สหรัฐ (96,940 บาท)	29 คืน

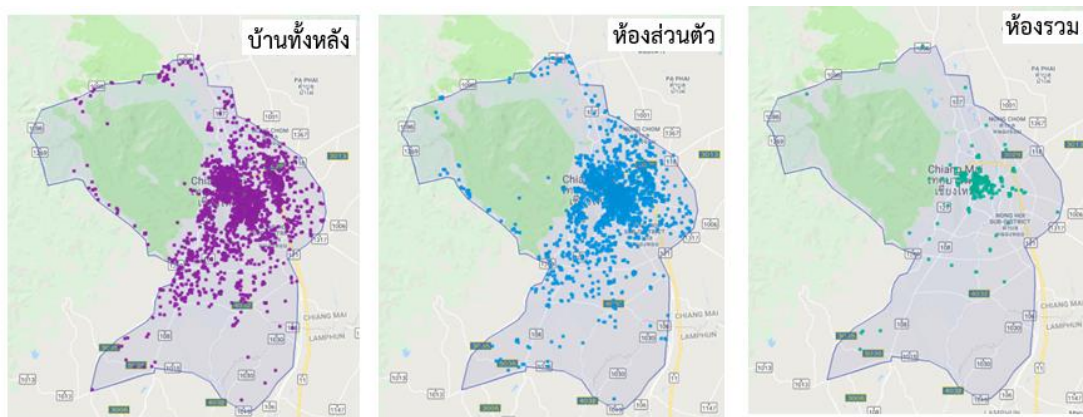
ที่มา: แพลตฟอร์ม Airbnb (2019)

จากตารางที่ 10 พบว่า จังหวัด หรือ พื้นที่ที่มีผู้เข้าพักมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ มีจำนวนผู้เข้าพัก มีจำนวน 480,000 คน รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 160,000 พัทยา มีจำนวน 120,000 คน เกาะสมุย มีจำนวน 60,000 คน และจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 70,000 คน ตามลำดับ นอกจากนี้ จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ หมวดสถิติการท่องเที่ยว และกีฬา

เมื่อพิจารณาจากตัวเลขของการพักแรมกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งไม่ใช่ที่พักที่ประเภทโรงแรม นั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของบริษัทวิจัย www.airdna.com ในเดือนกันยายน 2562 เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจองที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ประเภทโรงแรม โดยซื้อจากบริษัทวิจัย Airdna ในเดือนกันยายน 2562 โดยคณะผู้วิจัยเลือกจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวสูงสุดในแต่ละภูมิภาคเลือกมา 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา และกรุงเทพมหานคร มีข้อมูลดังนี้

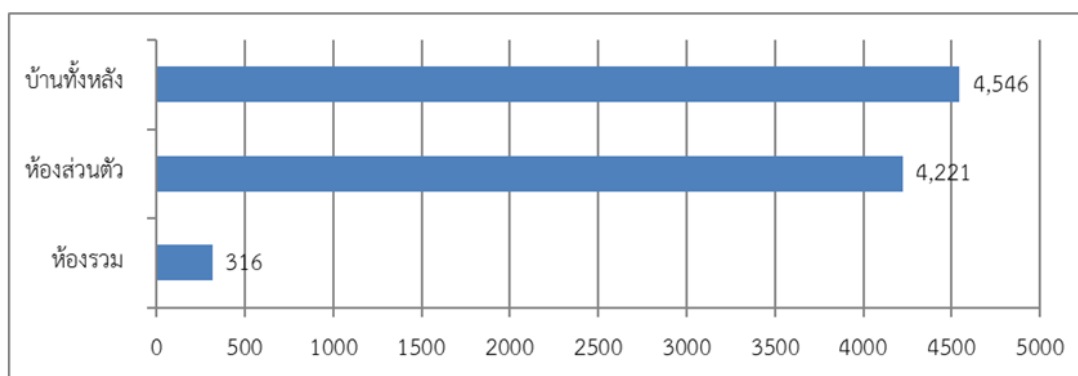
1. จังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรม โดยข้อมูลที่น่าเสนอเป็นข้อมูลที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)



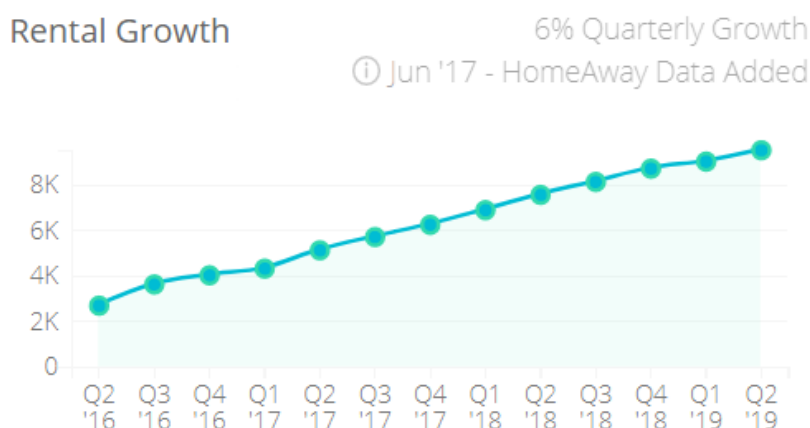
ภาพที่ 4 ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในจังหวัดเชียงใหม่

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 3 และภาพที่ 4 แสดงจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 8,983 แห่ง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะเป็นบ้านเป็นหลัง มีจำนวน 4,546 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาจองที่พักมีลักษณะเป็นห้องส่วนตัว มีจำนวน 4,221 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.98 และจองที่พักที่เป็นลักษณะพักรวมกับบุคคลอื่น มีจำนวน 316 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.01 ของจำนวนที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนที่พักระยะสั้นในจังหวัดเชียงใหม่เฉพาะที่มีการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และ Home Away มีจำนวนทั้งสิ้น 8,983 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 4,546 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.60 ห้องพักรวมตัว จำนวน 4,221 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.98 และห้องพักรวม 316 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.01 ทั้งนี้ คำนวณจากการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb คิดเป็นร้อยละ 96.00 จองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away คิดเป็นร้อยละ 2.00 และการจองผ่านแพลตฟอร์มทั้ง 2 แพลตฟอร์ม คิดเป็นร้อยละ 2.00 ของจำนวนแพลตฟอร์มทั้งหมดตามลำดับ

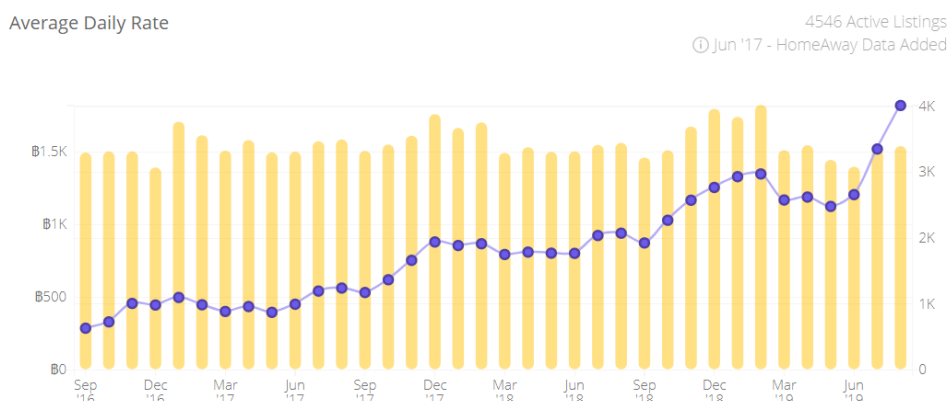
ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมจำแนกเป็นที่พักเป็นแบบห้องสตูดิโอ จำนวน 354 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.00 ที่พักแบบ 1 ห้องนอน จำนวน 2,106 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.00 ที่พักแบบ 2 ห้องนอน จำนวน 828 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.00 ที่พักแบบ 3 ห้องนอน จำนวน 542 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 12.00 ที่พักแบบ 4 ห้องนอน จำนวน 381 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.00 และที่พักแบบ 5 ห้องนอนขึ้นไป จำนวน 335 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกเป็นราคาตามประเภทของที่พัก ได้แก่ บ้านทั้งหลัง คิดเป็นเงิน 1,537 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องส่วนตัว ราคา 990 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องรวม 370 บาทต่อวัน (ลดลงร้อยละ 2.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562

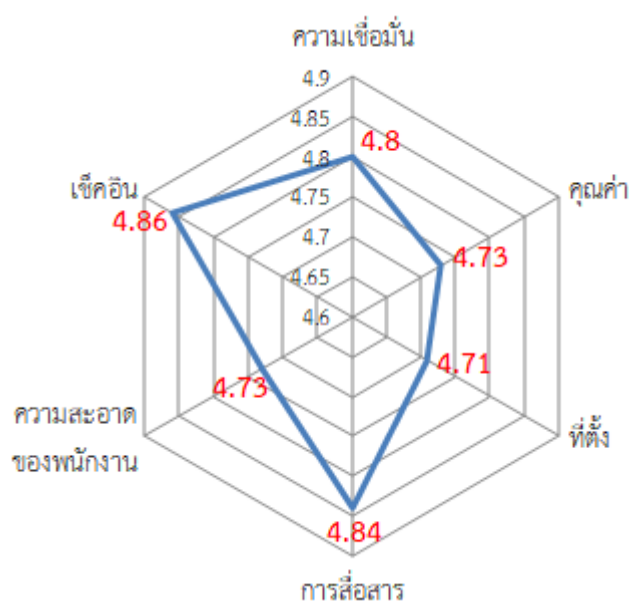
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราการเติบโตของอุปสงค์ในการจองห้องพักตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2559 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2562 มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยในเดือนกันยายน พ.ศ.2559 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 633 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 7,039 ครั้ง และในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 4,016 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 57,703 ครั้ง

บริษัท Airdna ได้ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมที่จองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และจองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away พบว่า คะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$) มีประเด็นการประเมินประกอบด้วย ความเชื่อมั่น การเช็คอิน ความสะอาดของพนักงาน คุณค่า ที่ตั้ง และการสื่อสาร มีรายละเอียดคะแนน ดังแสดงในภาพที่ 7

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ที่พักประเภทโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครเดินทางเข้ามาพักมากที่สุด มีจำนวน 3,022 คน รองลงมาเป็นชาวจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 1,536 คน จังหวัดนนทบุรี มีจำนวน 140 คน จังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 108 คน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า

นักท่องเที่ยวจากชาวฮ่องกงนิยมพักในที่พักระยะสั้นมากที่สุด มีจำนวน 3,513 คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศ สิงคโปร์ จำนวน 3,293 คน นิวยอร์ก มีจำนวน 2,230 คน ลอนดอน มีจำนวน 1,647 คน ลอสแอนเจลิส มีจำนวน 1,329 คน และซานฟรานซิสโก มีจำนวน 1,253 คน ตามลำดับ เมื่อได้เข้ารับการบริการเช่าที่พักแล้วแพลตฟอร์มให้ผู้เช่าพักประเมินความพึงพอใจ มีผลประเมินดังแสดงในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ผลประเมินที่ความพึงพอใจของลูกค้าจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

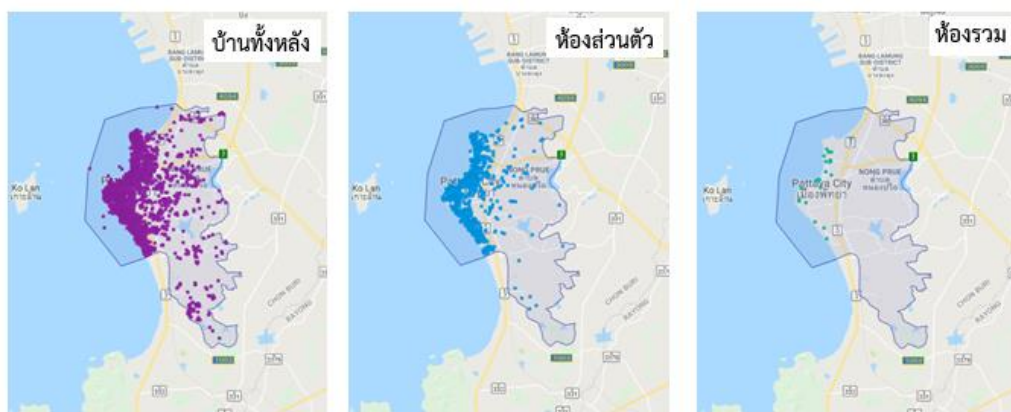
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 7 พบว่า คะแนนโดยรวมที่ได้รับจากลูกค้าที่เข้าพัก Airbnb อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.69$, จากระดับคะแนน 5.00) โดยจำแนกเป็นรายด้าน ประกอบด้วย ด้านการเช็คอินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.86$) ด้านการสื่อสารอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.84$) ด้านความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.80$) และด้านคุณค่าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.73$) ด้านความสะอาดของพนักงานอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.73$) และด้านที่ตั้งอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.71$) ตามลำดับ

2. เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

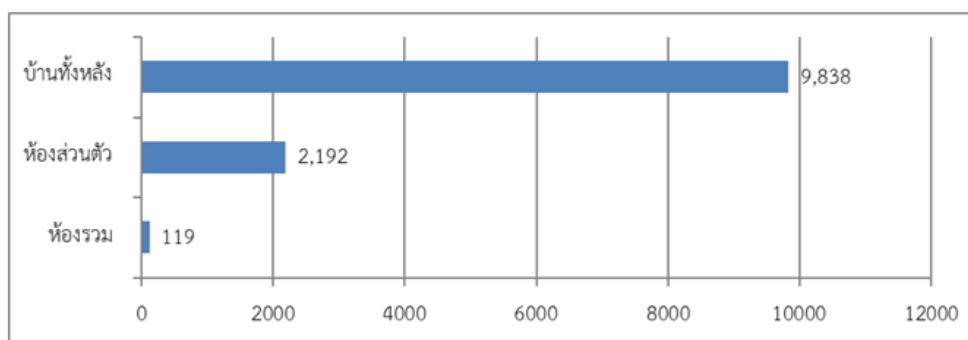
นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรม โดยข้อมูลที่น่าเสนอเป็นข้อมูลที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยว

เลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านทั้งหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 8 การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อ กันยายน 2562)



ภาพที่ 9 ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นเมืองพัทยา

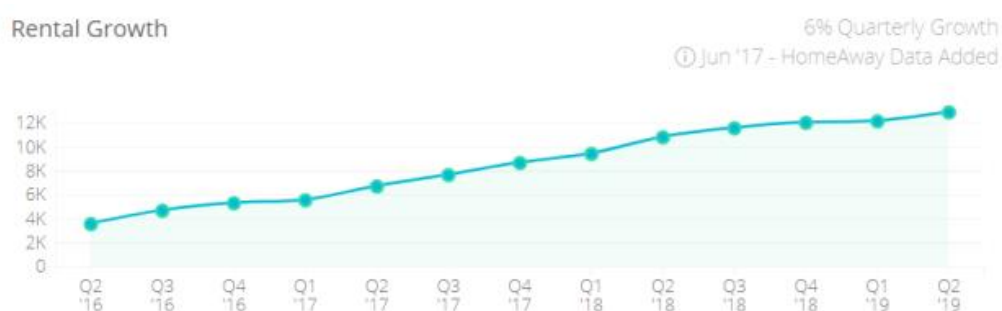
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อ กันยายน 2562)

ภาพที่ 8 และภาพที่ 9 แสดงจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นที่ไม่ใช่โรงแรมในเมืองพัทยา มีทั้งหมด 12,149 แห่ง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมในเมืองพัทยา มีลักษณะเป็นบ้านเป็นหลัง มีจำนวน 9,838 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80.97 รองลงมาจองที่พักมีลักษณะเป็นห้องพักส่วนตัว มีจำนวน 2,192 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.04 และจองที่พักที่เป็นลักษณะพักรวมกับบุคคลอื่น มี

จำนวน 119 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.97 ของจำนวนที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในเมืองพัทยา

จำนวนที่พักระยะสั้นในเมืองพัทยาเฉพาะที่มีการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และ Home Away มีจำนวนทั้งสิ้น 12,149 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 9,838 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80.97 ห้องพักร่วมตัว จำนวน 2,192 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.04 และห้องพักรวม 119 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.97 ทั้งนี้ จำนวนจากการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb คิดเป็นร้อยละ 92.00 จองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away คิดเป็นร้อยละ 4.00 และการจองผ่านแพลตฟอร์มทั้ง 2 แพลตฟอร์ม คิดเป็นร้อยละ 4.00 ของจำนวนแพลตฟอร์มทั้งหมดตามลำดับ

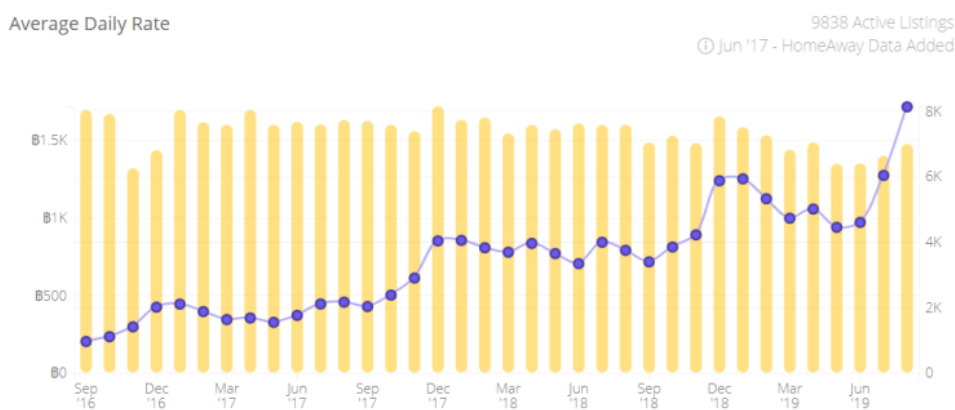
ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมจำแนกเป็นที่พักเป็นแบบห้องสตูดิโอ จำนวน 1,258 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 13.00 ที่พักแบบ 1 ห้องนอน จำนวน 5,492 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 56.00 ที่พักแบบ 2 ห้องนอน จำนวน 1,328 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 13.00 ที่พักแบบ 3 ห้องนอน จำนวน 597 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.00 ที่พักแบบ 4 ห้องนอน จำนวน 535 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.00 และที่พักแบบ 5 ห้องนอนขึ้นไป จำนวน 628 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในเมืองพัทยา อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในเมืองพัทยา โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส ดังแสดงในภาพที่ 10



ภาพที่ 10 อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกเป็นราคาตามประเภทของที่พัก ได้แก่ บ้านทั้งหลัง คิดเป็นเงิน 1,477 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องส่วนตัว ราคา 1,190 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องรวม 320 บาทต่อวัน (ลดลงร้อยละ 9.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ดังแสดงในภาพที่ 11



ภาพที่ 11 อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562

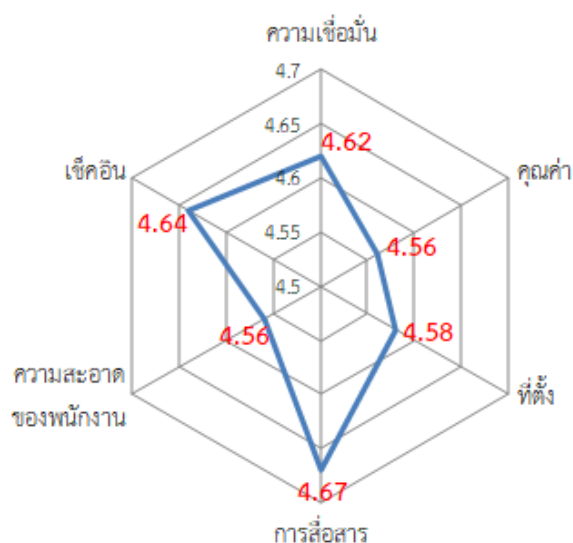
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราการเติบโตของอุปสงค์ในการจองห้องพัก ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2559 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยในเดือนกันยายน พ.ศ.2559 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 970 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 9,440 ครั้ง และในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 8,137 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 88,405 ครั้ง

บริษัท Airdna ได้ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมที่จองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และจองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away พบว่า คะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$) มีประเด็นการประเมินประกอบด้วย ความเชื่อมั่น การเช็คอิน ความสะอาดของพนักงาน คุณค่า ที่ตั้ง และการสื่อสาร มีรายละเอียดคะแนน ดังแสดงในภาพที่ 12

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ที่พักประเภทโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด พบว่า หากเปรียบเทียบจังหวัด และเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักในที่พักระยะสั้นในเมืองพืชมามากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครเดินทางเข้ามาพักมากที่สุด มีจำนวน 6,028 คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 461 คน

พทยา มีจำนวน 226 คน นนทบุรี มีจำนวน 212 คน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากฮ่องกงนิยมพักในที่พักระยะสั้นมากที่สุด มีจำนวน 2,653 คน รองลงมาเป็นสิงคโปร์ มีจำนวน 1,540 คน ไช่ มีจำนวน 818 คน ลอนดอน มีจำนวน 792 คน นิวยอร์ก มีจำนวน 576 คน เมลเบิร์ล มีจำนวน 506 คน ซิดนีย์ มีจำนวน 506 คน นิวเดลี มีจำนวน 430 คน มอสโก มีจำนวน 430 คน และกัวลาลัมเปอร์ มีจำนวน 371 คน ตามลำดับ เมื่อได้เข้ารับการบริการเช่าที่พักแล้ว แพลตฟอร์มให้ผู้เช่าพักประเมินความพึงพอใจ มีผลประเมินดังแสดงในภาพที่ 12



ภาพที่ 12 ผลประเมินที่ความพึงพอใจของลูกค้าจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

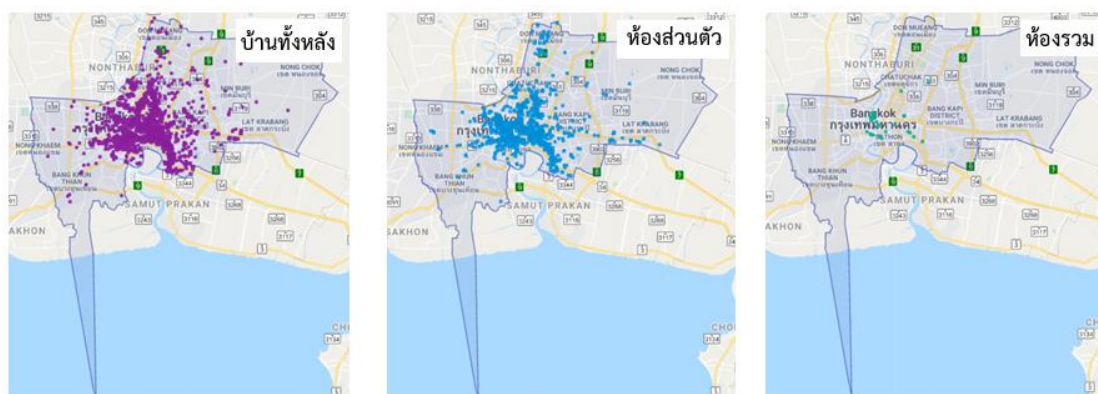
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 12 พบว่า คะแนนโดยรวมที่ได้รับจากลูกค้าที่เข้าพัก Airbnb ($\bar{x} = 4.45$, จากระดับคะแนน 5.00) โดยจำแนกเป็นรายด้าน ประกอบด้วย ด้านการเช็คอินอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.64$) ด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$) ด้านความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70$) และด้านคุณค่า ($\bar{x} = 4.56$) ด้านความสะอาดของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$) และด้านที่ตั้งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.58$) ตามลำดับ

3. กรุงเทพมหานคร

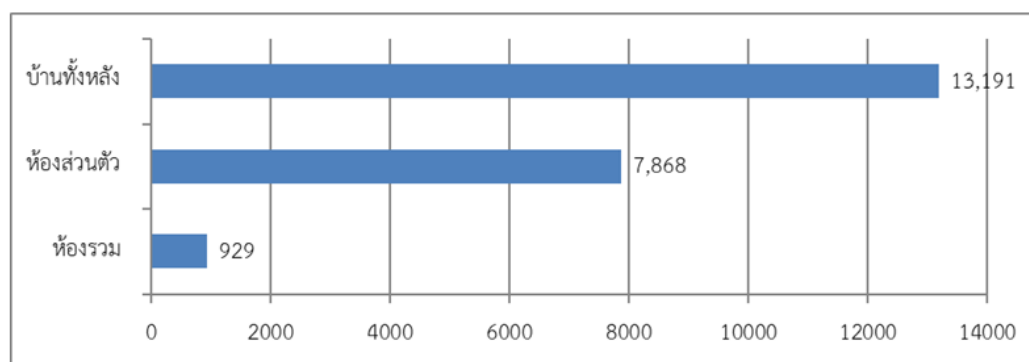
นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรม โดยข้อมูลที่น่าเสนอเป็นข้อมูลที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วนใหญ่

นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น ดังแสดงในภาพที่ 13



ภาพที่ 13 การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)



ภาพที่ 14 ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในกรุงเทพฯ

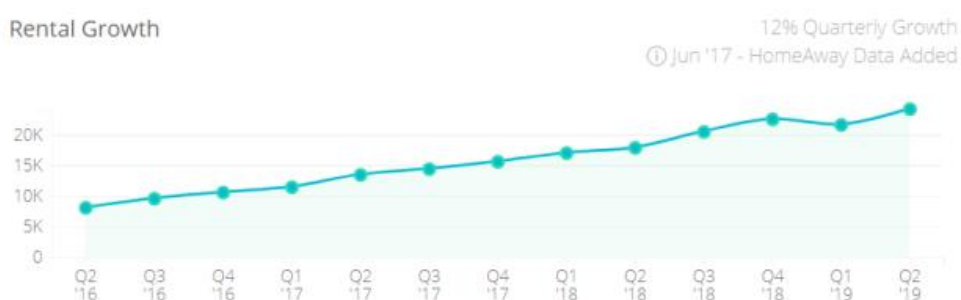
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 13 และภาพที่ 14 แสดงจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นที่ไม่ใช่โรงแรมในกรุงเทพฯ มีทั้งหมด 21,988 แห่ง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมในกรุงเทพฯ มีลักษณะเป็นบ้านเป็นหลัง มีจำนวน 13,191 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาจองที่พักมีลักษณะเป็นห้องพักส่วนตัว มีจำนวน 7,868 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.78 และจองที่พักที่เป็นลักษณะพักรวมกับบุคคลอื่น มี

จำนวน 929 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.22 ของจำนวนที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในกรุงเทพฯ

จำนวนที่พักระยะสั้นในกรุงเทพฯ เฉพาะที่มีการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และ Home Away มีจำนวนทั้งสิ้น 21,988 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 13,191 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 ห้องพักส่วนตัว จำนวน 7,868 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.78 และห้องพักรวม 929 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.22 ทั้งนี้ จำนวนจากการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb คิดเป็นร้อยละ 97.00 จองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away คิดเป็นร้อยละ 2.00 และการจองผ่านแพลตฟอร์มทั้ง 2 แพลตฟอร์ม คิดเป็นร้อยละ 1.00 ของจำนวนแพลตฟอร์มทั้งหมดตามลำดับ

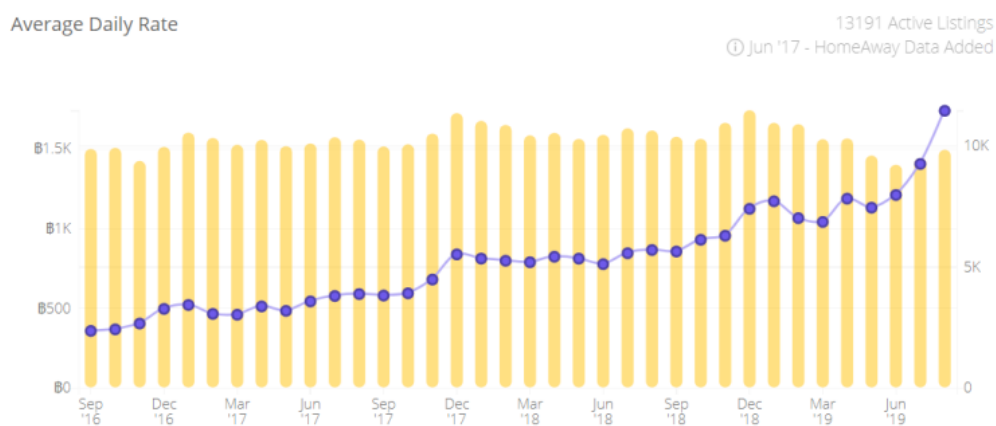
ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมจำแนกเป็นที่พักเป็นแบบห้องสตูดิโอ จำนวน 1,330 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10.00 ที่พักแบบ 1 ห้องนอน จำนวน 8,159 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 62.00 ที่พักแบบ 2 ห้องนอน จำนวน 2,599 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ที่พักแบบ 3 ห้องนอน จำนวน 632 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.00 ที่พักแบบ 4 ห้องนอน จำนวน 269 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.00 และที่พักแบบ 5 ห้องนอนขึ้นไป จำนวน 202 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในกรุงเทพฯ อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 12.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในกรุงเทพฯ โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส ดังแสดงในภาพที่ 15



ภาพที่ 15 อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกเป็นราคาตามประเภทของที่พัก ได้แก่ บ้านทั้งหลัง คิดเป็นเงิน 1,492 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องส่วนตัว ราคา 1,200 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องรวม 400 บาทต่อวัน (ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดือนที่ผ่านมา) ดังแสดงในภาพที่ 16



ภาพที่ 16 อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562

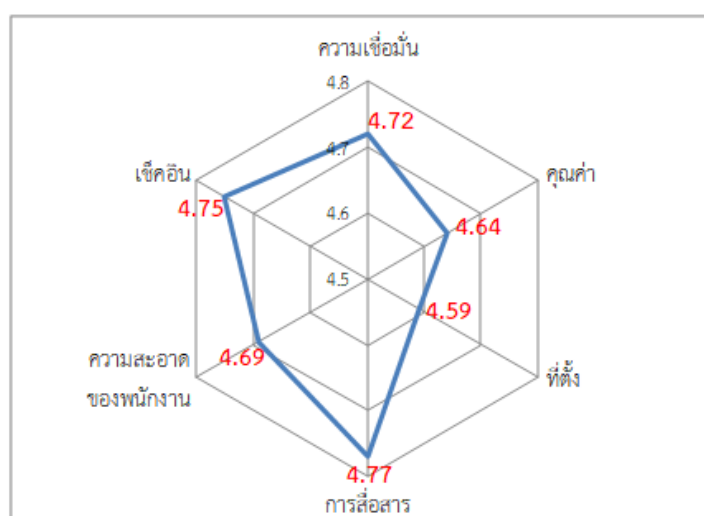
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราการเติบโตของอุปสงค์ในการจองห้องพักตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2559 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยในเดือนกันยายน พ.ศ.2559 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 2,361 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 32,559 ครั้ง และในเดือนสิงหาคม พ.ศ.พ.ศ.2562 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 11,464 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 170,519 ครั้ง

บริษัท Airdna ได้ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมที่จองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และจองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away พบว่า คะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$) มีประเด็นการประเมินประกอบด้วย ความเชื่อมั่น การเช็คอิน ความสะอาดของพนักงาน คุณค่า ที่ตั้ง และการสื่อสาร มีรายละเอียดคะแนน ดังแสดงในภาพที่ 17

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ที่พักประเภทโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด พบว่า หากเปรียบเทียบจังหวัด และเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักในที่พักระยะสั้นในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ คนกรุงเทพฯ เดินทางเข้ามาพักมากที่สุด มีจำนวน 9,579 คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 851 คน จังหวัดภูเก็ต มีจำนวน

426 คน นนทบุรี มีจำนวน 286 คน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์นิยมพักในที่พักระยะสั้นมากที่สุด มีจำนวนจำนวน 28,091 คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง มีจำนวน 11,223 คน กัวลาลัมเปอร์ มีจำนวน 5,708 คน ลอนดอน มีจำนวน 5,115 คน นิวยอร์ก มีจำนวน 5,085 คน มะนิลา มีจำนวน 4,492 คน จาการ์ต้า มีจำนวน 3,633 คน เมลเบิร์ล มีจำนวน 3,085 คน โซล มีจำนวน 2,962 คน และลอสแอนเจลิส มีจำนวน 2,831 คน ตามลำดับ เมื่อได้เข้ารับการบริการเช่าที่พักแล้วแพลตฟอร์มให้ผู้เช่าพักประเมินความพึงพอใจ มีผลประเมินดังแสดงในภาพที่ 17



ภาพที่ 17 ผลประเมินที่ความพึงพอใจของผู้เช่าที่พักระยะสั้นแพลตฟอร์มออนไลน์

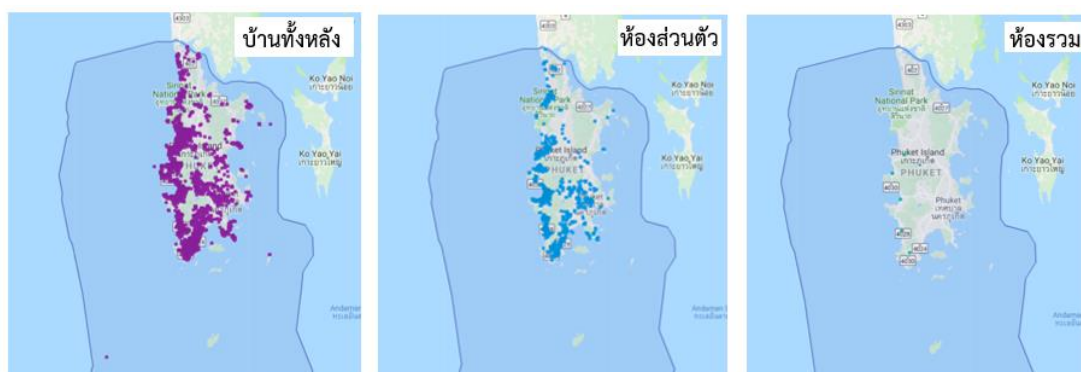
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 17 พบว่า คะแนนโดยรวมที่ได้รับจากลูกค้าที่เข้าพัก Airbnb อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.60$, จากระดับคะแนน 5.00) โดยจำแนกเป็นรายด้าน ประกอบด้วย ด้านการเช็คอินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.75$) ด้านการสื่อสารอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.77$) ด้านความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.72$) และด้านคุณค่าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.64$) ด้านความสะอาดของพนักงานอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.69$) และด้านที่ตั้งอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$) ตามลำดับ

4. ภูเก็ต

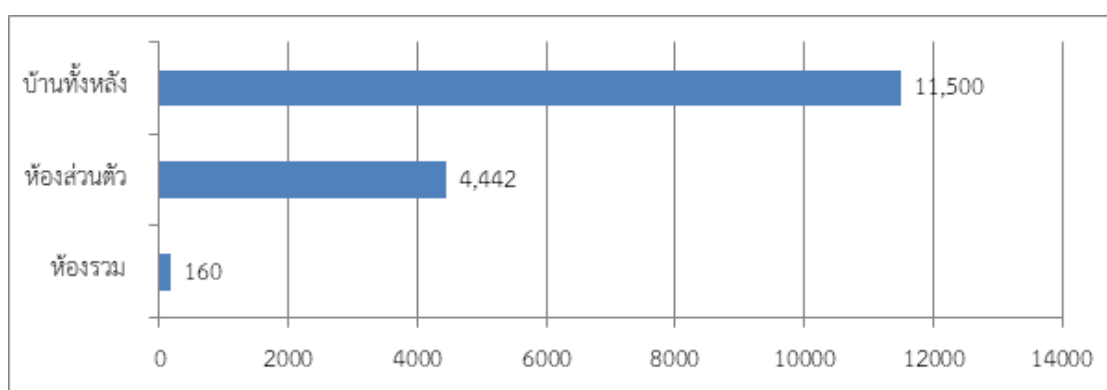
นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรม โดยข้อมูลที่น่าเสนอเป็นข้อมูลที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยว

เลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น ดังแสดงในภาพที่ 18



ภาพที่ 18 การกระจายตัวของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรม

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)



ภาพที่ 19 ประเภท และจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นในจังหวัดภูเก็ต

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 18 และภาพที่ 19 แสดงจำนวนที่พักที่ให้เช่าระยะสั้นที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต มีทั้งหมด 16,102 แห่ง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต มีลักษณะเป็นบ้านเป็นหลัง มีจำนวน 11,500 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.41 รองลงมาจองที่พักมีลักษณะเป็นห้องพักส่วนตัว มีจำนวน 4,442 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.58 และจองที่พักที่เป็นลักษณะพักรวมกับบุคคลอื่น

คลอื่น มีจำนวน 160 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.99 ของจำนวนที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต

จำนวนที่พักระยะสั้นในจังหวัดภูเก็ต เฉพาะที่มีการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และ Home Away มีจำนวนทั้งสิ้น 16,102 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 11,500 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.41 ห้องพักร่วมตัว จำนวน 4,442 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.58 และห้องพักรวม 160 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.99 ทั้งนี้ จำนวนจากการจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb คิดเป็นร้อยละ 87.00 จองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away คิดเป็นร้อยละ 7.00 และการจองผ่านแพลตฟอร์มทั้ง 2 แพลตฟอร์ม คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนแพลตฟอร์มทั้งหมดตามลำดับ

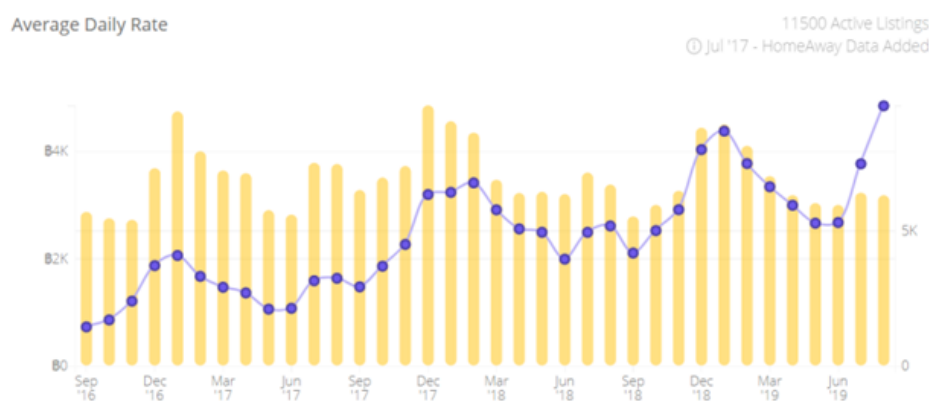
ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมจำแนกเป็นที่พักเป็นแบบห้องสตูดิโอ จำนวน 624 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.00 ที่พักแบบ 1 ห้องนอน จำนวน 3,596 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 31.00 ที่พักแบบ 2 ห้องนอน จำนวน 2,880 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.00 ที่พักแบบ 3 ห้องนอน จำนวน 2,374 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.00 ที่พักแบบ 4 ห้องนอน จำนวน 987 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 9.00 และที่พักแบบ 5 ห้องนอนขึ้นไป จำนวน 1,039 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 9.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต อัตราการเติบโตรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 0.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส ดังแสดงในภาพที่ 20



ภาพที่ 20 อัตราการเติบโตของจำนวนห้องเช่า จำแนกรายไตรมาส

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกเป็นราคาตามประเภทของที่พัก ได้แก่ บ้านทั้งหลัง คิดเป็นเงิน 3,178 บาทต่อวัน (ลดลงร้อยละ 1.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องส่วนตัว ราคา 1,085 บาทต่อวัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ห้องรวม 365 บาทต่อวัน (ลดลงร้อยละ 9.00 จากเดือนที่ผ่านมา) ดังแสดงในภาพที่ 21



ภาพที่ 21 อัตราค่าที่พักเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามประเภทของห้องพัก ณ เดือนกันยายน 2562

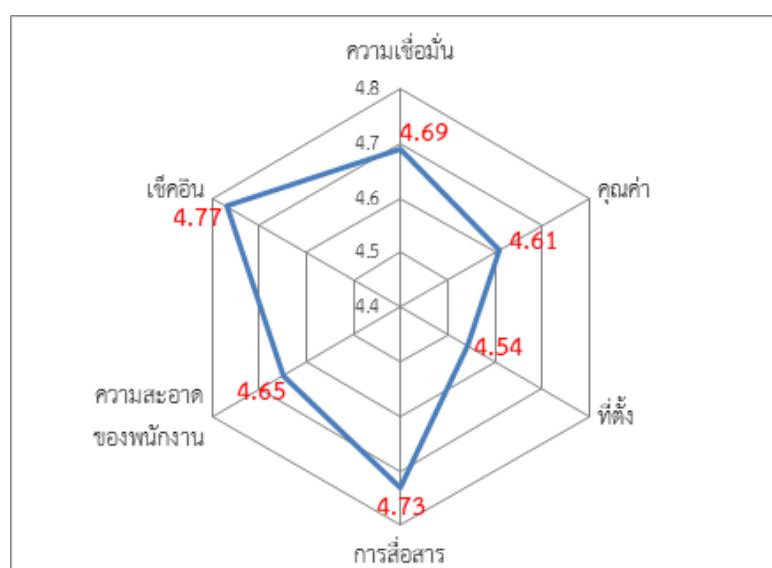
ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

อัตราการเติบโตของอุปสงค์ในการจองห้องพักตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2559 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยในเดือนกันยายน พ.ศ.2559 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 1,448 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 12,973 ครั้ง และในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 มีที่พักที่ถูกจองจำนวน 9,616 แห่ง คิดเป็นการจองทั้งหมด 106,491 ครั้ง

บริษัท Airdna ได้ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมที่จองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb และจองผ่านแพลตฟอร์ม Home Away พบว่า คะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.49$) มีประเด็นการประเมินประกอบด้วย ความเชื่อมั่น การเช็คอิน ความสะอาดของพนักงาน คุณค่า ที่ตั้ง และการสื่อสาร มีรายละเอียดคะแนน ดังแสดงในภาพที่ 22

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ที่พักประเภทโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด พบว่า หากเปรียบเทียบจังหวัด และประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักในที่พักระยะสั้นในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ เดินทางเข้ามาพักมากที่สุด มีจำนวน 1,860 คน รองลงมาเป็นคนจากจังหวัดภูเก็ตเอง มีจำนวน 786 คน จังหวัดเชียงใหม่ มี

จำนวน 186 คน เมืองพัทยา มีจำนวน 52 คน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์นิยมพักในที่พักระยะสั้นมากที่สุด มีจำนวน 7,248 คน รองลงมาเป็น นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกง มีจำนวน 5,767 คน ลอนดอน มีจำนวน 2,793 คน นิวยอร์ก มีจำนวน 2,127 คน มอสโก มีจำนวน 2,109 คน เมลเบิร์ล มีจำนวน 1,785 คน ซิดนีย์ มีจำนวน 1,484 คน กัวลาลัมเปอร์ มีจำนวน 1,310 คน ลอสแอนเจลิส มีจำนวน 1,221 คน และซานฟรานซิสโก มีจำนวน 873 คน ตามลำดับ เมื่อได้เข้ารับการบริการเช่าที่พักแล้วแพลตฟอร์มให้ผู้เช่าพักประเมินความพึงพอใจ มีผลประเมินดังแสดงในภาพที่ 22



ภาพที่ 22 ผลประเมินที่ความพึงพอใจของผู้เช่าที่พักระยะสั้นแพลตฟอร์มออนไลน์

ที่มา: www.airdna.com (สืบค้นเมื่อกันยายน 2562)

ภาพที่ 22 พบว่า คะแนนโดยรวมที่ได้รับจากลูกค้าที่เข้าพัก Airbnb อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.49$, จากระดับคะแนน 5.00) โดยจำแนกเป็นรายด้าน ประกอบด้วย ด้านการเช็คอินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.77$) ด้านการสื่อสารอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.73$) ด้านความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.69$) และด้านคุณค่าอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.61$) ด้านความสะอาดของพนักงานอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.65$) และด้านที่ตั้งอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.54$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาประเด็นราคาของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พัทยา กรุงเทพฯ และจังหวัดภูเก็ต พิจารณาจำแนกเป็นประเภทของที่พักระยะสั้น 3 ประเภท ได้แก่ ที่พัก

แบบบ้านพักทั้งหลัง มีราคาอยู่ระหว่าง 1,477 บาท/วัน ถึง ราคา 3,178 บาท/วัน โดยราคาที่พักที่มีราคาต่ำที่สุด คือ 1,477 บาท/วันอยู่ในพญา และที่พักที่มีราคาสูงที่สุด 3,178 บาท/วันอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ที่พักแบบห้องส่วนตัว มีราคาอยู่ระหว่าง 990 บาท/วัน ถึงราคา 1,200 บาท/วัน โดยราคาที่พักที่มีราคาต่ำที่สุด คือ 990 บาท/วันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และที่พักที่มีราคาสูงที่สุด 1,200 บาท/วันอยู่ในกรุงเทพฯ และที่พักแบบพักห้องรวม มีราคาอยู่ระหว่าง 320 บาท/วัน ถึง ราคา 400 บาท/วัน โดยราคาที่พักที่มีราคาต่ำที่สุด คือ 320 บาท/วันอยู่ในพญา และที่พักที่มีราคาสูงที่สุด 400 บาท/วันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) เก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย มีแหล่งที่พักที่หลากหลาย ได้แก่ โรงแรม บ้านเพื่อน เกสต์เฮาส์ บ้านพักเยาวชน อพาร์ทเมนต์ และสถานที่อื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย จำแนกตามที่พักแรม

พ.ศ.2557-2561

ที่พักแรม	พ.ศ.2557	พ.ศ.2558	พ.ศ.2559	พ.ศ.2560	พ.ศ.2561
โรงแรม	22,281,502	27,358,046	29,475,682	30,805,775	32,406,044
บ้านเพื่อน	472,672	209,856	553,707	853,525	1,141,858
เกสต์เฮาส์	470,692	422,209	547,850	876,135	1,079,618
บ้านพักเยาวชน	130,565	475,069	317,013	794,375	1,038,167
อพาร์ทเมนต์	829,895	829,798	953,979	1,292,451	1,329,461
อื่น ๆ	624,357	628,207	681,357	969,717	1,183,046
รวม	24,809,683	29,923,185	32,529,588	35,591,978	38,178,194
รวมที่พักทุกประเภท ยกเว้นโรงแรม	2,528,181	2,565,139	3,053,906	4,786,203	5,772,150

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>

จากตารางที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย ข้อมูลตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2557 ถึง ปี พ.ศ.2561 นั้น นักท่องเที่ยวเลือกที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยในแต่ละปี แต่อาจจะมีปริมาณการเพิ่มที่ค่อยเป็นค่อยไป เมื่อเทียบระหว่างปี พ.ศ.2561 กับ ปี พ.ศ.2557 มีอัตรา

การเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 128.31 โดยลักษณะที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพัก ประกอบด้วย บ้านเพื่อน เกสต์เฮาส์ บ้านพักเยาวชน อพาร์ทเมนต์ และที่พักอื่น ๆ เป็นต้น

4.2 ผลการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ทุกรูปแบบ

4.2.1 ประเภท หรือ รูปแบบของสถานที่ที่ให้เช่าเป็นที่พักระยะสั้น

4.2.1.1 บ้าน จากการสำรวจ และการสัมภาษณ์ พบว่า บ้านที่ปล่อยให้เช่าเป็นที่พักระยะสั้นที่อยู่บริเวณเขตเมือง หรือ ย่านชุมชน เช่น บ้านในกรุงเทพฯ ภูเก็ต บ้านพักริมหาดชายทะเล บางแสนจังหวัดชลบุรี บ้านเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ลักษณะการปล่อยเช่าจะเป็นบ้านที่ไม่มีเจ้าของอาศัยอยู่ในบ้าน โดยเป็นการปล่อยเช่าทั้งหลังให้กับลูกค้าการรับบุญแจะจะนั้ดรับบุญแจะเมื่อผู้พักมาถึงบ้านที่ให้เช่า ส่วนบ้านที่เป็นเขตชนบท เช่น จังหวัดเชียงใหม่ที่ให้เช่าจะมีเจ้าบ้านอาศัยอยู่ในบ้าน ลักษณะแบบโฮมสเตย์ คือ พักร่วมกับผู้เป็นเจ้าของบ้าน โดยลักษณะบ้านที่ให้เช่าจะเป็นบ้านที่ไม่มีเจ้าของอาศัยอยู่ นั้น ผู้ให้เช่า หรือ เจ้าของบ้านให้ความเห็นตรงกันว่า หากเป็นบ้านที่อาศัยอยู่ประจำนั้น ไม่สะดวก เพราะมีข้าวของเครื่องใช้ที่มีค่ากลัวจะได้รับความเสียหาย และไม่คุ้นเคยกับที่มีบุคคลอื่นที่ไม่ใช่สมาชิกของครอบครัว หรือ ญาติเข้ามาพักอยู่ในบ้าน รวมถึงการไม่เป็นส่วนตัวในการใช้ชีวิต และการทำกิจกรรมประจำวันของเจ้าของบ้าน ทั้งนี้ อุปกรณ์ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการสำหรับผู้พักเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในบ้านทั่ว ๆ ไปควรมีให้ ความรู้สึกแบบพักอยู่บ้าน เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ ทีวี เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น อุปกรณ์เครื่องครัวพื้นฐาน ไมโครเวฟ เป็นต้น อุปกรณ์ในห้องนอน ได้แก่ ตู้เสื้อผ้า เตียงนอนขนาดใหญ่ ผ้าห่ม หมอน เตาไรต์ เป็นต้น อุปกรณ์ในห้องน้ำ ได้แก่ ผ้าเช็ดตัว แชมพู สบู่เหลว ไดรเปาผม กล่องกระดาษชำระ เป็นต้น มีที่จอดรถยนต์ส่วนตัว 1 หรือ 2 คัน ขึ้นอยู่กับขนาดของบ้าน ส่วนบ้านชายทะเลบางแห่งจะมีเตาอาหาร พร้อมถ่านไว้ให้บริการ การเข้าออกบ้านใช้กุญแจ

4.2.1.2 ทาวเฮาส์ และอาคารพาณิชย์ พบว่า พื้นที่ภายในถูกดัดแปลงกันเป็นห้องพักขนาดเล็ก ๆ โดยเจ้าของ หรือ ผู้ดูแลจะนั่งอยู่ชั้น 1 เพื่อคอยให้บริการผู้พักอาศัย โดยบางแห่งจะเปิดให้บริการให้เช่ารายเดือน และให้เช่ารายวันไปพร้อม ๆ กันในอาคารหลังเดียวกัน โดยสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรจะมีลักษณะคล้ายโรงแรม ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ เตียงนอนขนาดใหญ่ หมอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว แชมพู สบู่เหลว บางแห่งมีห้องน้ำในตัว บางแห่งเป็นห้องพักที่ต้องพักร่วมกับคนอื่น โดย 1 ห้องใหญ่จะมีเตียงวางอยู่ 4 เตียง หรือ เป็นเตียง 2 ชั้น ห้องน้ำเป็นห้องน้ำรวม โดยใช้ร่วมไม่มีห้องน้ำในตัวห้องพัก แต่แยกส่วนกันระหว่างห้องน้ำชาย และห้องน้ำหญิง เช่น พื้นที่แถว ๆ ดอนเมืองใกล้ท่าอากาศยานดอนเมืองที่พักมีลักษณะห้องพักเล็ก ๆ น้าอาคารพาณิชย์มากันห้องเป็นห้องพักระยะสั้นเล็ก ๆ ใช้ห้องน้ำรวม โดยแบ่งแยกชายหญิง จังหวัดสงขลาในตัวอำเภอเมืองหาดใหญ่

เป็นลักษณะห้องพักขนาดใหญ่ มีเตียง 3 ชั้นนอนรวมชายหญิง มีห้องน้ำรวม ชั้นล่างเป็นโถะทำงาน มีมุมกาแฟ โดยการเข้าออกที่พักเป็นระบบคีย์การ์ด บุคคลภายนอกไม่สามารถเข้ามาได้ หากไม่มีคีย์การ์ด หรือ พนักงานที่นั่งอยู่ที่เคาน์เตอร์เปิดประตูให้เข้ามา

4.2.1.3 อาคารชุด หรือ คอนโดมิเนียม อุปกรณ์ในห้องพักมีลักษณะคล้ายโรงแรม ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ เตียงนอนขนาดใหญ่ หมอน ผ้าห่ม ตู้เสื้อผ้า เตาไมโครเวฟ จาน-ชาม-ช้อน ไม้กวาด เตารีด ทีวี แคมปู สบู่เหลว บางแห่งที่เป็นอาคารชุดที่หรูหรา หรือ มีค่าเช่าที่แพงมากกว่าห้องเช่ารายวันทั่ว ๆ ไป จะมีโถะทำงาน ภายในห้องพักมี WI-FI มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เสริม เช่น การบริการสระว่ายน้ำ ฟิตเนส เป็นต้น โดยการเข้าออกบางแห่งใช้ระบบคีย์การ์ดเข้าอาคารชุด ส่วนห้องพักใช้กุญแจ หรือ บางแห่งใช้ระบบคีย์การ์ดทั้งคู่ทั้งประตูทางเข้าอาคารชุด และประตูห้องพัก นอกจากนี้ อาคารชุดบางแห่งเจ้าของไม่ใช่คนไทย แต่เป็นชาวต่างชาติ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม และสมาคมโรงแรมภาคเหนือ พบว่า มีชาวต่างประเทศซื้ออาคารชุด แล้วนำมาให้บริการเช่ารายวัน สอดคล้องกับข้อมูลในปี พ.ศ.2560 พบว่า มีชาวจีนนิยมซื้อเพื่อเป็นที่อาศัย และเพื่อลงทุนปล่อยให้เช่า โดยทำเลที่เป็นที่นิยม ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยเลือกอาคารชุดที่อยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า แหล่งงาน โดยอาคารชุดที่เลือกซื้ออยู่ในราคาที่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท โดยสาเหตุที่ชาวจีนสนใจซื้ออาคารชุดในประเทศไทย เพราะราคาอาคารชุดในประเทศไทยมีราคาต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทำเลที่ตั้งยอดนิยมของชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า ที่ตั้งของอาคารชุดที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจซื้อเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้กับแนวรถไฟฟ้า BTS แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อาคารสำนักงานขนาดใหญ่ใจกลางเมือง และห้างสรรพสินค้า ซึ่งตรงกับผลการสำรวจของ บริษัท เอเจนซีฟอร์ เรียลเอสเตทแอฟแฟร์ส (AREA) ได้ทำการสำรวจการซื้ออาคารชุดที่สร้างแล้วเสร็จอยู่ในระหว่างปี พ.ศ.2558-2560 พบว่า ชาวต่างชาตินิยมซื้ออาคารชุดตามแนวรถไฟฟ้าเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รองลงมาเป็นเมืองพัทยา ภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่

4.2.1.4 คอนโดเทล (Condotel) รูปแบบการคอนโดมิเนียมประเภทหนึ่งที่มีการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมจึงทำให้สามารถใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับโรงแรม โดยสามารถปล่อยเช่าระยะสั้นรายวัน หรือ รายสัปดาห์ได้ ได้รับการดูแลเหมือนกับโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องห้องพัก อาหาร โทรศัพท์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการทำความสะอาด ประเทศไทยมีแนวคิดซื้อคอนโดพักตากอากาศเพื่อใช้เป็นบ้านหลังที่สองสำหรับพักผ่อนหย่อนใจมานานหลายปี โดยคอนโดมิเนียม มีราคาสูง และการลงทุนซื้อคอนโดมิเนียมเป็นสถานที่พักผ่อนนั้นที่นาน ๆ ครั้งจะมาพักได้ซึ่งอาจไม่คุ้มค่าเงิน คอนโดเทลจึงตอบโจทย์สำหรับผู้ที่ต้องการมีคอนโดตากอากาศ และสามารถทำเงินได้ในระหว่างไม่ได้อาศัยอยู่ได้ด้วยจึงเกิดคอนโดเทล

ปัจจุบันประเทศไทยมีคอนโดเทลกระจายอยู่ตามเมืองท่องเที่ยว ได้แก่ เมืองพัทยา หัวหิน กระบี่ ภูเก็ต เชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย ความแตกต่างระหว่างคอนโดเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ความแตกต่างระหว่างคอนโดเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม

รายการ	คอนโดเทล	เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	โรงแรม
ความเป็นเจ้าของ	แต่ละห้องพักมีเจ้าของแตกต่างกัน ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา	เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีเจ้าของเป็นนิติบุคคล	มีเจ้าของเป็นนิติบุคคล
การดำเนินการปล่อยเช่า	เจ้าของห้องให้เช่าผ่านผู้บริหารคอนโดเทล	เจ้าของให้บริการพักกับลูกค้าโดยตรง	เจ้าของให้บริการพักกับลูกค้าโดยตรง
พื้นที่ห้องพัก	พื้นที่กว้างขวางกว่าโรงแรม	พื้นที่กว้างกว่าโรงแรม	มีขนาดเล็กกว่าที่พักอีก 2 ประเภท
ฟังก์ชันในห้องพัก	แนวคิดสร้างขึ้นตามรูปแบบบ้านจึงสามารถใช้สอยห้องพักได้เหมือนบ้าน คือ มีห้องนอน ห้องน้ำ มุมนั่งเล่น ทำครัว และรับประทานอาหาร	มีทั้งแบบที่สร้างขึ้นตามคอนเซ็ปต์บ้านซึ่งสามารถใช้ห้องพักได้เหมือนบ้าน และแบบห้องเช่าสำหรับอาศัยชั่วคราวในระยะสั้นซึ่งใช้สอยห้องพักได้จำกัด	มีฟังก์ชันพอสมควรสำหรับการอยู่อาศัยชั่วคราวในระยะสั้น ส่วนใหญ่ไม่มีครัว และโต๊ะทานข้าว ยกเว้นห้องพักระดับหรู
สิ่งอำนวยความสะดวก	มีส่วนประกอบเหมือนคอนโดทั่วไป เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ทางจ็อกกิ้ง สวนสาธารณะ ฯลฯ	อาจไม่มี หรือ มีจำกัด ส่วนมากมีแค่สระว่ายน้ำ และฟิตเนสเท่านั้น	จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นอยู่กักระดับของโรงแรม และทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อขนาดพื้นที่โรงแรม
ราคาปล่อยเช่า	ถูกกว่าโรงแรม	ถูกกว่าโรงแรม	แพงกว่าที่พักอีก 2 ประเภท
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	มีค่าส่วนกลาง และต้องจ่ายค่าบริการจัดการรายเดือน	มีค่าส่วนกลาง	-
ภาษี	จ่ายภาษีโรงเรือน และภาษีเงินได้สำหรับบุคคลธรรมดา	จ่ายภาษีโรงเรือน และภาษีเงินได้สำหรับนิติบุคคล	จ่ายภาษีโรงเรือน และภาษีเงินได้สำหรับนิติบุคคล

ผลการศึกษาของ โจนส์ แลง ลาซาลส์ (JLL) พบว่า คอนโดเทล หรือ โครงการที่อยู่อาศัยที่บริหารงานแบบโรงแรม (Hotel Managed Residence) กำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น จังหวัดภูเก็ต โดย ณ สิ้นปี พ.ศ.2564 จะมีคอนโดเทล รวมจำนวนทั้งสิ้นมากกว่า 3,000 ยูนิต หรือ มีสัดส่วนคิดเป็นกว่าร้อยละ 30 ของจำนวนห้องพัก โรงแรมที่จะสร้างเสร็จใหม่, เมืองพัทยา มีการพัฒนาโครงการคอนโดเทลเพิ่มมากขึ้น โดยโครงการใหม่ที่กำลังจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ.2564 นี้ มีจำนวนกว่า 1,100 ยูนิต (Forbesthailand.com, 2020)

4.2.2 ศักยภาพของที่พักในเช่าระยะสั้น

2.1 จุดแข็ง

2.1.1 สถานที่ตั้งของให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวตั้งอยู่ในทำเลดี ๆ ในใจกลางเมือง หรือ ย่านเขตเมืองที่เดินทางสะดวกใกล้แหล่งท่องเที่ยว แหล่งจับจ่ายใช้สอย หรือ สถาบันต่าง ๆ

2.1.2 ราคาถูกกว่าโรงแรม มีความคุ้มค่าด้านราคามากกว่าโรงแรม เพราะบางกรณี การใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว มีค่าใช้จ่ายที่พักในโรงแรมมีราคาสูงเมื่อเทียบรายหัว

2.1.3 ที่พักแบบบางประเภทผู้พักสามารถทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้าน หรือ มีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของบ้าน รวมถึงมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาพักด้วยกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์การท่องเที่ยว รวมทั้งที่พักบางประเภทผู้พักสามารถสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นแบบแท้ ๆ

2.1.4 ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีอัธยาศัยที่ดี มีความเอาใจใส่ต่อบุคคลอื่น ๆ ผู้พักจะได้รับการดูแลที่ดีเหมือนเป็นญาติในครอบครัวเดียวกัน หรือ การให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสไตล์ท้องถิ่นได้อย่างหลากหลาย

2.1.5 บ้านพักให้เลือกหลากหลายประเภท หรือ ตามความต้องการของผู้พัก เช่น ที่พักมีห้องครัว ที่รับประทานอาหารร่วมกัน ห้องนอน และห้องน้ำเป็นส่วนตัว

2.1.6 นักท่องเที่ยว หรือ ผู้พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้

2.1.7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตรงตามความต้องการของผู้พัก รวมถึงมีความรู้สึกเหมือนพักอยู่บ้าน โดยที่พักบางแห่งมีสระว่ายน้ำ มีที่จอดรถยนต์ส่วนตัว มีห้องครัว มีห้องรับแขก มีโซนจัดงานสังสรรค์ หรือ งานปาร์ตี้ของผู้ที่มาเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

2.1.8 ที่พักมีความเป็นส่วนตัว

2.1.9 ที่พักบางประเภทสามารถจัดกิจกรรมได้

2.1.10 ที่พักมีลักษณะเฉพาะ มีอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะไม่เหมือนใคร เช่น บ้านพักบางแห่งมีสถาปัตยกรรมไทยที่เป็นมรดกตกทอดมาอย่างยาวนานอายุร่วม 100 ปี ทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้มาพักที่นี่จะได้สัมผัสความเป็นไทยแบบดั้งเดิม

2.1.11 มี Review ให้อ่านประกอบการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ที่พักที่ดีผู้เช่าอาจจะทำการพิจารณาจาก Review ที่ผู้เข้าพักก่อนหน้านี้ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของห้องพัก หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งนี้ ที่พักจะต้องอยู่ในระบบแพลตฟอร์มออนไลน์

2.2 จุดอ่อน

2.2.1 ที่พักส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย เช่น ขาดบันไดหนีไฟ เครื่องมือ หรือ อุปกรณ์ป้องกันภัยต่าง ๆ ขาดเครื่องตรวจจับควันไฟ เป็นต้น

2.2.2 ห้องพัก หรือ บ้านพักบางแห่งขาดมาตรฐานด้านความสะอาดของที่พัก เช่น ความสะอาดของห้องพัก ห้องน้ำ ผ้าเช็ดตัวดูแล้วรู้สึกไม่สะอาด

2.2.3 ความปลอดภัยของอาคาร ที่พักบางแห่งมีการดัดแปลงอาคาร หรือ ที่พักที่แบบไม่ถูกต้องตามแบบ หรือ ตามหลักโครงสร้างของอาคาร ได้แก่ การกั้นห้องพักเพิ่มจากอาคารพาณิชย์ หรือ ทาวน์เฮ้าส์

2.2.4 การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ หรือ การขึ้นป้ายที่เป็นทางการไม่สามารถดำเนินการได้ เพราะเป็นธุรกิจ หรือ การให้เช่าบริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ผิดกฎหมาย

2.2.5 ห้องพักไม่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย เช่น ขาดอุปกรณ์ดับเพลิง หรือ พนักงานรักษาความปลอดภัยภายในที่พัก หรือ บริเวณที่พัก

2.2.6 ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้ อาจจะมีเจ้าบ้านบางรายที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้

2.2.7 ความไม่รู้สึกลปลอดภัยในการเข้าพัก ที่พักบางแห่งเป็นอาคารชุด หรือ คอนโดมิเนียมซึ่งเจ้าของห้องพักไม่ได้อยู่ประจำที่นั้น โดยเจ้าของจะมาส่องกุญแจให้แล้วผู้เช่าต้องอยู่ห้องเพียงลำพังโดยรอบข้างเป็นผู้เช่ารายอื่น ทั้งนี้ อาจจะเป็นผู้เช่ารายเดือน หรือ รายวัน ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นอาจจะมีผู้ช่วยเหลือ เพราะเจ้าของห้องพักไม่ได้อยู่ในบริเวณนั้น

2.2.8 เกิดการรบกวนในบริเวณที่พักอาศัย โดยผู้พักเช่าที่พักระยะสั้นสร้างความเดือนร้อน หรือ ทำกิจกรรมรบกวนเพื่อนบ้าน หรือ ใช้พื้นที่ส่วนกลางของเพื่อนบ้านในกรณีที่เป็นอาคารชุด หรือ คอนโดมิเนียม

2.2.9 การให้ความช่วยเหลือไม่สามารถดำเนินการได้ทันทีทันใด เพราะที่พักระยะสั้นบางแห่งไม่มีเจ้าหน้าที่ หรือ พนักงานให้บริการนั่งอยู่ตรงเคาน์เตอร์ตลอดเวลา ดังนั้น หากต้องการความช่วยเหลืออย่างใดอย่างหนึ่งอาจจะต้องใช้เวลาในการคอย

2.3 โอกาส

2.3.1 แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไม่ต้องการพักโรงแรม โดยต้องการพักที่พักรวมสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนอยู่บ้าน หรือ นักท่องเที่ยวประเภทครอบครัวต้องการที่พักที่สามารถพักรวมกันได้หลาย ๆ คนเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน

2.3.2 มีรายได้เสริมเกิดจากการนำบ้านมาให้เช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

2.3.3 มีแพลตฟอร์มหลากหลายแพลตฟอร์มให้เลือกใช้บริการในการนำบ้าน หรือ ห้องพักรวมที่ไม่ได้ใช้งานให้เช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เช่น Airbnb, Agoda, Booking.com และ Traveloka เป็นต้น

2.3.4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพักค้าง หรือ จองที่พักค้างระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจำนวนมาก และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

2.3.5 เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้ความต้องการของนักท่องเที่ยว เปลี่ยนห้องว่างให้เป็นห้องเช่าที่สร้างรายได้เสริมให้กับเจ้าของบ้าน

2.4 อุปสรรค

2.4.1 ไม่มีกฎหมายรองรับการดำเนินธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจึงทำให้นักท่องเที่ยว หรือ ผู้เช่าบางส่วนขาดความเชื่อมั่น

2.4.2 เพื่อนบ้านร้องเรียน เพราะผู้พักอาจจะสร้างปัญหาให้กับเพื่อนบ้าน หรือ ผู้พักร่วมอื่น ๆ เช่น ที่พักประเภทอาคารชุด หรือ คอนโดมิเนียม ทาวน์เฮาส์ หรือ อาคารพาณิชย์ ผู้เช่าอาจจะไปใช้พื้นที่ส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนต หรือ แย่งที่จอดรถส่วนบุคคล

2.4.3 หน่วยงานภาครัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษี เพราะที่พักระยะสั้นไม่ได้จัดอยู่ในประเภทของโรงแรม หรือ ที่พักที่ถูกต้องตามกฎหมายที่อยู่ในระบบภาษี

2.4.4 ชาวต่างประเทศซื้ออสังหาริมทรัพย์ และนำมาทำธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวแข่งกับผู้ประกอบการชาวไทย

2.4.5 คู่แข่งที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันมีจำนวนมากในพื้นที่ที่เป็นย่านธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยว เพราะธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นค่อนข้างเป็นธุรกิจที่เข้า-ออกได้ง่าย

4.2.3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

แบบสอบถาม ดังนี้

4.2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 13

4.2.3.2 ข้อมูลการเดินทาง และที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 14

4.2.3.3 คุณภาพการบริการ การตลาดบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ดังแสดงในตารางที่ 15 ถึงตารางที่ 29

4.2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	478	42.41
หญิง	649	57.59
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	10	0.89
25-30 ปี	419	37.18
31-35 ปี	4	0.35
36-40 ปี	363	32.21
41-45 ปี	193	17.13
46-50 ปี	95	8.43
51-55 ปี	26	2.31
56-60 ปี	14	1.24
สูงกว่า 60 ปี	3	0.27
3. สถานภาพสมรส		
โสด	284	25.20
สมรสแล้ว	61	5.41
มีคู่รัก แต่ยังไม่ได้สมรส	729	64.69
หย่าร้าง	53	4.70
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	5.32
ปริญญาตรี	903	80.12
สูงกว่าปริญญาตรี	164	14.55

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	184	16.33
20,000-30,000 บาท	522	46.32
30,001-40,000 บาท	207	18.37
40,001-50,000 บาท	108	9.58
สูงกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	106	9.41
6. ระดับตำแหน่งงาน		
ไม่ประกอบอาชีพ	10	0.89
พนักงานเอกชน	590	52.35
ผู้บริหารหน่วยงาน	271	24.05
เจ้าของธุรกิจ	138	12.24
พนักงานของหน่วยงานภาครัฐบาล หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	103	9.14
อื่น ๆ โปรดระบุ	15	1.33
7. สถานที่เกิด		
ประเทศไทย	792	70.27
สหราชอาณาจักร	23	2.04
อเมริกา	147	13.04
ตะวันออกกลาง	0	0.00
เอเชียใต้	0	0.00
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	72	6.38
อื่น ๆ	93	8.25
8. ประเภทของการท่องเที่ยว หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ		
การท่องเที่ยวทางทะเล	135	11.98
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	47	4.17
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	271	24.05
การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์	95	8.43
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	142	12.60
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	173	15.35
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน	264	23.43
แหล่งท่องเที่ยวอื่น โปรดระบุ.....	0	0.00

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเป็นค่าเช่าที่พักเฉลี่ยต่อคน		
ต่ำกว่า 500 บาท	0	0.00
500-1,000 บาท	23	2.04
1,001-1,500 บาท	52	4.61
1,501-2,000 บาท	100	8.87
2,001-2,500 บาท	704	62.47
2,501-3,000 บาท	84	7.45
3,001-3,501 บาท	79	7.01
3,501-4,000 บาท	38	3.37
สูงกว่า 4,000 บาท ขึ้นไป	47	4.17

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 649 คน คิดเป็นร้อยละ 57.59 และเพศชาย มีจำนวน 478 คน คิดเป็นร้อยละ 42.41 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 ปี ถึง 30 ปี มีจำนวน 419 คน คิดเป็นร้อยละ 37.18 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 36 ปี ถึง 40 ปี มีจำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 32.21 และอยู่ในช่วงอายุ 41 ปี ถึง 45 ปี มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 17.13 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่สถานภาพมีคู่รัก แต่ยังไม่ได้สมรส มีจำนวน 729 คน คิดเป็นร้อยละ 64.69 รองลงมามีสถานภาพสมรสแล้ว มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 5.41 และสถานภาพโสด มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 903 คน คิดเป็นร้อยละ 80.12 รองลงมาจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 903 คน คิดเป็นร้อยละ 80.12 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 5.32 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,000 บาท ถึง 30,000 บาท มีจำนวน 522 คน คิดเป็นร้อยละ 46.32 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 บาท ถึง 40,000 บาท มีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 18.37 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 16.33 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดซึ่งภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาวไทย มีจำนวน 792 คน คิดเป็นร้อยละ 70.27 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 และมีภูมิลำเนาอยู่ในอื่น ๆ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เข้าบริการท่องเที่ยวประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05 รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 23.43 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่นักท่องเที่ยวใช้ไปกับค่าเช่าที่พักที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2,001 บาท ถึง 2,500 บาท มีจำนวน 704 คน คิดเป็นร้อยละ 62.47 รองลงมาที่มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักอยู่ในช่วง 1,501 บาท ถึง 2,000 บาท มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 8.87 และมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักอยู่ในช่วง 2,501 บาท ถึง 3,000 บาท มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 7.45 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4.2.3.2 ข้อมูลการเดินทาง และที่พักที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละของข้อมูลการเดินทาง และที่พักที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว		
ร่วมการประชุม สัมมนา และเหตุการณ์สำคัญ	129	11.45
ติดต่อธุรกิจ และใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยว	291	25.82
เยี่ยมเพื่อนหรือครอบครัว	237	21.03
ท่องเที่ยว	455	40.37
วัตถุประสงค์อื่น ๆ โปรดระบุ	15	1.33
2. บุคคลร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
คนเดียว	110	9.76
ครอบครัว	308	27.33
เดินทางมากับคู่สมรส	246	21.83
เดินทางมากับเพื่อน	303	26.89
เพื่อนร่วมงาน/สมาชิกในบริษัทเดียวกัน	160	14.20
อื่นๆ โปรดระบุ	110	9.76
3. จำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว		
เดินทางคนเดียว	133	11.80
2 คน	365	32.39
3 คน	376	33.36
4 คน	204	18.10
5 คน	32	2.84

ตารางที่ 14 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 10 คน	17	1.51
มากกว่า 10 คน	0	0.00
4. ประเภทของที่พัก		
บ้าน	226	20.05
บ้านพักตากอากาศ	243	21.56
บ้านพักตากอากาศพร้อมสระว่ายน้ำ	233	20.67
อพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม	391	34.69
อื่น ๆ โปรดระบุ	34	3.02
5. ลักษณะของที่พักที่เลือก		
ห้องเตียงเดี่ยว	358	31.77
บ้านเป็นหลัง	616	54.66
ที่พักแบบแชร์ร่วมกับผู้อื่น	153	13.58
6. จำนวนคืนที่พัkc้าง		
1 คืน	41	3.64
2 คืน	438	38.86
3 คืน	446	39.57
4 คืน	161	14.29
5 คืน	36	3.19
มากกว่า 5 คืน	5	0.44
9. ความถี่ในการใช้บริการที่พักระยะสั้น		
1 ครั้ง หรือ ครั้งแรก	56	4.97
2 ครั้ง	530	47.03
3 ครั้ง	344	30.52
มากกว่า 3 ครั้ง	193	17.13
10. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการใช้ในห้องพัก		
อุปกรณ์เครื่องครัว		
อุปกรณ์เครื่องครัว	167	31.68
เตาปิ้งย่างบาร์บีคิว	138	26.18
ไมโครเวฟ	75	14.23
เตารีด	62	11.76
ไดร์เป่าผม	85	16.12
รวม	1,127	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว มีจำนวน 455 คน คิดเป็นร้อยละ 40.37 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจ และใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยว มีจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 25.82 และมีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเพื่อน หรือ เยี่ยมครอบครัว มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 21.03 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว มีจำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33 รองลงมาเป็นเดินทางกับเพื่อน มีจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 26.89 และเดินทางกับคู่สมรส มีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 21.83 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง หรือ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่มีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3 คน มีจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 33.36 รองลงมาเดินทางจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 และเดินทางจำนวน 4 คน มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ประเภทของที่พักที่ผู้เข้าพักที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเลือกพักส่วนใหญ่เป็นอพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม มีจำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 34.69 รองลงมาเป็นบ้านพักตากอากาศ มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 และบ้านพักตากอากาศพร้อมสระว่ายน้ำ มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ลักษณะของห้องพักที่เลือกส่วนใหญ่เลือกบ้านเป็นหลัก มีจำนวน 616 คน คิดเป็นร้อยละ 54.66 รองลงมาเป็นห้องเตียงเดี่ยว มีจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 31.77 และที่พักรูปแบบแชร์ห้องร่วมกับบุคคลอื่น มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 13.58 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ผู้เข้าพักที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวพักค้าง 3 คืน มีจำนวน 446 คน คิดเป็นร้อยละ 54.66 รองลงมาพักค้าง 2 คืน มีจำนวน 438 คน คิดเป็นร้อยละ 38.86 และพักค้าง 4 คืน มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว 2 ครั้ง มีจำนวน 530 คน คิดเป็นร้อยละ 47.03 รองลงมาพักค้าง 3 ครั้ง มีจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 30.52 และพักค้างมากกว่า 3 ครั้ง มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 17.13 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการในห้องพักรู้จักผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการอุปกรณ์เครื่องครัว มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 31.68 รองลงมาเตาปิ้งย่างบาร์บีคิว มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 26.18 และต้องการโต๊ะเป่าลม มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 16.12 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4.2.3.3 คุณภาพการบริการ การตลาดบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ดังแสดงในตารางที่ 15 ถึงตารางที่ 29

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของคุณภาพการบริการ การตลาดบริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. คุณภาพการบริการ	3.58	0.55	มาก	1
2. การตลาดบริการ	3.50	0.52	มาก	2
3. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	3.50	0.58	มาก	3
รวม	3.53	0.48	มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พึงกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, $SD = 0.48$) เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านคุณภาพบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$, $SD = 0.55$) รองลงมาเป็นด้านการตลาดบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.52$) และด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของคุณภาพการบริการ ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

คุณภาพการบริการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. สิ่งที่ต้องจับต้องได้	3.66	0.67	มาก	1
2. ความสะดวกสบาย	3.59	0.66	มาก	3
3. ความเชื่อมั่น	3.62	0.63	มาก	2
4. ความเข้าใจ และความเอาใจใส่	3.53	0.73	มาก	4
5. ปริมาณการให้บริการที่เหมาะสม	3.51	0.67	มาก	5
รวม	3.58	0.55	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านคุณภาพบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58, SD = 0.55$) เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านที่จับต้องได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66, SD = 0.67$) รองลงมาเป็นด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62, SD = 0.63$) และด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59, SD = 0.66$) ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านปริมาณการให้บริการที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51, SD = 0.67$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจากค่าคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวแล้วนั้นจะพบว่า ประเด็นที่ผู้ประกอบการให้เข้าที่พักระยะสั้นต้องพัฒนา คือ ด้านปริมาณการให้บริการที่เหมาะสม ประกอบด้วย เรื่องความพร้อม ความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน การตอบสนอง หรือให้บริการในทันทีที่ผู้รับบริการร้องขอ รวมถึงการให้บริการครบถ้วนตามที่ได้ตกลงกันไว้ก่อนทำการจองห้องพัก หรือ อาจจะไม่ให้เกิดการจากตกลง แต่พิจารณาจากภาพที่แสดงในเพจว่าตรงกับสภาพปัจจุบัน มีความเป็นจริงที่น่าเสนอในเพจของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อมูลจากผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก พบว่า ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวลักษณะของ Home Sharing มีหลาย ๆ ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาใช้บริการ ได้แก่ ราคา เอกลักษณะเฉพาะตัวของที่พักเอง สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก สามารถพักค้างร่วมกันได้ ที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว อยู่ใกล้กับแหล่งรวมของการเดินทาง ประสบการณ์ที่ดีในการเข้าพัก บางแพลตฟอร์มทำการตลาดในประเด็นประสบการณ์ ได้แก่ Airbnb Experiences, Xperience ของแพลตฟอร์ม Traveloka เป็นต้น สนใจประเด็นเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวจะรู้สึกมั่นใจมากกว่า หากจองผ่าน OTA หรือ แพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ทั้งนี้ ยังมีบางประเด็นที่ผู้ประกอบการของประเทศไทยขาด ได้แก่

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของสิ่งที่จับต้องได้ในภาพรวม และจำแนกรายข้อ

สิ่งที่จับต้องได้	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุอุปกรณ์ มีความทันสมัย	3.72	0.74	มาก	1
2. สิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุ อุปกรณ์ มีความเพียงพอ	3.67	0.98	มาก	2
3. บรรยากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ให้มีความเหมาะสม	3.60	1.00	มาก	3
รวม	3.66	0.67	มาก	

จากตารางที่ 17 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านสิ่งที่จะต้องได้ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66, SD = 0.67$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายข้อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุอุปกรณ์มีความทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72, SD = 0.74$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็นประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวก วัสดุ อุปกรณ์ และมีความเพียงพอต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67, SD = 0.98$) และข้อ 3 เป็นประเด็นบรรยากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ให้มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60, SD = 1.00$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจากค่าคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวแล้วนั้นจะพบว่า ประเด็นที่ผู้ประกอบการให้เข้าที่พักระยะสั้นต้องพัฒนาในส่วนของสิ่งที่จำเป็นต้องได้ คือ บรรยากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ให้มีความเหมาะสม

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า การใช้บริการที่พักระยะสั้นมีเหตุผลมาจากความต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากการพักโรงแรมแบบเดิม ๆ ต้องการพักแรมที่เอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้พูดคุยกับเจ้าของบ้านที่เป็นมิตรให้การต้อนรับแบบญาติมิตร ประทับใจในบรรยากาศของคนไทยที่ให้คำแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ได้พักบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นบ้านเก่าที่ถูกนำมาเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งให้ข้อมูลว่าชอบสัมผัสวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมจึงเลือกพักกับที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม นอกจากการได้พักแรมแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีโอกาสดูพูดคุยกับเจ้าของภูมิปัญญาในชุมชนท้องถิ่นที่เดินทางไปท่องเที่ยว และได้ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน สถานที่พักแรมบางแห่งเป็นที่พักสไตล์บูทิค หรือ ที่พักแบบสร้างสรรค์

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความสะดวกสบายในภาพรวม และจำแนกรายข้อ

ความสะดวกสบาย	$n = 1,127$		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. การตอบข้อซักถาม หรือ สามารถแก้ปัญหาให้กับท่านได้	3.59	0.76	มาก	2
2. เดินทางเข้าถึงที่พักได้อย่างสะดวก	3.57	0.82	มาก	3
3. สะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูล	3.62	0.98	มาก	1
รวม	3.59	0.66	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านความสะดวกสบายในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59, SD = 0.66$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62, SD = 0.98$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็นประเด็นการตอบข้อซักถาม หรือ สามารถแก้ปัญหาให้กับท่านได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59, SD = 0.76$) และข้อ 3 เป็นประเด็นการเข้าถึงที่พักได้อย่างสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57, SD = 0.82$) ตามลำดับ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนเลือกพิจารณาการเข้าพักจากทำเลที่ตั้งว่า ห้างพักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว หรือ เดินทางสะดวก ดังนั้น ทำเลที่ตั้ง การเดินทางเข้าถึงอย่างสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก ผู้ประกอบการบางรายมีที่ตั้งไม่เหมาะสมจึงใช้วิธีการรับ-ส่งผู้เข้าพักเป็นแนวทางอีกวิธีหนึ่งที่ใช้แก้ไขปัญหาเรื่องที่พักไม่ได้อยู่ในย่านชุมชน หรือ ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว หากผู้ประกอบการนำที่พักของตนเองไปขายใน OTA สิ่งที่เป็น คือ แฉ่งทำเลที่ตั้งว่าอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง วิธีการเดินทางมายังที่พัก รวมถึงการนำเสนอภาพ ข้อมูลของที่พักเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และเมื่อมีนักท่องเที่ยวส่งข้อความสอบถามรายละเอียด ผู้ประกอบการจะต้องตอบข้อสงสัยในทันที

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความเชื่อมั่นในภาพรวม และจำแนกรายข้อ

ความเชื่อมั่น	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. พนักงานทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว	3.63	0.73	มาก	2
2. ที่พักระยะสั้น มีความปลอดภัย	3.57	0.86	มาก	4
3. มีความสะดวกในการติดต่อ และการใช้บริการ	3.58	0.82	มาก	3
4. พนักงาน หรือ ผู้ให้บริการ มีความรู้เกี่ยวกับที่พัก	3.70	0.89	มาก	1
รวม	3.62	0.63	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านความเชื่อมั่นในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62, SD = 0.63$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นพนักงาน หรือ ผู้ให้บริการ มีความรู้เกี่ยวกับที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70, SD = 0.89$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็น

ประเด็นพนักงานทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63, SD = 0.73$) และข้อ 3 เป็นประเด็นที่มีความสะดวกในการติดต่อ และการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58, SD = 1.05$) ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ประเด็นที่พักระยะสั้น มีความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.57, SD = 0.86$) ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มในภูมิภาคต่าง ๆ พบว่า ประเด็นความปลอดภัยนี้ เป็นประเด็นที่หน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลโรงแรม หรือ ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีความกังวลประเด็นเรื่องความปลอดภัยของตัวอาคาร และช่วงระหว่างการพักรม ความปลอดภัย/ความมั่นคงของประเทศ ซึ่งตรงกับความคิดของผู้แทนสมาคมโรงแรมไทย และสมาคมผู้ประกอบการจังหวัดต่าง ๆ โดยให้ความเห็นว่า ที่พักระยะสั้นจำนวนมากที่ไม่มีมาตรฐานความปลอดภัย บางรายนำอาคารชุด บ้านที่อยู่อาศัยมาเปิดให้เช่ารายวันซึ่งผิดวัตถุประสงค์หลักของการสร้างเพื่ออยู่อาศัยเองไม่ใช่ทำเป็นธุรกิจโรงแรมซึ่งผิดกฎหมาย ดังนั้น การก่อสร้างไม่ได้เตรียมการ หรือ มีอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัย หากเกิดอันตรายกับนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับอันตรายจะทำให้เสียภาพลักษณ์ของที่พักในภาพรวม ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของตัวนักท่องเที่ยวเองเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าพักแรม ดังนั้น ประเด็นเรื่องความปลอดภัยเป็นหนึ่งในประเด็นในการสร้างความเชื่อมั่นนักท่องเที่ยว อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจ คือ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวตั้งข้อสังเกตว่า ความปลอดภัยเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ทำให้นักท่องเที่ยวจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง เพราะนักท่องเที่ยวสามารถแจ้งข้อร้องเรียน รวมถึงค่าชดเชยหากได้รับความเสียหายจากการเข้าพักได้จากแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง

เมื่อพิจารณาจากค่าคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวของแบบสอบถาม และจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อยแล้วนั้นจะพบว่า ประเด็นที่ผู้ประกอบการให้เขาที่พักระยะสั้นต้องพัฒนาในส่วนของความเชื่อมั่น คือ ที่พักระยะสั้นให้มีความปลอดภัย โดยข้อนี้ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด แสดงว่า เป็นประเด็นที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความเข้าใจ และการใส่ใจดูแล
ในภาพรวม และจำแนกรายข้อ

ความเข้าใจ และการใส่ใจดูแล	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. พนักงานมีความยืดหยุ่นในการบริการ	3.53	0.80	มาก	2
2. พนักงานให้ความช่วยเหลือในทันที เมื่อลูกค้าร้องขอความช่วยเหลือ	3.46	0.93	มาก	3
3. พนักงานให้บริการด้วยอัธยาศัยที่เป็นมิตร	3.43	0.85	มาก	4
4. พนักงาน มีความเข้าใจในความต้องการที่แท้จริง ของลูกค้า	3.71	0.83	มาก	1
รวม	3.53	0.73	มาก	

จากตารางที่ 20 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พึงประสงค์สำหรับการ
ท่องเที่ยวในด้านความเข้าใจ และการใส่ใจดูแลในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, $SD = 0.73$)
เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายข้อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 4 เป็นประเด็น
พนักงาน มีความเข้าใจในความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, $SD = 0.83$)
รองลงมาเป็นข้อ 1 เป็นประเด็นพนักงานมีความยืดหยุ่นในการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$,
 $SD = 0.80$) และข้อ 2 เป็นประเด็นพนักงานให้ความช่วยเหลือในทันทีเมื่อลูกค้าร้องขอความ
ช่วยเหลือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, $SD = 0.93$) ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ข้อ 3 เป็น
ประเด็นพนักงานให้บริการด้วยอัธยาศัยที่เป็นมิตร ($\bar{x} = 3.43$, $SD = 0.85$)

นักท่องเที่ยวที่เข้าพักกับที่พักประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวให้ความเห็นตรงกันว่า โดยส่วนใหญ่
เจ้าของจะมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว หากจองผ่านแพลตฟอร์มจะไม่มีปัญหาเรื่องการบริการ
เพราะได้สื่อสารกันมาก่อนอยู่แล้วก่อนเดินทางเข้ามาพักค้าง และนักท่องเที่ยวให้ความเห็นตรงกันว่า
เจ้าของบ้านมีอัธยาศัยที่ดีให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น จะมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ให้บริการไม่ดี โดย
ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของการตลาดบริการในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

การตลาดบริการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ห้องพัก	3.52	0.61	มาก	2
2. ราคา	3.51	0.70	มาก	3
3. ความโดดเด่น และลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น	3.50	0.69	มาก	4
4. ประสบการณ์ใหม่	3.54	0.69	มาก	1
5. กระบวนการให้บริการ	3.48	0.63	มาก	5
6. ความยั่งยืน	3.46	0.63	มาก	6
รวม	3.50	0.52	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.52$) เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประสบการณ์ใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, $SD = 0.69$) รองลงมาเป็นด้านห้องพักที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, $SD = 0.61$) และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, $SD = 0.70$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านความยั่งยืน ($\bar{x} = 3.46$, $SD = 0.63$)

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากการซื้อข้อมูลของบริษัทวิจัย Airdna ในเดือนกันยายน 2562 ซึ่งเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่จองห้องพักผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb พบว่า ราคาของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พัทยา กรุงเทพฯ และจังหวัดภูเก็ต มีราคาถูกกว่าที่พักประเภทโรงแรม โดยพิจารณาจำแนกเป็นประเภทของที่พักระยะสั้น 3 ประเภท ได้แก่ ที่พักแบบบ้านพักทั้งหลัง มีราคาอยู่ระหว่าง 1,477 บาท/วัน ถึง ราคา 3,178 บาท/วัน โดยราคาที่พักที่มีราคาต่ำที่สุด คือ 1,477 บาท/วันอยู่ในพัทยา และที่พักที่มีราคาสูงที่สุด 3,178 บาท/วันอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ที่พักแบบห้องส่วนตัว มีราคาอยู่ระหว่าง 990 บาท/วัน ถึงราคา 1,200 บาท/วัน โดยราคาที่พักที่มีราคาต่ำที่สุด คือ 990 บาท/วันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และที่พักที่มีราคาสูงที่สุด 1,200 บาท/วันอยู่ในกรุงเทพฯ และที่พักแบบพักรวม มีราคาอยู่ระหว่าง 320 บาท/วัน ถึง ราคา 400 บาท/วัน โดยราคาที่พักที่มีราคาต่ำที่สุด คือ 320 บาท/วันอยู่ในพัทยา และที่พักที่มีราคาสูงที่สุด 400 บาท/วันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวสิ่งที่คำนึงถึงในการจองที่พัก คือ ราคา และประสบการณ์ใหม่ของการพักรวมที่มีความแตกต่างไปจากที่พักประเภท

โรงแรม และความโดดเด่น และลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ส่วนการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้เข้าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ พัทยา กรุงเทพฯ และจังหวัดภูเก็ตให้ข้อมูลว่า การตั้งราคาจะดูราคาของที่พักรูปแบบอื่น ๆ ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงเป็นเกณฑ์ และพิจารณาจากลักษณะของที่พักว่า ที่พักของตนมีคสามพิเศษกว่าที่พักบริเวณโดยรอบอย่างไร หากไม่ได้มีความพิเศษกว่า จะกำหนดราคาตามที่พักรูปแบบอื่น ๆ บางพื้นที่กำหนดต่ำกว่า เพราะต้องการให้เป็นสิ่งจูงใจลูกค้า สำหรับผู้ให้เข้าบางรายที่มีเวลา และมีความคิดสร้างสรรค์จะพยายามสร้างกิจกรรมหรือ สร้างพันธมิตรกับชุมชน/พื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงในการนำเสนอกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมถือเป็นสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของสินค้าในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

สินค้า/ที่พัก	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวก	3.63	0.74	มาก	1
2. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้าน	3.54	0.86	มาก	3
3. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะที่พักให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน	3.35	0.94	ปานกลาง	4
4. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีเนื้อที่กว้างขวาง	3.57	0.99	มาก	2
รวม	3.52	0.61	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านสินค้าในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, $SD = 0.61$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, $SD = 0.74$) รองลงมาเป็นข้อ 4 เป็นประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีเนื้อที่กว้างขวาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, $SD = 0.99$) และข้อ 2 เป็นประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, $SD = 0.86$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ข้อ 3 เป็นประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะที่พักให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน ($\bar{x} = 3.35$, $SD = 0.94$)

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมให้ข้อมูลตรงกันว่า ที่ไม่ได้เลือกพักโรงแรมนั้นนอกจากพิจารณาจากราคาที่ถูกแล้ว ยังพิจารณาประเด็นอื่น ๆ ประกอบการตัดสินใจด้วย เช่น ความต้องการสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ต้องการความเป็นส่วนตัว ต้องการพักค้างในคราวเดียวกันหลาย ๆ คน แต่นักท่องเที่ยวบางคนก็ให้ความเห็นว่า เลือกเพราะบางพื้นที่ไม่มีโรงแรม และต้องการพักแบบสัมผัสวิถีชีวิตแบบคนในท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงมีความต้องการที่พักที่มีบรรยากาศคล้าย ๆ การพักผ่อนอยู่บ้าน แต่มีประสบการณ์การที่แปลกใหม่ออกไปจากการพักบ้านตนเอง ผู้ประกอบการบางรายที่มีเวลาเต็มที่จะออกแบบกิจกรรมที่เป็นเฉพาะของตน เช่น การสอนนักท่องเที่ยวทำอาหาร การนำนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ขับรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของราคาในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

ราคา	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับที่พักประเภทอื่น ๆ เช่น โรงแรม	3.55	0.78	มาก	1
2. การเลือกห้องพักระยะสั้นช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง	3.44	0.91	มาก	3
3. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะที่พักได้ที่พัก คุณภาพสูงแต่จ่ายน้อยกว่า	3.52	0.83	มาก	2
รวม	3.50	0.69	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านราคาในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.69$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะมีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับที่พักประเภทอื่น ๆ เช่น โรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, $SD = 0.78$) รองลงมาเป็นข้อ 3 เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะที่พักได้ที่พักคุณภาพสูงแต่จ่ายน้อยกว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, $SD = 0.83$) และข้อ 2 เป็นประเด็นการเลือกห้องพักระยะสั้นช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, $SD = 0.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความโดดเด่น และอัตลักษณ์
ของพื้นที่ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

ความโดดเด่น และอัตลักษณ์ของพื้นที่	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะต้องการสัมผัสวิถีชีวิต และความเป็นพื้นเมืองอย่างแท้จริง	3.58	0.81	มาก	1
2. เลือกห้องพักระยะสั้น เพราะได้รับข้อมูลเกี่ยว- กับท้องที่ หรือ เจ้าของที่พัก	3.47	0.91	มาก	2
3. ต้องการพบปะและทำความรู้จักคนในพื้นที่	3.46	0.72	มาก	3
รวม	3.51	0.70	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการ
ท่องเที่ยวในด้านความโดดเด่น และอัตลักษณ์ของพื้นที่ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, $SD = 0.70$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็น
ประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะต้องการสัมผัสวิถีชีวิต และความเป็นพื้นเมืองอย่างแท้จริง อยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{x} = 3.58$, $SD = 0.81$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็นประเด็นเลือกห้องพักระยะสั้น เพราะได้รับ
ข้อมูลเกี่ยวกับท้องที่ หรือ เจ้าของที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.47$, $SD = 0.91$) และข้อ 3 เป็น
ประเด็นต้องการพบปะทำความรู้จักคนในพื้นที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, $SD = 0.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของประสบการณ์ใหม่ในภาพรวม
และจำแนกรายด้าน

ประสบการณ์ใหม่	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. มีประสบการณ์ที่ดีจากที่พัก	3.41	0.84	มาก	4
2. ที่พักมีการบริการที่ใหม่ และมีความแตกต่าง จากที่พักรูปแบบอื่น ๆ	3.48	0.86	มาก	2
3. คิดว่าประสบการณ์เป็นเรื่องที่คาดหวังไม่ได้	3.38	0.99	มาก	5
4. มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อน และครอบครัว	3.48	0.89	มาก	3
6. ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากปกติ	3.55	0.90	มาก	1
รวม	3.54	0.69	มาก	

จากตารางที่ 25 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านประสบการณ์ใหม่ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54, SD = 0.69$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายข้อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 6 เป็นประเด็นได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากปกติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55, SD = 0.90$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็นประเด็นที่พักมีการบริการที่ใหม่ และมีความแตกต่าง จากที่พักรูปแบบอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48, SD = 0.86$) และข้อ 4 เป็นประเด็นมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อนำไปเล่าต่อให้เพื่อน และครอบครัว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48, SD = 0.89$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ข้อ 3 เป็นประเด็นคิดว่าประสบการณ์เป็นเรื่องที่คาดการณ์ไม่ได้ ($\bar{x} = 3.38, SD = 0.99$)

เมื่อพิจารณาจากผลของแบบสอบถามประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องรีบดำเนินการด่วนที่สุด คือ ประสบการณ์จากการพักค้างแรมในที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ผู้เช่าไม่สามารถได้รับจากการเข้ารับบริการโรงแรม หรือ ห้องพักประเภทอื่น ๆ เพราะรูปแบบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งเฉพาะที่แตกต่างจากโรงแรม หรือ ห้องพักประเภทอื่น ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สิ่งนั้น คือ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะรับจากการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว พบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากโรงแรม หรือ ห้องพักที่มีอยู่เดิมในตลาดในอดีตโดยการอำนวยความสะดวกซึ่งต่างจากสิ่งที่มีที่โรงแรม หรือ ห้องพักประเภทอื่นเสนอให้ เช่น พื้นที่ส่วนตัวในการทำกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัว อุปกรณ์เครื่องครัว ต้องการพักรวมกันในห้องพักเดียวกัน ต้องการพักแบบส่วนตัว เช่น อพาร์ทเมนต์ที่มีความเป็นส่วนตัว หรือ บ้านทั้งหลังที่สามารถเข้าพักได้นับสิบคนทำกิจกรรมระหว่างเพื่อน ๆ ที่เข้าพักได้

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของกระบวนการในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. แพลตฟอร์ม หรือ เพจจองห้องพักออนไลน์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ และที่พัก	3.57	0.73	มาก	2
2. ข้อมูลทางเว็บไซต์ มีการนำเสนอ จัดวางรูปแบบที่ดี และง่ายต่อการสืบค้น	3.46	0.89	มาก	3
3. แพลตฟอร์มเปิดให้บริการลูกค้าตลอดเวลา	3.36	0.94	มาก	5

ตารางที่ 26 (ต่อ)

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
4. ช่องทางการติดต่อ ประสานงานกับเจ้าของห้องพัก มีความสะดวก และได้รับการตอบกลับ อย่างรวดเร็ว	3.39	0.97	ปานกลาง	4
5. ขั้นตอนการเข้าที่พักสะดวก ไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการ ปฏิบัติ	3.62	0.87	มาก	1
รวม	3.48	0.63	มาก	

จากตารางที่ 26 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านกระบวนการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.48$, $SD = 0.63$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายข้อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 5 เป็นประเด็นขั้นตอนการเข้าที่พักสะดวก ไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, $SD = 0.87$) รองลงมาเป็นข้อ 2 แพลตฟอร์ม หรือ เพจจองห้องพักออนไลน์ให้ข้อมูล เช่น ภาพลักษณ์, ภาพ, วิดีโอ, เสียง เป็นต้น เกี่ยวกับการบริการ และที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, $SD = 0.73$) และข้อ 2 เป็นประเด็นข้อมูลทางเว็บไซต์ มีการนำเสนอจัดวางรูปแบบที่ดี และง่ายต่อการสืบค้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, $SD = 0.89$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ข้อ 4 เป็นประเด็นช่องทางการติดต่อประสานงานกับเจ้าของห้องพัก มีความสะดวก และได้รับการตอบกลับอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$, $SD = 0.97$)

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว หรือ ผู้ที่เคยใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า การจองห้องพักจะจองผ่านแพลตฟอร์ม เพราะมีความสะดวกในจอง การสอบถามข้อมูล หรือ การติดต่อประสานงาน และรู้สึกว่ามีความปลอดภัยเมื่อจองผ่านแพลตฟอร์ม การจองผ่านแพลตฟอร์มนั้นนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจ และชื่นชอบ คือ ผู้ประกอบการที่สามารถตอบคำถามรวดเร็ว ข้อมูลของที่พักรับรอง เช่น ภาพแสดงห้องพัก ข้อมูลการเดินทาง ระบุแหล่งท่องเที่ยว หรือ สถานที่สำคัญบริเวณใกล้เคียง แพลตฟอร์มใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน เป็นต้น ในส่วนข้อมูลจากผู้ประกอบการบางรายไม่ได้นำที่พักเข้าไปอยู่ในแพลตฟอร์ม เพราะความพร้อมของตนเองยังไม่มีพอ เช่น มีข้อจำกัดเรื่องภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้เทคโนโลยียังไม่ดีพอ กังวลเรื่องภาษี คือ คิดว่า หากข้อมูลอยู่ในระบบออนไลน์หน่วยงานสรรพากรสามารถสืบค้นได้ เป็นต้น

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความยั่งยืนในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ต้องการที่จะลดการใช้พลังงาน และทรัพยากรอื่น ๆ ในขณะเดินทางท่องเที่ยว	3.50	0.72	มาก	2
2. ต้องการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	3.44	0.87	มาก	4
3. ต้องการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม	3.33	1.01	ปานกลาง	5
4. ต้องการส่งเสริมสนับสนุนสินค้าและบริการของชุมชนท้องถิ่น	3.45	1.00	มาก	3
5. ที่พักที่เลือกพักเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.56	0.95	มาก	1
รวม	3.46	0.63	มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านความยั่งยืนในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$, $SD = 0.63$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 5 เป็นประเด็นที่พักที่เลือกพักเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, $SD = 0.95$) รองลงมาเป็นข้อ 1 เป็นประเด็นต้องการที่จะลดการใช้พลังงาน และทรัพยากรอื่น ๆ ในขณะเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.72$) และข้อ 4 เป็นประเด็นต้องการส่งเสริมสนับสนุนสินค้าและบริการของชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, $SD = 1.00$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ ข้อ 3 เป็นประเด็นต้องการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$, $SD = 1.01$) จากการการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า ธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เสริมอีกทางหนึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพเป็นเมืองท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา เพราะในฤดูกาลเทศกาลจำนวนห้องพักจะไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลบวก หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเทศกาลที่พักเต็ม เมื่อเต็มนักท่องเที่ยวก็เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ จังหวัดเชียงใหม่ก็จะเสียนักท่องเที่ยวไปในกรณีดังกล่าวถือว่าเป็นผลบวกที่มีธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นนี้ และให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องต้องหามาตรการ หรือ ข้อกำหนดเร่งด่วนเพื่อการควบคุม

หรือ ทำให้ธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นอยู่ในระบบ และไม่กระทบกับธุรกิจโรงแรม หน่วยงานรัฐบาลเองก็ต้องได้ภาษีเกี่ยวกับทำธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพราะเกิดรายได้ ส่วนนักท่องเที่ยวต้องได้รับความคุ้มครอง ได้รับความปลอดภัยจากการเข้าพักห้องพัkdังกล่าวด้วย

ความเห็นของผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ไม่ได้มีความเห็นขัดแย้งว่า ผู้ที่ทำธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นสามารถดำเนินการได้ แต่ควรมีมาตรการในการควบคุมดูแล หรือ ให้อยู่ในระบบของที่พัก โดยอาจจะมิกกฎหมาย หรือ ข้อบังคับเฉพาะสำหรับธุรกิจดังกล่าวซึ่งหากจะใช้ใน พ.ร.บ.โรงแรมเดียวกันก็ยังไม่เข้าเกณฑ์โดยประเด็นที่กังวล คือ การตัดราคา เพราะผู้ไม่เช่าที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมไม่มีค่าลงทุนในธุรกิจห้องพัก ไม่ได้เสียภาษีจึงทำให้ต้นทุนของการดำเนินการไม่สูงเหมือนโรงแรม ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เพราะหากเกิดความเสียหายจะเสียหายในภาพรวมของธุรกิจที่พักทั้งระบบของประเทศ

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. การกลับมาใช้บริการซ้ำที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว	3.56	0.71	มาก	1
2. การบอกต่อ	3.44	0.68	มาก	2
รวม	3.50	0.58	มาก	

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเด็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.58$) เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, $SD = 0.71$) รองลงมาเป็นด้านการบอกต่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า ประเด็นของการกลับมาใช้บริการซ้ำในที่พักลักษณะดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับหลาย ๆ ปัจจัย ได้แก่ ความประทับใจที่ได้รับบริการเมื่อเข้าพัก ความคุ้มค่าของราคา ประสบการณ์ที่ดีจากการพักค้างซึ่งอาจเกิดจากการบริการ อัตลักษณ์เฉพาะของที่พัก ทัศนคติของเจ้าของบ้าน การรับรู้จริงเมื่อมาใช้บริการเทียบกับข้อมูลที่นำเสนอในแพลตฟอร์ม หรือ เพจห้องพัก

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของการกลับมาเที่ยวซ้ำ
ในภาพรวม และจำแนกรายด้าน

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. เมื่อท่านต้องการเดินทาง ท่านจะพิจารณาที่พัก ระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก	3.49	0.80	มาก	2
2. หากท่านมีความตั้งใจที่จะพักรม ท่านจะใช้ บริการที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยว (ที่ไม่ใช่ โรงแรม) ในครั้งต่อไป	3.63	0.94	มาก	1
รวม	3.56	0.71	มาก	

จากตารางที่ 29 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นหากท่านมีความตั้งใจที่จะพักรม ท่านจะใช้บริการที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมในครั้งต่อไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, $SD = 0.94$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็นประเด็นเมื่อท่านต้องการเดินทาง ท่านจะพิจารณาที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, $SD = 0.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ของการบอกต่อในภาพรวม
และจำแนกรายด้าน

รายการ	n = 1,127		ระดับ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD		
1. ท่านจะพูด บอกเล่าประสบการณ์ในมุมมอง ที่เกี่ยวกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว	3.49	0.77	มาก	1
2. ท่านจะแนะนำให้บุคคลที่ท่านรู้จักใช้บริการที่พัก ประเภทที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว	3.45	0.90	มาก	2
3. ท่านจะบอกเล่า หรือ พูดเกี่ยวกับที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวด้วยความชื่นชมเสมอ	3.39	0.99	ปานกลาง	3
รวม	3.44	0.68	มาก	

จากตารางที่ 31 พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในด้านการบอกต่อในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, $SD = 0.68$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามรายชื่อที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 เป็นประเด็นท่านจะพูด บอกเล่าประสบการณ์ในมุมมองที่เกี่ยวกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.49$, $SD = 0.77$) รองลงมาเป็นข้อ 2 เป็นประเด็นท่านจะแนะนำให้บุคคลที่ท่านรู้จักใช้บริการที่พักประเภทที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$, $SD = 0.90$) และข้อ 3 เป็นประเด็นท่านจะบอกเล่า หรือ พูดเกี่ยวกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวด้วยความชื่นชมเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.39$, $SD = 0.99$) ตามลำดับ

4.3 ผลศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.3.1 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

4.3.1.1 ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน เป็นต้น

4.3.1.2 มีความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้า-ออกที่พัก รวมถึงความปลอดภัยของอาคารสถานที่ ความปลอดภัยของที่พัก หรือ ห้องพัก

4.3.1.3 มีความสะดวกสบายเหมือนได้พักอยู่ที่บ้านของตัวเอง โดยห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบ เช่น ทีวี ตู้เย็น เครื่องครัว เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ไม้กวาด ไม้โครเวฟ เครื่องซักผ้า สัญญาณ WI-FI เป็นต้น มีความสะดวกสบายเหมือนได้พักอยู่ที่บ้านของตัวเอง

4.3.1.4 มีราคาถูกกว่าห้องพักประเภทอื่น ๆ หรือ ห้องพักมีความคุ้มค่า เมื่อเทียบระหว่างการบริการ หรือ สภาพห้องพักที่ได้รับกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป

4.3.1.5 การจองผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง ไว้วางใจได้

4.3.1.6 การมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของบ้าน หรือ ชุมชนในแหล่งที่ต้องการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีความต้องการสัมผัสวัฒนธรรม และประเพณีโดยการพบปะกับเจ้าของที่อยู่อาศัยที่เป็นคนท้องถิ่นนั้นจะทำให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทัศนคติของกันและกัน

4.3.1.7 ห้องพักตรงตามรายละเอียดที่ลงไว้ในเพจ หรือ ตรงตามข้อตกลงที่ได้แจ้งไว้ก่อนหน้านี้

4.3.1.8 อาณาเขตสถานที่ การตกแต่งห้องที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และสวยงามเฉพาะตัว

4.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

4.3.2.1 ลักษณะการพักส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน หรือ คู่รัก รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม หรือ หมู่คณะ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ประเด็นที่คู่รักเลือกที่จะพักกับที่พักระยะสั้นซึ่งไม่ต้องการพักในที่พักลักษณะที่เป็นโรงแรม เพราะขาดความเป็นส่วนตัว และบรรยากาศที่ซ้ำเดิมซึ่งโรงแรมที่ใด ๆ ก็มีความเหมือนกัน ส่วนที่เดินทางเป็นกลุ่ม หรือ หมู่คณะนั้นเป็น เพราะต้องการพักร่วมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายค่าที่พักที่แบบโรงแรมมีราคาถูกกว่า

4.3.2.2 จำนวนผู้ร่วมเดินทางต่อครั้งเฉลี่ย ครั้งละ 3-4 คน ทั้งนี้ มีทั้งกลุ่มที่เป็นเพื่อน และกลุ่มที่เป็นครอบครัว

4.3.2.3 จำนวนการเข้าพัก จากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ หากเป็นชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยในการเข้าพัก 7-9 คืนต่อการเดินทางแต่ละครั้ง สำหรับคนไทยมีค่าเฉลี่ยในการเข้าพัก 3-4 คืนต่อการเดินทางแต่ละครั้ง

4.3.2.4 จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต

4.3.2.5 การจองที่พักส่วนใหญ่จองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ และเชื่อในมาตรฐานของห้องพักที่ถูกคัดเลือกไว้ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของที่พัก เช่น มีความสะอาด รู้สึกความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้น

4.3.2.6 ราคาเฉลี่ยต่อห้องพัก ราคาเฉลี่ยของอัตราการเข้าพัก ประมาณ 700 บาท ถึง 1,500 บาทต่อคืน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจะพิจารณาความคุ้มค่าในการใช้บริการ เมื่อเทียบกับราคา หรือ เทียบกับโรงแรม

4.3.2.7 ประเภทห้องพัก ส่วนใหญ่เลือกประเภทห้องพักแบบมีห้องนอน และห้องน้ำในตัว เพื่อความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าพัก

4.4 ผลศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย

4.4.1 ผลกระทบในเชิงบวก

4.4.1.1 มุมมองของนักท่องเที่ยว หรือ ผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวจะได้ที่พักในราคาถูก สามารถพักร่วมกันได้จำนวนหลายคนซึ่งมากกว่าโรงแรม ทำเลที่ตรงกับความต้องการ มีความสะดวกสบายในการพักแรมเหมือนพักอยู่บ้านของตัวเอง มีพื้นที่ในการทำกิจกรรม หรือ สันทนาการในกรณีที่ไปพักเป็นกลุ่ม มีที่พักให้เลือกหลากหลายตรงกับไลฟ์สไตล์ของผู้เข้าพัก นักท่องเที่ยว

ได้รับการดูแลที่ดีจากโฮสต์ ผู้ใช้บริการก็มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น และสามารถมีอำนาจการต่อรองเรื่องราคาได้

4.4.1.2 มุมมองของผู้ประกอบการ ได้รายได้เสริมจากการนำที่พักของตนเองที่มีอยู่มาปล่อยให้เช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เจ้าของบ้าน หรือ โฮสต์ (Host) ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเช่า รวมถึงได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกันด้วย

4.4.1.3 มุมมองของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐบาล เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ยังชนบท ส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

4.4.1.4 มุมมองของธุรกิจโรงแรม ช่วงเทศกาลธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีที่พัก หรือ ช่วยการลดปัญหาการขาดแคลนห้องพักในโรงแรมช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวล้นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนโรงแรมไม่เพียงพอ

4.4.1.5 เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ได้แก่ การจ้างทำความสะอาด รถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว หรือ ผู้พักค้าง เป็นต้น

4.4.2 ผลกระทบในเชิงลบ

4.4.2.1 มุมมองนักท่องเที่ยว ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก ได้แก่ ไม่มีทางหนีไฟ ขาดถังดับเพลิง ไม่มีระบบสัญญาณแจ้งเตือนไฟไหม้ และระบบล็อกการเข้า-ออก ป้องกันบุคคลภายนอกเข้าสู่ที่พัก

4.4.2.2 มุมมองของธุรกิจโรงแรม หรือ ที่พักที่ถูกต้องตามกฎหมายให้ข้อมูลว่า ทำให้อาณาบริเวณที่เข้าพักโรงแรมในบางพื้นที่ลดน้อยลง เพราะที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมีราคาถูกกว่าโรงแรม และนักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ชอบพักในสิ่งแวดล้อม หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม โรงแรมที่ได้รับผลกระทบส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กซึ่งไม่มีบริการอื่น ๆ นอกจากห้องพักเพียงอย่างเดียวซึ่งเทียบเท่ากับการบริการของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรม คดีการบริการอื่น ๆ ที่กล่าวถึง คือ ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง เป็นต้น โดยโรงแรมขนาดเล็กมีราคาไม่สูงมากนักได้รับผลกระทบโดยตรงมากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมองว่า ธุรกิจที่พักระยะสั้นนี้ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เพราะโรงแรมต่าง ๆ ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งทำให้มีต้นทุนการดำเนินการธุรกิจโรงแรมที่สูงกว่าอยู่แล้ว

4.4.2.2 มุมมองหน่วยงานภาครัฐบาล เป็นที่พักที่ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย อาจเกิดการเอารัดเอาเปรียบผู้เช่า หรือ เกิดอุบัติเหตุจากสถานที่ที่มีมาตรฐาน ทั้งนี้ อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของประเทศ หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องไม่สามารถเก็บภาษีจากการประกอบธุรกิจนี้ได้ ทั้งนี้ เพราะไม่มีกฎหมายรองรับจึงทำให้หน่วยงานภาครัฐบาลยังไม่สามารถควบคุมที่พัก

ระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกแห่งให้อยู่ในระบบได้ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่หน่วยงานของรัฐบาลพึงได้รับ

4.4.2.4 มุมมองเพื่อนบ้าน เป็นการรบกวน หรือ สร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน เช่น การแย่งที่จอดรถ รถยนต์เสียงดังเข้าออกบ่อยครั้งเป็นการรบกวนผู้พักอาศัยอื่น หรือ ผู้พักประจำ รู้สึกไม่ความปลอดภัย การแย่งใช้สวัสดิการส่วนกลาง หรือ เพิ่มค่าใช้จ่ายส่วนกลาง เช่น สรรว่ายน้ำ ฟิตเนส การกดลิฟต์ขึ้น-ลง เป็นต้น

4.5 แนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

แนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้จากการนำข้อค้นพบจากวัตถุประสงค์ที่ 1 ถึงวัตถุประสงค์ที่ 4 มาสังเคราะห์ และนำเสนอเป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้จำแนกเป็น 3 ด้าน มีดังนี้

4.5.1 ด้านคุณภาพการบริการ

4.5.1.1 สิ่งที่ต้องได้ ที่พักมีการตกแต่งให้สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ภายในห้องพักที่จัดไว้ให้บริการ มีความทันสมัย พร้อมใช้งาน มีฉลาก หรือ ป้ายแสดงวิธีการใช้งาน หรือ ข้อจำกัดในการใช้งานอย่างละเอียดเป็นภาษาตามสัญลักษณ์กลุ่มเป้าหมายของที่พัก

4.5.1.2 ความสะอาดสบาย และให้การดูแลเอาใจใส่ มีความพร้อมในการให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใดเมื่อได้รับการร้องขอให้ช่วยเหลือ ระบบ หรือ ขั้นตอนการจองไม่ซับซ้อน แพลตฟอร์มเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน เป็นเจ้าบ้านที่ดีปฏิบัติต่อผู้เช่าพักประจักษ์ชัด พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศพื้นฐานสำหรับการทำงานของพนักงานบริการที่พัก หรือ เจ้าของที่พักที่ที่พักให้บริการผู้พัก

4.5.1.3 ความเชื่อมั่น ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ตรงกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน การนำเสนอข้อมูลในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ ที่ลงภาพข้อมูลในการจำหน่ายห้องพักตรงกับความเป็นจริง และที่พักให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของการพักแรมทั้งในห้องพักและบริเวณโดยรอบของสถานที่พัก จัดอุปกรณ์ป้องกันภัยต่าง ๆ ไว้ตามจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ทั้งนี้เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายความปลอดภัยจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ใช้บริการเพศหญิงให้ความสำคัญ

4.5.2 การตลาด

4.5.2.1 ที่พัก ผู้ประกอบการจัดเตรียม หรือ ปรับปรุงที่พักเน้นความแปลกใหม่เพื่อสนองต่อความต้องการหาประสบการณ์ความแปลกใหม่จากการท่องเที่ยวในวิถีชุมชน แหล่งท่องเที่ยวในเมืองรอง และเลือกสถานที่พักแปลกใหม่ หากอยู่ในเขตเมืองเน้นความเป็นเอกลักษณ์ หรือ คงความเดิมของแหล่งนั้น ๆ รวมถึงการรักษาความสะอาดห้องพักทั้งภายในห้องพัก และบริเวณโดยรอบของห้องพัก

4.5.2.2 ราคา การตั้งราคาส่วนใหญ่จะตั้งราคาไม่สูงกว่าโรงแรม เมื่อเทียบจำนวนผู้เข้าพัก หากตั้งราคาสูงกว่าโรงแรมแสดงว่า ที่พักมีข้อได้เปรียบในหลาย ๆ ประเด็น เช่น ใกล้แหล่งท่องเที่ยว แหล่งจ่ายใช้สอย มีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ต่าง ๆ ในที่พักต้องมากกว่า หรือ เป็นที่พักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่หาไม่ได้จากที่พักอื่น ๆ

4.5.2.3 ความโดดเด่น ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น และสร้างประสบการณ์ใหม่ สร้างกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการลงใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น และออกไปเที่ยวในบริเวณชุมชนท้องถิ่นใกล้เคียง และใช้จ่ายเงินกับคนที่อยู่ในชุมชน นำเสนอไฮท์ไลท์ที่พักอะไรเป็นสิ่งที่ผู้พักมาพักแล้วจะประทับใจ เช่น การร่วมรับประทานอาหารพื้นเมืองกับ Host ล่องแพ ชมสวนดอกไม้ ที่พักอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง หรือ มีเทศกาลที่น่าสนใจ เป็นต้น

4.5.2.4 กระบวนการให้บริการ การเข้าพักไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน การจำหน่ายห้องพักควรจำหน่ายในแพลตฟอร์มออนไลน์นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Millennial ช่วงอายุที่มีเทคโนโลยี มีอุปกรณ์เข้าถึงเทคโนโลยี และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้น จึงนิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งเป็นทางเลือกในการหาที่พักที่สะดวก รวดเร็ว และราคาถูกกว่าการเข้าพักของโรงแรม

4.5.2.5 ความยั่งยืน สินค้าประกอบการบริการที่ใช้บริการในที่พักควรเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ ผลิตภัณฑ์มาจากสนับสนุนสินค้า และบริการของชุมชนนั้น ๆ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ
3. เพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย
5. เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

โดยในบทที่ 5 ผู้วิจัย และคณะนำเสนอการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการศึกษาศถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2557 ถึง ปี พ.ศ.2561 มีชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนระหว่าง 24 ล้านคน ถึง 35 ล้านคน พำนักรอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 9 คืนต่อคน มีค่าใช้จ่ายจ่ายค่าที่พักเฉลี่ยวันละ 1,450 บาท ถึง 1,556 บาท เมื่อรวมจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยแล้ว มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว รวมจำนวน 147 ล้านคน ถึง 192 ล้านคน มีรายจ่ายที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวต่อวันอยู่ระหว่าง 3,267 บาทต่อวัน ถึง 4,283 บาทต่อวัน นักท่องเที่ยวพักแรมต่อปีอยู่ระหว่าง 123 ล้านคน ถึง 166 ล้านคน

จำนวนห้องพักในประเทศระหว่างปี พ.ศ.2557 ถึง พ.ศ.2561 สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) พบว่า มีจำนวนห้องพัก มีจำนวน 303,154 ห้อง ถึง จำนวน 721,501 ห้อง อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) คิดเป็นร้อยละ 58.06, 65.12, 66.99, 70.58 และอัตราการเข้าพัก 71.16 ตามลำดับ แสดงว่า จำนวนห้องพักมากกว่าผู้เข้าพักเกิด Over Supply ในธุรกิจพักรแรม

จำนวนโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง (2561) โดยจำแนกเป็นภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ พบว่า มีจำนวนโรงแรมทั้งหมด 9,663 แห่ง และมีจำนวนห้องรวม 424,754 นอกจากนี้ สำนักงานสถิติ

แห่งชาติ (2561) ทำการสำรวจที่พักทุกประเภท โดยจำแนกเป็นภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ พบว่า มีจำนวนที่พักทั้งหมด 24,391 แห่ง และมีจำนวนห้องรวม 721,501 ห้อง เมื่อนำผลการสำรวจที่พักทุกประเภทของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) ลบออกจากจำนวนโรงแรมที่ขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมทะเบียนกับการปกครอง (2561) ซึ่งเป็นจำนวนโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องนั้นได้ผลต่าง คือ มีสถานที่ที่เป็นที่พักแต่ไม่ได้ขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมทะเบียนกับการปกครอง มีจำนวนทั้งหมด 14,728 แห่ง และมีจำนวนห้องรวม 296,747 ห้อง

ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ให้บริการเช่าที่พัก แต่ไม่ได้ขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมทะเบียนกับการปกครองซึ่งเป็นการประกอบธุรกิจผิดกฎหมาย มีสาเหตุมาจากสาเหตุหลัก ดังนี้

1. ที่พักระยะสั้นที่มีลักษณะเป็นบ้าน มีห้องพักเกิน 4 ห้อง มีผู้เข้าพักในเวลาเดียวกันไม่เกิน 20 คน ตามกฎหมายไม่ถือว่าเป็นโรงแรม ดังนั้น จึงไม่ต้องจดทะเบียนตาม พ.ร.บ.โรงแรม แต่ให้แจ้งต่อนายทะเบียน
2. ที่พักระยะสั้นที่มีลักษณะเป็นบ้าน มีห้องพักเกิน 4 ห้อง หรือ น้อยกว่า 4 ห้อง มีผู้เข้าพักในเวลาเดียวกันเกิน 20 คนขึ้นไป ตามกฎหมายถือว่าเป็นโรงแรม แต่ไม่ได้จดทะเบียนโรงแรม
3. ห้องพักในอาคารชุด ผิด พ.ร.บ.ควบคุมอาคาร
4. อสังหาริมทรัพย์ให้เช่าระยะยาว คิดค่าเช่าเป็นรายเดือน แต่นำมาให้เช่าเป็นรายวันผ่านแพลตฟอร์ม หรือ นำไปขายใน OTAs ต่าง ๆ

ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่นำไปจำหน่ายอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTAs ต่าง ๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ร่วมกับแพลตฟอร์ม Airbnb สำรวจผู้ให้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ในแพลตฟอร์ม Airbnb ทั้งหมดที่อยู่ในประเทศไทย มีจำนวนบ้านพักทั้งหมด 43,223 แห่ง โดยบ้านพักในกรุงเทพฯ มีจำนวน 10,566 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 97 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 129 บ้านพักในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 4,084 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 118 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 163 บ้านพักในจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 9,033 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 81 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 154 และบ้านพักในเกาะสมุย มีจำนวน 4,725 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 78 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 133

ข้อมูลจากบริษัทวิจัย Airdnd โดยข้อมูลห้องพักนี้รวบรวมจากห้องพักที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เช่าที่พักเท่านั้น โดยสำรวจ ณ เดือนสิงหาคม 2562 จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวสูงสุดในแต่ละภูมิภาคเลือกมา 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต

พทยา และกรุงเทพมหานคร จังหวัด หรือ พื้นที่ที่มีผู้เข้าพักมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ มีจำนวนผู้เข้าพัก มีจำนวน 480,000 คน รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 160,000 พทยา มีจำนวน 120,000 คน เกาะสมุย มีจำนวน 60,000 คน และจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 70,000 คน มีรายละเอียดแต่ละพื้นที่ดังนี้

1. จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านพักหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น โดยในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์มีจำนวนทั้งสิ้น 8,983 แห่ง แบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านพักหลัง จำนวน 4,546 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.60 ห้องพักส่วนตัว จำนวน 4,221 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.98 และห้องพักพักรวม 316 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.01 อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

2. เมืองพทยา จังหวัดชลบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพทยาส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านพักหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น โดยในเมืองพทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์มีจำนวนทั้งสิ้น 12,149 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านพักหลัง จำนวน 9,838 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80.97 ห้องพักส่วนตัว จำนวน 2,192 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.04 และห้องพักพักรวม 119 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.97 ตามลำดับ อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในเมืองพทยา โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนห้องพัก

3. กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรม โดยข้อมูลที่น่าสนใจเป็นข้อมูลที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านพักหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น โดยกรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 21,988 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านพักหลัง จำนวน 13,191 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 ห้องพักส่วนตัว จำนวน 7,868 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.78 และห้องพักพักรวม 929 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.22 อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 คิดเป็นร้อยละ 12.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในกรุงเทพมหานคร

4. จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรม โดยข้อมูลที่น่าสนใจเป็นข้อมูลที่จองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วน

ใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักที่ประเภทบ้านหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัว และที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่นโดยจังหวัดภูเก็ต มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 16,102 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านหลังหลัง จำนวน 11,500 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.41 ห้องพักรวมตัว จำนวน 4,442 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.58 และห้องพักรวม 160 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.99 อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2562 ไม่มีการเติบโต คิดเป็นร้อยละ 0.00 ของจำนวนห้องพักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

การให้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์นั้น พบว่ามี 3 จังหวัด มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจังหวัดที่มีอัตราเติบโตมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ และเมืองพัทยา โดยอัตราการเติบโตเรียงจากมากไปหาน้อยคิดเป็นร้อยละ 12.00, 6.00, และร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

5.1.2 สรุปผลศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

5.1.2.1 จุดแข็ง

ที่พักมีราคาถูกกว่าโรงแรม สถานที่ตั้งของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ที่พักมีลักษณะเฉพาะ หรือ มีอัตลักษณ์เฉพาะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตรงตามความต้องการของผู้พัก รวมถึงมีความรู้สึกเหมือนพักอยู่บ้าน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมากกว่าโรงแรม ได้รับประสบการณ์ที่ดีระหว่างผู้พักกับเจ้าบ้าน เจ้าบ้านมีอัธยาศัยที่ดี ที่พักมีให้เลือกหลากหลายประเภท หรือ ตามความต้องการของผู้พัก ผู้พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มีความเป็นส่วนตัว สามารถจัดกิจกรรมได้

5.1.2.2 จุดอ่อน

ที่พักส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย ห้องพัก หรือ บ้านพักบางแห่งขาดมาตรฐานด้านความสะอาดของที่พัก และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่พักบางแห่งมีการดัดแปลงอาคาร หรือ ที่พักที่แบบไม่ถูกต้องตามแบบ หรือ ตามหลักโครงสร้างของอาคาร การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ หรือ การขึ้นป้ายที่เป็นทางการกระทำไม่ได้ เพราะเป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ผู้ให้บริการขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เกิดการรบกวนในบริเวณที่พักอาศัย ขาดการให้ความช่วยเหลืออาจจะตอบสนองในทันทีทันใด

5.1.2.3 โอกาส

แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไม่ต้องการพักโรงแรม โดยต้องการพักที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนอยู่บ้าน นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้คน เศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มีรายได้เสริมเกิดจากการนำบ้านมาให้เช่า มีแพลตฟอร์มหลากหลายแพลตฟอร์มให้เลือกใช้บริการ เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

5.1.2.4 อุปสรรค

ไม่มีกฎหมายรองรับการดำเนินธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนบ้านร้องเรียนผู้พักอาจจะสร้างปัญหาให้กับเพื่อนบ้าน ภาครัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีชาวต่างประเทศซื้ออสังหาริมทรัพย์ และนำมาทำธุรกิจให้เช่าที่พักแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวไทย คู่แข่งขันที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันมีจำนวนมากในพื้นที่ที่เป็นย่านธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

5.1.2.5 คุณภาพบริการ

ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ในด้านคุณภาพบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.58, SD = 0.55$) เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านที่จับต้องได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66, SD = 0.67$) รองลงมาเป็นด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62, SD = 0.63$) และด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59, SD = 0.66$) ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านปริมาณการให้บริการที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51, SD = 0.67$)

5.1.2.6 การตลาดบริการ

ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ในด้านการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50, SD = 0.52$) เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประสบการณ์ใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54, SD = 0.69$) รองลงมาเป็นด้านที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52, SD = 0.61$) และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51, SD = 0.70$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านความยั่งยืน ($\bar{x} = 3.46, SD = 0.63$)

5.1.2.7 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ในประเด็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.50$, $SD = 0.58$) เมื่อพิจารณาารายด้านด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, $SD = 0.71$) รองลงมาเป็นด้านการบอกต่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ

5.1.3 สรุปผลศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.1.3.1 ความต้องการที่พักระยะสั้น

นักท่องเที่ยวต้องการเลือกที่พักที่มีราคาถูกกว่าห้องพักประเภทอื่น ๆ หรือห้องพักมีความคุ้มค่า เลือกที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวก หรือ อยู่ในแหล่งชุมชนที่สนใจท่องเที่ยว มีความปลอดภัยทั้งชีวิต และทรัพย์สิน ที่พักมีบรรยากาศคล้าย ๆ ที่พักที่บ้าน โดยนักท่องเที่ยวชื่นชอบบรรยากาศของการพักค้างรูปแบบบ้านมากกว่าโรงแรม ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบ มีความเป็นเอกลักษณ์ และสวยงาม รวมถึงรายละเอียดห้องพักตรงตามรายละเอียดที่ลงไว้ในเพจ หรือ ตรงตามข้อตกลงที่ได้แจ้งไว้ก่อนหน้านี้ การจองผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง ไวใจได้ การมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของบ้าน หรือ ชุมชนในท้องถิ่นแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนสิ่งที่ได้พบได้เจอ นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสความเป็นจริงของท้องถิ่น เพราะมาตรฐานของโรงแรมทำให้ผู้เข้าพักห่างจากความเป็นจริงของสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวมีความเชื่อว่าการสนับสนุนความคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น หรือ เพิ่มรายได้ให้กับผู้นำท้องถิ่นให้เข้าอีกทางหนึ่ง

5.1.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการที่พักระยะสั้น

เดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คู่รัก และเดินทางกับเพื่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็นออฟาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม และบ้านเป็นหลัก วันที่ค้างเฉลี่ยอย่างน้อย 4-5 คืน หรือ มากกว่า ส่วนชาวต่างชาติจะอยู่ระหว่าง 7-9 วัน จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต การจองที่พักส่วนใหญ่จองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ และเชื่อในมาตรฐานของห้องพัก

5.1.4 สรุปผลศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย

5.1.4.1 ผลกระทบในเชิงบวก

นักท่องเที่ยว หรือ ผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมีทางเลือกสถานที่พักที่หลากหลายมากขึ้น และได้เช่าห้องพักราคาถูกที่ถูกลง รวมถึงการตอบโต้ความต้องการเฉพาะได้ เช่น พักได้หลายคน มีกิจกรรมร่วมกันได้ ได้บรรยากาศแบบเหมือนพักอยู่บ้าน ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากเจ้าบ้าน เจ้าของที่พัก หรือ ผู้ประกอบการมีรายได้รายได้เสริม เจ้าของบ้าน หรือ โฮสต์ (Host) ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเช่า รวมถึงได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกันด้วย เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ยังชนบท ส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นอย่างแท้จริง เกิดการจ้างงานในพื้นที่ รวมถึงช่วงเทศกาลธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีที่พัก หรือ ช่วยการลดปัญหาการขาดแคลนห้องพักในโรงแรมช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวล้นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนโรงแรมไม่เพียงพอ

5.1.4.2 ผลกระทบในเชิงลบ

การเช่าที่พักระยะสั้นมีผลน้อยมากในตลาดการเข้าพักอาศัยระยะสั้น ไม่ได้มีผลต่ออัตราการเกิดห้องว่างของโรงแรมในภาพรวม เมื่อฤดูการท่องเที่ยวจำนวนการจองห้องพักโรงแรมยังคงสูงตามฤดูกาล และในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวจำนวนจองห้องพักโรงแรมก็ลดลงตามอัตราส่วนของนักท่องเที่ยว แต่ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมจะเป็นเรื่องภาพลักษณ์ และการกำหนดราคาเอาเปรียบธุรกิจโรงแรมโดยฐานของค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่มีไม่เท่ากัน เช่น ค่าลงทุนก่อสร้าง ค่าจ้างพนักงานบริการ การชำระภาษี และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่โรงแรมต้องมีซึ่งรวมเป็นต้นทุนราคา รวมถึงที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมระหว่างโรงแรมที่ถูกต้องตามกฎหมายกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ผิดกฎหมาย ที่พักบางแห่งเอาัดเอาเปรียบลูกค้า ที่พักที่ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย หน่วยภาครัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจ ผู้พักในที่พักระยะสั้นประเภทอาคารชุด บ้านจัดสรรรบกวน หรือ สร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน รวมถึงเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของประเทศโดยการไม่แจ้งชื่อผู้เข้าพักให้กับพนักงานปกครอง

5.1.5 สรุปผลแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีดังนี้

5.1.5.1 ที่พักมีการตกแต่งให้สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ภายในห้องพักที่จัดไว้ให้บริการ มีความทันสมัย พร้อมใช้งาน มีฉลาก หรือ ป้ายแสดง

วิธีการใช้งาน หรือ ข้อจำกัดในการใช้งานอย่างละเอียดเป็นภาษาตามสัญชาตญาณเป้าหมายของที่พัก

5.1.5.2 ความสะดวกสบาย และให้การดูแลเอาใจใส่ มีความพร้อมในการให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใดเมื่อได้รับการร้องขอให้ช่วยเหลือ ระบบ หรือ ขั้นตอนการจองไม่ซับซ้อน แพลตฟอร์มเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน เป็นเจ้าบ้านที่ดีปฏิบัติต่อผู้เข้าพักประดุจญาติ พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศพื้นฐานสำหรับการใช้งานของพนักงานบริการที่พัก หรือ เจ้าของที่พักที่พักรับการบริการผู้พัก

5.1.5.3 ความเชื่อมั่น ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ตรงกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน การนำเสนอข้อมูลในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ ที่ลงภาพข้อมูลในการจำหน่ายห้องพักตรงกับความเป็นจริง และที่พักให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของการพักแรมทั้งในห้องพักและบริเวณโดยรอบของสถานที่พัก จัดอุปกรณ์ป้องกันภัยต่าง ๆ ไว้ตามจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ทั้งนี้เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักเชื่อว่าที่พักจะระมัดระวังเพื่อการท่องเที่ยวเป็นพิเศษยิ่งกว่าเพศชายความปลอดภัยจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ใช้บริการพิเศษให้ความสำคัญ

5.1.5.4 ที่พัก ผู้ประกอบการจัดเตรียม หรือ ปรับปรุงที่พักเน้นความแปลกใหม่เพื่อสนองต่อความต้องการหาประสบการณ์ความแปลกใหม่จากการท่องเที่ยวในวิถีชุมชน แหล่งท่องเที่ยวในเมืองรอง และเลือกสถานที่พักแปลกใหม่ หากอยู่ในเขตเมืองเน้นความเป็นเอกลักษณ์ หรือ คงความเดิมของแหล่งนั้น ๆ รวมถึงการรักษาความสะอาดห้องพักทั้งภายในห้องพัก และบริเวณโดยรอบของห้องพัก

5.1.5.5 ราคา การตั้งราคาส่วนใหญ่จะตั้งราคาไม่สูงกว่าโรงแรม เมื่อเทียบจำนวนผู้เข้าพัก หากตั้งราคาสูงกว่าโรงแรมแสดงว่า ที่พักมีข้อได้เปรียบในหลาย ๆ ประเด็น เช่น ใกล้แหล่งท่องเที่ยว แหล่งจ่ายใช้สอย มีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ต่าง ๆ ในที่พักต้องมีมากกว่า หรือ เป็นที่พักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่หาไม่ได้จากที่พักอื่น ๆ

5.1.5.6 ความโดดเด่น ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น และสร้างประสบการณ์ใหม่ สร้างกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการลงใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น และออกไปเที่ยวในบริเวณชุมชนท้องถิ่นใกล้เคียง และใช้จ่ายเงินกับคนที่อยู่ในชุมชน นำเสนอไฮไลท์ที่พักอะไรเป็นสิ่งที่ผู้พักมาพักแล้วจะประทับใจ เช่น การร่วมรับประทานอาหารพื้นเมืองกับ Host ล่องแพ ชมสวนดอกไม้ ที่พักอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง หรือ มีเทศกาลที่น่าสนใจ เป็นต้น

5.1.5.7 กระบวนการให้บริการ การเข้าพักไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน การจำหน่ายห้องพักควรจำหน่ายในแพลตฟอร์มออนไลน์นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Millennial ช่วงอายุที่มีเทคโนโลยี มีอุปกรณ์เข้าถึงเทคโนโลยี และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันมากกว่ากลุ่มอื่น

ดังนั้น จึงนิยมจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งเป็นทางเลือกในการหาที่พักที่สะดวก รวดเร็ว และราคาถูกกว่าการเข้าพักของโรงแรม

5.1.5.8 ความยั่งยืน สินค้าประกอบการบริการที่ใช้บริการในที่พักควรเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ ผลิตภัณฑ์มาจากสนับสนุนสินค้า และบริการของชุมชนนั้น ๆ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.2.1 สถานการณ์การค้าเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อ และความต้องการจากนักท่องเที่ยวสูง โดยอ้างอิงจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของแพลตฟอร์มออนไลน์ของที่พักระยะสั้นนั้น ส่วนใหญ่นำไปจำหน่ายอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTAs ต่าง ๆ มีจำนวนบ้านพักทั้งหมด 43,223 แห่ง มีอัตราการเติบโตในแต่ละภูมิภาคเกินร้อยละ 80 บางภูมิภาคมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 97 ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรับรู้ความมีชื่อเสียงของประเทศไทย Thainess คือ วัฒนธรรมไทย หรือ Thai Culture ซึ่งเป็นทุกสิ่งที่มีในประเทศไทย เช่น ลักษณะ/บุคลิกของคนไทย ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น ที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น หรือ ถูกปรับปรุงให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบันซึ่งอาจจะมีในลักษณะที่เป็นแบบดั้งเดิม (Traditional) และแบบร่วมสมัย (Contemporary) ทั้งหมดมีเอกลักษณ์เฉพาะ รวมถึงประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ภูมิภาคสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สอดคล้องกับบทความของ Bangkok Post (2018); Royal Thai Embassy (2018) ได้เขียนบทความเรื่องแพลตฟอร์ม Airbnb เติบโตสูงมากในประเทศไทย ระบุว่า มีนักท่องเที่ยวของแพลตฟอร์ม Airbnb มากกว่า 1.15 ล้านคน เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยสิ้นปีที่ผ่านมา (ปี ค.ศ.2017) โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 67 เมื่อเทียบกับจำนวนการจองห้องพักในแพลตฟอร์ม Airbnb ในปี 2016 และจากแนวโน้มการจองห้องพักคาดการณ์ว่า จะมีแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb เพิ่มมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวสนใจในความเป็นเอกลักษณ์ และประสบการณ์ที่แท้จริงจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองต่าง ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Airbnb (2019) ได้ศึกษาเรื่อง 20 แหล่งท่องเที่ยวในปี 2020 พบว่า การคาดการณ์แนวโน้มในปี 2020 ถึง 20 สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวที่ โดยจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb ลำดับที่เป็นจังหวัดบุรีรัมย์ ประเทศไทย นักท่องเที่ยวรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์, ชมกีฬา MotoGP, กิจกรรมบุรีรัมย์มาราธอน 2020 และสอดคล้องกับบทความของ สยามรัฐออนไลน์ (2562) ที่นำเสนอผลสำรวจของแพลตฟอร์ม AirBNB พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นซี อายุ 24 ปี หรือ ต่ำกว่านั้นเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมประสบการณ์

Airbnb ที่เติบโตเร็วที่สุดในเอเชียแปซิฟิก โดยยอดจองประสบการณ์ในประเทศไทยเติบโตกว่าร้อยละ 228 หรือ กว่า 3 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.25561 ทั้งนี้ ประสบการณ์ 3 อันดับยอดนิยมในประเทศไทย ปี 2562 ได้แก่ การขี่จักรยาน, การขี่จักรยาน และทัวร์รับประทานอาหาร, การลงมือทำอาหารไทย, เรียนรู้การทำอาหารไทย เป็นต้น

5.2.2 ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ พบว่าระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นฯ ด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ที่พัก ความสะอาดสบาย ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ และปริมาณการบริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก, ระดับคะแนนความคิดเห็นด้านการตลาดบริการ ได้แก่ ที่พัก ราคา เอกลักษณ์ ประสบการณ์ใหม่ ๆ กระบวนการให้บริการ และความยั่งยืน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และระดับคะแนนความคิดเห็นด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่พักระยะสั้นของประเทศไทย

มีจุดเด่น คือ สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีความรู้สึกเหมือนพักอยู่บ้าน ราคาถูกกว่าโรงแรม เจ้าบ้านมีอัธยาศัยที่ดี ที่พักมีให้เลือกหลากหลายประเภท พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มีความเป็นส่วนตัว สามารถจัดกิจกรรมได้ และมีประสบการณ์ที่ดี

จุดอ่อน คือ ที่พักส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย มาตรฐานด้านความสะอาด มีการดัดแปลงอาคาร หรือ ที่พักที่แบบไม่ถูกต้องตามแบบ หรือ ตามหลักโครงสร้างของอาคาร ขาดการให้ความช่วยเหลืออาจจะตอบสนองในทันทีทันใด เพราะเจ้าบ้านไม่ได้อยู่ให้บริการ การโฆษณา หรือ การขึ้นป้ายที่เป็นทางการกระทำไม่ได้ เพราะเป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ผู้ให้บริการขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และเกิดการรบกวนผู้พักอาศัยประจำในบริเวณที่พักอาศัยเดียวกัน หรือ บริเวณใกล้เคียง

โอกาส คือ แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตส่วนหนึ่งไม่ต้องการพักโรงแรม โดยต้องการพักที่พักรที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนอยู่บ้าน นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้คน เศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มีรายได้เสริมเกิดจากการนำบ้านมาให้เช่า มีแพลตฟอร์มออนไลน์หลากหลายแพลตฟอร์มให้เลือกใช้บริการ เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อุปสรรค คือ ไม่มีกฎหมายรองรับ เพื่อนบ้านร้องเรียนผู้พักอาจจะสร้างปัญหา ภาครัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษี ชาวต่างประเทศซื้ออสังหาริมทรัพย์ และนำมาทำธุรกิจให้เช่า ที่พักแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวไทย คู่แข่งขันมีจำนวนมากในพื้นที่ที่เป็นย่านธุรกิจ ย่านแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะประชาชนคนไทยมีอัธยาศัยดี มีนิสัยในการต้อนรับเป็นเจ้าบ้านที่ดี ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมที่

หลากหลายในแต่ละภูมิภาคทำให้เกิดอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน การแบ่งบ้าน หรือ ที่พัก ลักษณะอื่นให้เช่าไม่ได้มีต้นทุนมากนักเมื่อเทียบกับโรงแรมจึงทำให้การตั้งราคาตั้งได้ถูกกว่าโรงแรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guttentag (2016) ได้ศึกษาเรื่องทำไมนักท่องเที่ยวเลือก Airbnb พบว่า ผู้เช่าพักต้องการห้องพักราคาประหยัด (Money Savers) ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้พัก ความแท้ (Local Authenticity) ของที่พัก คือ ผู้พักจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตที่แท้จริง หากพักโรงแรมทุก ๆ โรงแรมจะมีมาตรฐานของโรมที่คล้าย ๆ กันทุกโรงแรม มีความนิยมในแนวคิดสังคม เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy Ethos) ผู้เช่าพักชื่นชอบความรู้สึกการอยู่บ้านมากกว่า โรงแรม (Home Seekers) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัทวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย (2559) ได้ศึกษา เรื่องแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ในประเทศไทย พบว่า สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ ผู้ที่นำมาบ้านมาเช่ามีรายเพิ่มขึ้นจากบ้าน หรือ ที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่พิเศษกว่าการพักโรงแรมทั่วไป นักท่องเที่ยวได้เข้าพักอาศัยได้เหมือนคนท้องถิ่น ในขณะที่เยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระวุฒิ จงวัฒนมนตร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (Airbnb) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่า และคุณภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลายของห้องพัก, ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratsamimala (2016) ได้ศึกษาการรับรู้, ทศนคติ, และอิทธิพลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ Airbnb ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb เพราะรู้สึกประทับใจในสิ่งที่ผ่านมา และได้รับการแนะนำจากบุคคลที่เคยพักมาแล้ว และเหตุผลหลัก คือ ที่ตั้ง, ความรู้สึกเหมือนได้พักบ้าน และประสบการณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริชนก วิริยเกื้อกูล (2560) ได้ศึกษากฎหมายควบคุมการให้เช่าที่พักอาศัยรูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยวแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) พบว่า มีข้อดี คือ สามารถกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนที่มีอสังหาริมทรัพย์ซึ่งสามารถนำออกให้เช่าได้ และมีข้อเสีย คือ อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่พักซึ่งได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายอยู่ก่อนแล้ว และที่พักแอร์บีเอ็นบีอาจจะไม่ได้มาตรฐาน หรือ เป็นการรบกวนเพื่อนบ้านที่มีที่พักอาศัยใกล้เคียง หรือ แหล่งชุมชน

5.2.3 ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ความนิยมของการจองที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพราะ 1) ห้องพักราคาประหยัด 2) สนับสนุนความคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น หรือ เพิ่มรายได้ให้กับผู้นำห้องพักมาให้เช่า 3) นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ต้องการแลกเปลี่ยน-เรียนรู้กับผู้คนในท้องถิ่น 4) ชื่นชอบบรรยากาศของการพักค้างรูปแบบบ้านมากกว่าโรงแรม 5) ต้องการพักแรมในสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงจริงของชุมชนนั้น ๆ 6) ห้องพักมีความคุ้มค่า มีความเป็นเอกลักษณ์ และสวยงาม และ 7) จองผ่านแพลตฟอร์ม หรือ OTA ต่าง ๆ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ มีวัตถุประสงค์

เพื่อการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คู่รัก และเดินทางกับเพื่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็นอพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม และบ้านเป็นหลัง วันที่ค้างเฉลี่ยอย่างน้อย 3-4 คืน หรือ มากกว่า ส่วนชาวต่างชาติจะอยู่ระหว่าง 7-9 วัน จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะแนวโน้มเศรษฐกิจแบบ Experience Economy คือ เศรษฐกิจที่นำโดยการให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรมที่ทำร่วมกับคนในท้องถิ่น ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวบางแห่งมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว การพบปะผู้คนใหม่ ๆ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ คนไทยเป็นที่รู้จักในฐานะเจ้าบ้านที่ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น มีอัธยาศัยเป็นมิตร ประเทศไทยมีการท่องเที่ยวมีความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authentic) นักท่องเที่ยวต้องการที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีลักษณะคล้ายบ้าน สามารถพักรวมกันจำนวนหลาย ๆ คนได้ บางที่พักรจัดกิจกรรมระหว่างเข้าพักได้ มีความเป็นส่วนตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Airdnd (2019) ได้สำรวจข้อมูลแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb ระหว่างเดือนธันวาคม 2561 ถึง ธันวาคม 2562 พบว่า ยอดจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb ในกลุ่ม Gen Z เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วสะท้อนให้เห็นว่า คนรุ่นใหม่มีความกระตือรือร้นแสวงหาการเดินทางในรูปแบบที่แตกต่าง และสิ่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน มีอยู่ 3 เรื่อง คือ โลกเศรษฐกิจแบบใหม่ที่ใช้ประสบการณ์เป็นตัวนำช่วยผลักดันกลุ่ม Gen Z ให้เห็นถึงความสำคัญของประสบการณ์มากกว่าการเป็นเจ้าของ นอกจากนี้ นักเดินทางกลุ่มนี้ยังเดินทางมากกว่าคนรุ่นก่อน และค้นหาวิธีการเดินทางที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของตนเอง และสุดท้าย คือ ความเข้าใจในเทคโนโลยีที่ช่วยเปลี่ยนวิธีการเดินทางได้ และรู้จักที่จะใช้แพลตฟอร์ม Airbnb เพื่อให้ได้ประสบการณ์ที่แท้จริง และไม่เหมือนใครตามต้องการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratsamimala (2016) ได้ศึกษาการรับรู้, ทัศนคติ, และอิทธิพลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ Airbnb ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb เพราะรู้สึกประทับใจในครั้งที่ผ่านมา และได้รับการแนะนำจากบุคคลที่เคยพักมาแล้ว และเหตุผลหลัก คือ ที่ตั้ง, ความรู้สึกเหมือนได้พักบ้าน และประสบการณ์ท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (Airbnb) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่า และคุณภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลายของห้องพัก, ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัตสร วีระเพียรดี (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี พบว่า การตอบสนองของผู้ให้เช่าของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พัก ความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พัก และราคาของที่พักของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี และคุณภาพของ

ระบบแอร์บีเอ็นบีความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พัก และราคาที่พักของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี

5.2.4 ผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย พบว่าผลกระทบทางบวก คือ นักท่องเที่ยวได้ที่พักในราคาถูก พักได้หลายคน มีกิจกรรมร่วมกันได้ ได้บรรยากาศแบบเหมือนพักอยู่บ้าน ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากเจ้าบ้าน เจ้าของที่พักมีรายได้รายได้เสริม โฮสต์ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเช่า กระตุ้นเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ยังชนบท เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ช่วงเทศกาลธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวที่พักส่วนผลกระทบทางลบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ที่พักบางแห่งเอาเรดเอาเปรียบลูกค้า ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจ ผู้พักบริเวณ หรือ สร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน รวมถึงเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของประเทศ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นจำนวนบ้านให้เช่าก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากขึ้น คือ ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเจ้าของบ้าน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือ เจ้าของภูมิปัญญา ส่วนในประเด็นเรื่องความปลอดภัย การแข่งขันที่เอาเปรียบสถานที่พักอื่นที่จดทะเบียน และเสียภาษีถูกต้อง เพราะปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่ยังคับใช้กับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมจึงขาดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานของที่พักที่ควรจะเป็นสอดคล้องกับงานวิจัยของบริษัทวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย (2559) ได้ศึกษาเรื่องแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ในประเทศไทย พบว่า มีผลกระทบต่อกิจการโรงแรมต่าง ๆ ระบุว่า ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมีแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมอย่างไม่ยุติธรรมเนื่องจากเจ้าของที่พักจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายน้อยกว่า และไม่จำเป็นต้องเสียค่าปรับ และคำนึงถึงเรื่องสุขภาพ และความปลอดภัยในมาตรฐานเท่ากันอย่างที่ระบุไว้ในใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรม และไม่ต้องจ่ายภาษีด้วย ผลกระทบต่อตลาดบ้านเช่า โดยการเช่าบ้านแบบระยะยาวมีอัตราการให้บริการน้อยลง เพราะนักท่องเที่ยวนิยมหันมาเช่าแบบระยะสั้นผ่านระบบปฏิบัติการ หรือ แพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ผู้พักอาศัยชั่วคราว หรือ นักท่องเที่ยวสร้างปัญหามากกว่าผู้พักอาศัยแบบระยะยาว โดยมีคำร้องเรียนประเด็นจัดงานสังสรรค์เสียงดัง และทำลายบรรยากาศเงียบสงบ, ใช้บริการส่วนกลางของที่พักอาศัยส่งผลให้ผู้พักอาศัยประจำไม่ได้รับความสะดวก หรือ สร้างความเสียหายกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริชนก วิริยเกื้อกุล (2560) ได้ศึกษากฎหมายควบคุมการให้เช่าที่พักอาศัยรูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยวแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) พบว่า มีข้อดี คือ สามารถกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนที่มีอสังหาริมทรัพย์ซึ่งสามารถนำออกให้เช่าได้ และมีข้อเสีย คือ อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่พักซึ่งได้รับใบอนุญาตตาม

กฎหมายอยู่ก่อนแล้ว และที่พักแบบ Airbnb อาจจะได้มาตรฐาน หรือ เป็นการรบกวนเพื่อนบ้านที่มีที่พักอาศัยใกล้เคียง หรือ แหล่งชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ (2561) ได้เก็บข้อมูลการให้เช่าที่พักแบบ Airbnb ในเมืองไทย พบว่า มีผลกระทบด้านสังคม คือ ผู้เช่าห้องพักราคาถูกอาจก่อให้เกิดการรบกวนที่พักอาศัยของประชาชนในพื้นที่ และปัญหาความปลอดภัยจากผู้เช่าที่อาจจะเป็นอาชญากร โดยในพื้นที่กรุงเทพฯ ย่านที่มีทัวร์จิ้นราคาถูก ๆ ไปเช่าบ้านพัก และอพาร์ทเมนต์ให้นักท่องเที่ยว รวมถึงคอนโดมิเนียมในย่านช้อปปิ้งด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพ และบรรเทาผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขใน 4 ด้าน ดังนี้

5.3.1.1 ด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อสารกับลูกค้า มีดังนี้

- 1) การตั้งราคาไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับโรงแรม
- 2) จัดห้องพัก และพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ของที่พักให้มีความสะอาด และเป็นระเบียบตามที่แสดงในภาพโฆษณา หรือ ตามในภาพถ่ายที่แสดงในเพจ หรือ แพลตฟอร์มการจองที่พักที่ลงไว้ตั้งแต่แรก
- 3) เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานลักษณะเดียวกับโรงแรมมีให้แกผู้เช่าที่พัก และเสริมรายการอื่น ๆ เข้าไปด้วย ได้แก่ เครื่องไมโครเวฟ เครื่องซักผ้าสำหรับบ้านที่เป็นหลังชุดอุปกรณ์เครื่องครัว จักรยาน เป็นต้น
- 4) จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัยต่าง ๆ โดยติดตั้งในที่ที่เห็นได้ชัดเจน พร้อมทั้งมีคำอธิบายแนวปฏิบัติ หรือ วิธีการใช้อย่างละเอียด
- 5) การทำตลาด หรือ ช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในระยะเริ่มต้น และหากใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การตอบกลับข้อความต้องตอบกลับอย่างรวดเร็วหลังจากที่ผู้เข้าพักติดต่อมาแสดงให้เห็นว่าเจ้าของที่พักที่มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า การแสดงภาพของที่พักใช้รูปภาพคุณภาพสูงหลายๆ แบบ พร้อมคำอธิบายได้ภาพ และเขียนคำอธิบายที่พักโดยละเอียด
- 6) ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้า หรือ ผู้เช่า เป็นประสบการณ์ระหว่างพักรแรม เน้นการสร้างคุณค่ากับการท่องเที่ยว เช่น ทำอาหาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน หรือ กิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่

7) จัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนความเป็นบริบทของท้องถิ่นนั้น ๆ

8) กำหนดกฎของที่พักในกรณีที่ที่พักมีข้อจำกัดบางประการ โดยให้ระบุถึงกรณีต่าง ๆ ที่อาจจะมีผลกับผู้เข้าพัก กฎ หรือ กติกาจะให้ความชัดเจนว่า ผู้ให้ใบอนุญาต หรือ ห้ามอะไรบ้าง เช่น การสูบบุหรี่ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

9) กระบวนการเช็คอินที่ชัดเจน และง่ายทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกปลอดภัย

10) มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารที่พัก และประตูคนเข้า-ออกที่พัก เช่น กล้องวงจรปิด พนักงานรักษาความปลอดภัย หรือ เจ้าบ้านพักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับห้องเช่า โดยสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลา

5.3.1.2 ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ มีดังนี้

1) พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศให้มีความรู้ความสามารถเบื้องต้นในการสื่อสารกับผู้มาพักได้ในระดับหนึ่ง หรือ ตอบคำถามสนทนาตอบโต้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพัก

2) พัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีอัธยาศัยที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว

3) พัฒนาทักษะการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือ หรือ ช่องทางสำหรับการสื่อสารกับลูกค้า

5.3.1.3 ด้านการรับรองสถานะของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีดังนี้

ตรากฎหมายควบคุมธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

5.3.1.4 ด้านการลดผลกระทบเชิงลบ มีดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องเปิดช่องทางให้มีการร้องเรียน และกำหนดบทลงโทษแก่เจ้าของที่พักที่นำที่พักปล่อยให้ผู้มาเช่ารายวันซึ่งทำความเดือดร้อนให้บุคคลอื่น ๆ

2) กำหนดกฎเกณฑ์ทางภาษีที่รัฐบาลต้องเรียกเก็บกับแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

3) กำหนดระยะเวลา จำนวนเวลาขั้นต่ำในการเข้าพัก

4) กำหนดสิทธิจำนวนห้องพักที่สามารถนำมาปล่อยเช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

5) กำหนดมาตรฐานความปลอดภัย กำหนดบทลงโทษในกรณีที่ผู้ให้เช่าทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

6) หน่วยงานภาครัฐบาลปฏิบัติงานเชิงรุกสำรวจจำนวนสถานที่พักแรมที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกต้อง และออกมาตรการควบคุม โดยให้อำนาจองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำกับดูแลพื้นที่ หรือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคเป็นผู้ดำเนินการ

7) ออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัย และความมั่นคงของประเทศ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ศึกษาประเด็นผลกระทบรายประเภทของที่พัก และจัดอันดับผลกระทบที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การหามาตรการแก้ไขเฉพาะเจาะจงลงไปในแต่ละประเภทของที่พัก

5.3.2.2 สำรวจประชากรของห้องพักที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนตาม พ.ร.บ.โรงแรม เพื่อนำสถิติมาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ หรือ สร้างมาตรการต่าง ๆ ของที่พัก โดยปัจจุบันไม่มีหน่วยงานใดสำรวจจำนวนที่แน่นอนของที่พักประเภทดังกล่าว

บรรณานุกรม

- กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- คอลลิเออร์ส อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ประเทศไทย (2559). แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ในประเทศไทย และทั่วโลก “ทำให้ความยุ่งยากในการหาที่พักสะดวกมากยิ่งขึ้น”. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก www.colliers.com/-/media/files/apac/thailand/research/airbnb%20in%20thailand%20and%20around%20the%20world_th_lr.pdf?la=en-th
- จารุศรี อนุสิงห์ และวราวัชร์ มัธยมบุรุษ. (2555). แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีศึกษา โรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ทจังหวัดเชียงใหม่. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมพะเยาวิจัย (กลุ่มการวิจัยท่องเที่ยวยั่งยืน) ครั้งที่ 1 "ปัญญาเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน".
- ชดากร สถิตย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัย และพัฒนามาตรฐานการบริการในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(3), 227-236.
- ชญาณี ศรีกระจำจ. (2561). กฎหมายและสถานะของธุรกิจ Airbnb ในประเทศญี่ปุ่น และไทย. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644821
- ณดา ทับทิมจรรยา. (2561). การประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อรองรับ Prosumer 4.0. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 10(1), 261-275.
- ทศพร แก้วขวัญไกร ศราวุฒิ กุตาวัน และสุพรรณิ สิงห์แก้ว. (2557). แนวทางการพัฒนาธุรกิจรีสอร์ท กรณีศึกษาเรือนางรองรีสอร์ทเมื่อนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิจัย และพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. 9(1), 39-48.
- ไทรมันน์ ลัญญนดี. (2559). แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ในประเทศไทย และทั่วโลกทำให้ความยุ่งยากในการหาที่พักสะดวกมากยิ่งขึ้น. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก www.colliers.com/-/media/files/apac/thailand/research/airbnb%20in%20thailand%20and%20around%20the%20world_th_lr.pdf?la=en-th
- ธัญภรณ์ เจียรนันทนา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทบูติกโฮเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ธัญญา เชมภู. (2532). แนวการประชาสัมพันธ์ และยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). ธุรกิจโรงแรมไทยแข่งขันสูง (แต่) ตัวเลขโตทั่วประเทศ. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก www.prachachat.net/tourism/news-122784
- ปทุมพร บุญรังสี และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 12(พิเศษ), 193-205.
- พงศ์สุภา เณลิมกลิน วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และนันทนา อุ่นเจริญ. (2559). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย: หลักฐานเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่. 9(2), 115-130.
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2559). หลักการจัดการธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2551). กฎกระทรวงว่าด้วย การกำหนดประเภท และหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ.2551. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://download.asa.or.th/03media/04law/ha/mr51.pdf>
- วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักรูปแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- วรรณวิษา หนูมา และโสเมศชัย สุนธยาธร. (2561). ความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพฯ. วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา. 10(2), 53-64.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จี.พี. ไซเบอร์พริ้นท์.
- ศิริชนก วิริยเกื้อกุล. (2560). กฎหมายควบคุมการให้เช่าที่พักอาศัยรูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยวแอร์บีเอ็นบี (Airbnb). สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2560/hi2560-024.pdf>
- ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คุณานันท์สุภาพาสณ์เจริญ. (2557). การพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. 8(1), 175-188.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. (2560). สถานการณ์การท่องเที่ยว

ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก www.gsb.or.th/getattachment/dec775be-26f8-4947-a1d3-cb45ba90177a/IN_travel_61_detail.aspx

ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี. (2560). แนวโน้มธุรกิจ อุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรม ปี 2561-63. สืบค้นเมื่อ

1 พฤศจิกายน 2561, จาก www.krungsri.com/bank/getmedia/9027bab8-d979-4f28-9ff3-f21444f5dab1/IO_Hotel_2017_TH.aspx

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ. (2561). การให้เช่าที่พักแบบ Airbnb ใน

เมืองไทย. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก www.thairath.co.th/newspaper/columns/1367551

สยามรัฐออนไลน์. (2562). Airbnb เผยกลุ่มเจนซีร่วมเปิดประสบการณ์ในไทยโตกว่า 228%.

สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก <https://siamrath.co.th/n/122959>

สุธีรา อะทะวงษา. (2560). การจัดการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม. เชียงใหม่: ห้างหุ้นส่วนจำกัด

เชียงใหม่โรงพิมพ์แสงศิลป์

สุรีย์ เข้มทอง. (2559). กลยุทธ์การจัดการ และการตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุภัทสร วีระเพียรดี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี.

(วิทยานิพนธ์ วท.ม. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ), คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2547). พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547. สืบค้นเมื่อ 5

กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%C349/%C349-20-2547-a0001.pdf>

อนาวิล อ่อนสำอากค์. (2557). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย. (การศึกษาค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง.

Airbnb. (2019). 20 for 2020: Airbnb Reveals the 20 Destinations to Visit Next Year.

Retrieved January 12, 2020, from <https://news.airbnb.com/20-for-2020/>

Bangkok Post. (2018). Airbnb highlights Thai growth. Retrieved January 12, 2020, from

www.bangkokpost.com/business/1393282/airbnb-highlights-thai-growth

- BLT Bangkok. (2560). แอร์บีเอ็นบี” ถูกใจผู้บริโภคแต่ไม่ถูกกฎหมายไทย. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก www.bltbangkok.com/CoverStory/%E0%B9%81%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%9A%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B5_Airbnb
- Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G., & Whetten, D. A. (2006). Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the academy of marketing science*, 34(2), 99-106.
- Cadle, J., Paul, D. and Turner, P. (2010). *Business Analysis Techniques*, 72 Essential Tool for Success, BCS The Chartered Institute for IT.
- Dichter, E. (1985). What's in an image? *Journal of Consumer Marketing*, 2(1) (Winter), 75-81.
- Donabedian, A., et al. (1988). The Quality of Care: How Can It be Assessed?. *JAMA*, 260(12), 1743-48.
- Guttentag, D., A. (2016). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation study Underpinned by Innovation Concepts. Ph.D. Dissertation, Department of Recreation and Leisure Studies, University of Waterloo, Canada
- Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(2), 36-44.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moment*
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *The Journal of Marketing*, 1-22.
- MacInnis, D.J., & Price, L.L. (1987). The role of imagery in information processing: Review and extensions. *Journal of Consumer Research*, 13 (March), 473-491.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(Spring), 12-40.
- Porter, M. E. (2016). Porter's Generic Competitive Strategies (Ways of Competing). Retrieved November 1, 2018, from www.ifm.eng.cam.ac.uk/research/dstools/porters-generic-competitive-strategies/

Porter, M. E. (2011). The Competitive Advantage of Nations, States and Regions.

Retrieved November 1, 2018, from www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/2011-0707_Malaysia_vcon_b3574e10-758b-483f-b6c5-f7439d7c58e9.pdf

Ratsamimala, T. (2016). Perception, Attitude, and Influential Factors of Travelers towards AirBNB in Thailand. (Thesis M.Sc. Program in Marketing), Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.

Rizwan, M. (2008). Study of Brand Awareness and BrandImage of Starbucks.

Royal Thai Embassy. (2018). Airbnb reports 67 percent increase in Thailand bookings. Retrieved January 12, 2020, from <https://thaiembdc.org/2018/01/15/airbnb-reports-67-percent-increase-in-thailand-bookings/>

THE MOMENTUM. (2561). 10 ปีข้างหน้าของ Airbnb จะมีผู้ใช้งาน 1 พันล้านคน. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://themomentum.co/airbnb-expects-1m-users-in-2030/> of Truth in Service Competition. Lexington: Lexington Books.