

# การศึกษาศักยภาพและผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้น เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

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

ณัฐพัชร์ มณีโรจน์<sup>1</sup> จุฑาธิปต์ จันทร์เอี่ยม<sup>2</sup> อังสุมาลิน จามนงชอบ<sup>2\*</sup>

Nattapat Manirochana Jutatip Junead Angsumalin Jamnongchob

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินการดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พัก ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้น ศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักและนำเสนอแนวทางส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักระยะสั้น จำนวน 1,127 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า มี 5 ระดับเรียงจากน้อยไปหามาก มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.76 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นเจ้าของที่พักที่ภาคีรัฐบาล ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยวและผู้พักอาศัยที่อยู่ใกล้เคียงกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พัก รวมจำนวน 187 ราย ใช้การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือการวิจัย โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

### ผลการวิจัย

ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ตและจังหวัดเชียงใหม่ ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จุดเด่น คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีความรู้สึกเหมือนพักอยู่บ้าน ราคาถูกกว่าโรงแรม เจ้าของบ้านมีอัตราค่าดี ที่พักรู้ให้เลือกหลากหลายประเภทสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มีความเป็นส่วนตัว สามารถจัดกิจกรรมได้ มีประสบการณ์ที่ดี

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำศูนย์การจัดการหลักสูตรระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำสาขาวิชาท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

\*Corresponding Author e-mail: angsumalin@gs.swv.ac.th

ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ห้องพักที่มีเอกลักษณ์ ราคาถูก ประสิทธิภาพ มีความเป็นส่วนตัว บรรยากาศเหมือนบ้าน

ผลกระทบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ที่พักบางแห่งเอารัดเอาเปรียบลูกค้า ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีอากรประกอบธุรกิจ ผู้พักרבกวนเพื่อนบ้านที่อยู่ประแจใกล้เคียง

ข้อเสนอแนะจัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นความสะอาด จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัย การตลาดควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิดประสบการณ์ และมีส่วนร่วม มีระบบรักษาความปลอดภัย พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้เทคโนโลยี ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ตีรวมถึงการออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศ

**คำสำคัญ :** ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ศักยภาพ ผลกระทบ

## Abstract

This research project aims to study the current situation of short-term rentals for tourism in Thailand including Thai entrepreneurs potential 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 rentals in Thailand. This research's sampling group is 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. The reliability of the questionnaire is equal to 0.76. The key informants are consisted of the government officers, Thai entrepreneurs, and tourists. Individual Interviews, group interviews and 187 people in participation observation are the research methods. The statistical analysis for research question are Percentage, Mean and Standard Deviation. Qualitative research methods are 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 tourist demand 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 privacy.

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

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

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

**Keywords:** Short-Term Rental for Tourism Potential Effect

## บทนำ

ปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 39.79 ล้านคน โดยมีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4.24 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 และปี พ.ศ. 2561 มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 7.27 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 นอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นแล้ว รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนกว่า 1.96 ล้านล้านบาท (Economic Tourism and Sports Division, 2018) จังหวัดที่ได้รับความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดนครราชสีมา (Ministry of Tourism and Sports, 2019) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ

ภาครัฐบาลเป็นสำคัญ อีกทั้งต้นทุนการท่องเที่ยวภายในประเทศยังไม่สูงมากนัก ทั้งราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าโดยสารและค่าที่พัก การท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 154 ล้านคนครั้ง ขยายตัวร้อยละ 6.2 สร้างรายได้ 0.96 ล้านล้านบาท (Economic, Business and Grassroots Research Center, Government Savings Bank, 2017) เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ 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 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 187 ล้านคน

ธุรกิจท่องเที่ยวเชื่อมโยงให้เกิดห่วงโซ่มูลค่าที่กระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจขนส่งและการเดินทาง ธุรกิจสินค้าของที่ระลึกและธุรกิจที่พัก โดยทำให้เกิดการจ้างงาน จำนวนกว่า 5 ล้านคนทั่วประเทศ (Ministry of Tourism and Sports, 2018) ผลประกอบการของธุรกิจโรงแรม มีความสัมพันธ์โดยตรงกับทิศทางการท่องเที่ยวซึ่งรายได้จากห้องพักขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ระยะเวลาเข้าพักและราคาห้องพัก โดยรายได้จากการขายห้องพักถือเป็นรายได้หลักคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60-70 ของรายได้รวมทั้งหมด ส่วนรายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของรายได้รวมทั้งหมดของโรงแรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม เช่น โรงแรม 4-5 ดาว จะมีสัดส่วนรายได้จากส่วนนี้มากกว่าโรงแรมขนาดเล็กและมีรายได้อื่น ๆ อีกจำนวนร้อยละ 5-10 ของรายได้ทั้งหมดของโรงแรม ธุรกิจโรงแรมของไทยยังเผชิญปัญหาอุปทานส่วนเกิน (Over Supply) ในหลายพื้นที่ เมื่อพิจารณาจากอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาซึ่งมีอัตราที่ไม่สูงนัก มีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 59 ซึ่งเป็นผลจากทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ เพราะผลจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงหลายปีที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดการขยายการลงทุนของธุรกิจโรงแรมและที่พักเพิ่มขึ้นอย่างมาก ผสมกับการเข้ามาแข่งขันของสินค้าทดแทน เช่น การบริการเช่าห้องพักผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียมที่เปิดให้บริการเช่าเป็นรายวัน แม้จะเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่ยังไม่มีความเข้มงวดในการลงโทษ (Krungsri Research, 2017)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น พร้อมกับจำนวนห้องพักที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทำให้การแข่งขันในธุรกิจรุนแรงต่อเนื่อง นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมยังเผชิญกับการเข้ามาแข่งขันของสินค้าทดแทน เช่น อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น ยังคงเป็นปัญหากดดันรายได้ให้กับผู้ประกอบการโรงแรม หรือที่พักโดยเฉพาะ SMEs เพราะต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาดึงดูดลูกค้า แม้ที่ผ่านมาทางการพยายามแก้ไข/ผ่อนปรนกฎระเบียบเงื่อนไข

เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการสินค้าทดแทน รวมทั้งโรงแรมที่ไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม ให้มาประกอบธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติยังไม่ได้รับการตอบรับเท่าใดนัก ยังมีสถานพักแรมจำนวนมากที่เปิดให้บริการในลักษณะที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย (Krungsri Research, 2017) ปัจจุบันประเทศไทย มีจำนวนโรงแรม หรือที่พัก จำนวน 20,000 แห่ง ห้องพัก จำนวน 700,000 ห้อง ในจำนวนนี้เป็นโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 9,600 แห่ง รวมห้องพักประมาณ 400,000 ห้อง ส่วนที่เหลือจำนวนกว่า 10,400 แห่ง ยังไม่ได้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายซึ่งเป็นโรงแรมขนาดเล็ก (Prachachat online, 2017) เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า มีจำนวนโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายเพียงแค่ประมาณ ร้อยละ 35 ของจำนวนที่พักทั้งหมดทั่วประเทศ

ปัจจุบันกระแสเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่ส่งผลให้ที่พักรูปแบบ ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว มีอัตราการเติบโตและขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ ราคาห้องพักที่ต่ำกว่าโรงแรมและมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกตั้งแต่บ้านเดี่ยวแบ่งให้เช่า บางห้องจนถึงคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการ พักค้างแรมในรูปแบบที่ต่างไปจากโรงแรม มีคนไทยใช้บริการประมาณ 360,000 คน (Srikrajang, 2018) เช่น ปี พ.ศ. 2559 มีผู้สนใจจองห้องพักผ่าน Airbnb มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนกว่า 160,000 คน จาก 135 ประเทศ (The Standard, 2561) ผลสำรวจของ Department of Tourism (2016) และ Airdna (2016) รายงานว่า กรุงเทพฯ มีจำนวน 8,891 ห้อง พัทยา มีจำนวน 2,945 ห้อง เชียงใหม่ มีจำนวน 2,423 ห้อง และ ภูเก็ต มีจำนวน 8,238 ห้อง จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ธุรกิจที่พักที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีผลกระทบต่อรายได้และผลกำไรของธุรกิจโรงแรมทำให้การปรับราคาห้องพักของผู้ประกอบการโรงแรม อาจทำได้จำกัด ส่วนหนึ่งเนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะนิยมสัมผัสรูปแบบการใช้ชีวิต ท้องถิ่น (Local Experience) มากขึ้น โดยเฉพาะที่พักที่มีลักษณะคล้ายกับโฮมสเตย์ตามวิถี ชนบทอาจมีผลให้ธุรกิจโรงแรมที่เน้นลูกค้าประหยัดได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ธุรกิจที่พักที่ได้รับผลกระทบทางตรง คือ ธุรกิจโรงแรม หรือที่พักขนาดเล็ก โดยเฉพาะ โรงแรมระดับล่างและระดับกลาง ผลกระทบดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ไข คณะนักวิจัยจึงเห็นควรว่ามีความจำเป็นต้องมีการศึกษาและหาแนวทางส่งเสริมการพัฒนา ธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยไม่ให้เกิดกระทบต่อการดำเนิน ธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงการเตรียมความพร้อม ต่อการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย

## ขอบเขตการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 สถานการณ์การดำเนินธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยปัจจุบัน
- 1.2 ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 1.3 ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 1.4 ผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในมิติต่าง ๆ

### 2. ขอบเขตด้านประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาคที่มีธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรีและจังหวัดภูเก็ต ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้น เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลกฎระเบียบมาตรฐานการบริการให้เช่าที่พัก นายกสมาคมโรงแรมไทย นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคต่าง ๆ นักท่องเที่ยวและผู้พักอาศัยที่อยู่ใกล้เคียงกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พัก

### 3. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา

พื้นที่การวิจัย มี 4 จังหวัด/พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ พัทยาและจังหวัดภูเก็ต

### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัย จำนวน 1 ปี 4 เดือน ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) บูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ทั้งเรื่องเทคนิค วิธีการ แนวทาง ความคิดรวบยอดเพื่อให้การแสวงหาข้อค้นพบสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (Johnson & Onwuegbuzi, 2004)

### 2. ประชากรในการวิจัย

#### 2.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาคที่มีธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนห้องพักสูงสุดในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรีและจังหวัดภูเก็ต (BLT Bangkok, 2017)

#### 2.2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นบุคคล และกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยใช้การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามแนวคิดของ McMillan & Suhumacher (1997) กำหนดจำนวน 100 คน

### 3. กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

#### 3.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่ใช้บริการเช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณไม่ทราบกลุ่มประชากรของ Cochran (1953) โดยที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95 และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จากการคำนวณได้

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างจาก 4 จังหวัด ที่มีธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนห้องพักรีสตูดในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรีและจังหวัดภูเก็ต (BLT Bangkok, 2017) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 385 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างเป็น 1,540 ตัวอย่าง

วิธีการการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง ใช้การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Selection Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจให้ข้อมูลกับผู้วิจัยเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ

### 3.2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน มีดังนี้

3.2.1 ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 คน รวมจำนวน 40 คน

3.2.2 เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลกฎระเบียบมาตรฐานการบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน

3.2.3 นายกสมาคมโรงแรมไทย นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมไทยตะวันออก นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือและกรรมการบริหารสมาคม รวมจำนวน 10 คน

3.2.4 นักท่องเที่ยวและผู้พักอาศัยที่อยู่ใกล้เคียงกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 คน รวมจำนวน 40 คน

เมื่อลงพื้นที่ลงสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลภาคสนามใน 4 จังหวัดที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต พัทธยาและกรุงเทพฯ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมจำนวน 187 คน โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยใช้การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มบุคคลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีรายชื่ออยู่แล้วว่า เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวและใช้ควบคู่กับวิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Selection) เป็นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีคุณสมบัติที่ต้องการโดยขอคำแนะนำรายนามบุคคลอื่นจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำลังสัมภาษณ์อยู่โดยขอให้ระบุรายนามบุคคลที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเพียงพอ ทั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ที่มีความยินดีและสมัครใจเป็นผู้ให้ข้อมูลเท่านั้น

#### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 4.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scale) มี 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปหามาก โดยมีความหมาย คือ ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก และระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม จำนวน 4 ตอน มีดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการบริการ เป็นแนวคิดของ Parasuraman et al. (1993) มี 5 ด้าน ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การดูแลเอาใจใส่และการตอบสนองต่อลูกค้า แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า ตามแบบของลิเคิร์ท

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นแนวคิดของ Kotler & Armstrong (2013); Kotler & Keller (2009) มี 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า ตามแบบของลิเคิร์ท

ตอนที่ 4 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เป็นแนวคิดของ Cronin, Brady & Hult (2000); Yu et al. (2014) มี 3 ด้าน ประกอบด้วย การเดินทางมาพักผ่อนซ้ำ การบอกต่อและความภักดี แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า ตามแบบของลิเคิร์ท

#### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

##### 5.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรีและจังหวัดภูเก็ต รวมจำนวน 1,127 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.43 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่กำหนดไว้

## 5.2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

5.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 187 ราย โดยนักวิจัยตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลให้มีความเที่ยงตรงด้วยการอ่านทวนคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญฟังในทุก ๆ ครั้งที่จบประเด็นสัมภาษณ์ในแต่ละประเด็นซึ่งหมายถึงว่าทุก ๆ ครั้งที่จบการสัมภาษณ์ในแต่ละประเด็นสัมภาษณ์ทุก ๆ ประเด็นผู้สัมภาษณ์จะต้องอ่านทวนคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญฟังทุกครั้งเพื่อยืนยันว่าคำตอบที่ผู้สัมภาษณ์จดมีความหมายตรงกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลไว้ เป็นการตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลไปในตัวและการประชุมกลุ่มย่อยในจังหวัดต่าง ๆ รวม 4 ครั้ง มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าร่วมรวมจำนวน 187 คน มีรายละเอียดดังนี้

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

5.2.1.2 จังหวัดภูเก็ต จัดประชุมโรงแรมภูเก็ตธานี มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 30 คน

5.2.1.3 จังหวัดเชียงใหม่ จัดประชุมห้องประชุมภัตตาคารเรือนแพ มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 32 คน

5.2.1.4 จังหวัดชลบุรี จัดประชุมเฮลท์แลนด์รีสอร์ทแอนด์สปาพัทยา มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 29 คน

เมื่อกระบวนการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นให้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาลงรหัสและทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารที่เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เอกสารทางวิชาการ บทความวิจัยและรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

### 6.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติวิเคราะห์และประมวลผล มีดังนี้

6.1.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียงท้ายตาราง

6.1.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ถึงแบบสอบถามตอนที่ 4 ใช้สถิติวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) ในภาพรวมรายด้าน และรายข้อ โดยนำเสนอเป็นตาราง พร้อมทั้งอธิบายความเรียงท้ายตาราง โดยมีเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 4.21-5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 3.41-4.20 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 2.61-3.40 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 1.81-2.60 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยและค่าคะแนนอยู่ในช่วง 1.00-1.80 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด (Phisanbut, 2005)

## 6.2 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบบหน่วยบริบท (Contextual Unit) โดยการแบ่งรูปแบบของหัวข้อเรื่อง (Categories) ที่ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ทั้งนี้ ก่อนวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล เริ่มต้นด้วยการตรวจสอบการสัมภาษณ์ใช้การตรวจสอบโดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Member Checks) ผู้วิจัยอ่านสรุปผลการสัมภาษณ์ทุกครั้งเมื่อจบประเด็นเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตรวจสอบข้อความที่ผู้วิจัยบันทึกตรงกับที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้สัมภาษณ์ รวมถึงผู้ให้ข้อมูลหลักเพิ่มประเด็นเพื่อให้ประเด็นมีความสมบูรณ์ต่อมาเป็น การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่างกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลัก และวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

## สรุปผลการวิจัย

### 1. สรุปผลการศึกษาสถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2557 ถึง ปี พ.ศ. 2561 มีชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนระหว่าง 24 ล้านคน ถึง 35 ล้านคน พำนักรอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 9 คืนต่อคน มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักเฉลี่ยวันละ 1,450 บาท ถึง 1,556 บาท เมื่อรวมจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยแล้ว 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 (National Statistical Office of Thailand, 2018) พบว่า มีจำนวนห้องพัก มีจำนวน 303,154 ห้อง ถึง จำนวน 721,501 ห้อง อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) คิดเป็นร้อยละ 58.06, 65.12, 66.99, 70.58 และ 71.16 ตามลำดับ แสดงว่าจำนวนห้องพักมากกว่าผู้เข้าพักเกิดอุปทานส่วนเกิน (Over Supply) ในธุรกิจพักรแรม

จำนวนโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ในปี 2561 โดยจำแนกเป็นภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคใต้ พบว่า มีจำนวนโรงแรมทั้งหมด 9,663 แห่ง และมีจำนวนห้องรวม 424,754 นอกจากนี้ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ทำการสำรวจที่พักทุกประเภท โดยจำแนกเป็นภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคใต้ พบว่า มีจำนวนที่พักทั้งหมด 24,391 แห่งและมีจำนวนห้องรวม 721,501 ห้อง เมื่อนำผลการสำรวจที่พักทุกประเภทของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ลบออกจากจำนวนโรงแรมที่ขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมที่จดทะเบียนกับกรมการปกครองซึ่งเป็นจำนวนโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องนั้น ได้ผลต่าง คือ มีสถานที่ที่เป็นที่พักแรม แต่ไม่ได้ขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมทะเบียนกับกรมการปกครอง มีจำนวนทั้งหมด 14,728 แห่งและมีจำนวนห้องรวม 296,747 ห้อง (Department of Provincial Administration, Investigation and Legal Affairs Bureau, 2018; National Statistical Office of Thailand, 2018)

ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ให้บริการเช่าที่พัก แต่ไม่ได้ขออนุญาตประกอบกิจการโรงแรมกับกรมการปกครองซึ่งเป็นการประกอบธุรกิจผิดกฎหมาย มีสาเหตุหลักจาก

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

ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่นำไปจำหน่ายอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTAs ต่าง ๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 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 และบ้านพักในพัทยา มีจำนวน 4,725 แห่ง มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 78 มีจำนวนนักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 133 (Department of Tourism, 2016)

ข้อมูลจากบริษัทวิจัย Airdna โดยข้อมูลห้องพักนี้รวบรวมจากห้องพักที่อยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เช่าที่พักเท่านั้น โดยสำรวจ ณ เดือนสิงหาคม 2562 จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวสูงสุดในแต่ละภูมิภาค 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ พัทยาและจังหวัดภูเก็ต โดยพื้นที่ที่มีผู้เข้าพักมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ มีจำนวนผู้เข้าพัก มีจำนวน 480,000 คน รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 160,000 คน พัทยา มีจำนวน 120,000 คนและจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 70,000 คน มีรายละเอียด ดังนี้

1. จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกจองที่พักประเภทบ้านทั้งหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัวและที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น โดยในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 8,983 แห่ง แบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 4,546 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.60 ห้องพักรวมตัว 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. เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยาส่วนใหญ่เลือกจองที่พักประเภทบ้านทั้งหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัวและที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น โดยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์มีจำนวนทั้งสิ้น 12,149 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 9,838 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80.97 ห้องพักรวมตัว 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 ของจำนวนห้องพักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในเมืองพัทยา

3. กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เลือกจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักประเภทบ้านทั้งหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัวและที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่นในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 21,988 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง 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 ของจำนวนห้องพักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ใช่โรงแรมในกรุงเทพมหานคร

4. จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตและจองที่พักที่ไม่ใช่ห้องพักประเภทโรงแรมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกจองที่พักประเภทบ้านทั้งหลังมากที่สุด รองลงมาเป็นห้องพักส่วนตัวและที่พักแบบพักรวมกับบุคคลอื่น โดยจังหวัดภูเก็ต มีจำนวนห้องพักที่ลงทะเบียนในแพลตฟอร์มออนไลน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 16,102 แห่ง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทของการเช่าเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ บ้านทั้งหลัง จำนวน 11,500 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.41 ห้องพักส่วนตัว จำนวน 4,442 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.58 และห้องพักพักรวม 160 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.99 อัตราการเติบโตรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2559 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2562

การให้บริการเช่าที่พักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์นั้นพบว่า มี 3 จังหวัด มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจังหวัดที่มีอัตราเติบโตมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเติบโตร้อยละ 12 รองลงมา คือ จังหวัดเชียงใหม่และเมืองพัทยา โดยอัตราการเติบโตร้อยละ 6

## 2. สรุปผลการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักกระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

### 2.1 จุดแข็ง

สถานที่ตั้งของที่พักให้เช่ากระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ที่พักมีลักษณะเฉพาะ หรือมีอัตลักษณ์เฉพาะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตรงตามความต้องการของผู้พัก รวมถึงมีความรู้สึกเหมือนพักอยู่บ้าน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

มากกว่าโรงแรม ราคาถูกกว่าโรงแรม ได้รับประสบการณ์ที่ดีระหว่างผู้พักกับเจ้าบ้าน เจ้าบ้านมีอัธยาศัยที่ดี ที่พักมีให้เลือกหลากหลายประเภท หรือตามความต้องการของผู้พัก ผู้พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มีความเป็นส่วนตัวสามารถจัดกิจกรรมได้

## 2.2 จุดอ่อน

ที่พักส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย ห้องพัก หรือบ้านพักบางแห่งขาดมาตรฐานด้านความสะอาดของที่พักและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่พักบางแห่งมีการดัดแปลงอาคาร หรือที่พักที่แบบไม่ถูกต้องตามแบบ หรือตามหลักโครงสร้างของอาคาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ หรือการขึ้นป้ายที่เป็นทางการกระทำไม่ได้ เพราะเป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ผู้ให้บริการขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เกิดการรบกวนในบริเวณที่พักอาศัย ขาดการให้ความช่วยเหลืออาจจะตอบสนองในทันทีทันใด

## 2.3 โอกาส

แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไม่ต้องการพักโรงแรม โดยต้องการพักที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนอยู่บ้าน นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้คน เศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มีรายได้เสริมเกิดจากการนำบ้านมาให้เช่า มีแพลตฟอร์มหลากหลายแพลตฟอร์มให้เลือกใช้บริการ เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

## 2.4 อุปสรรค

ไม่มีกฎหมายรองรับการดำเนินธุรกิจให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนบ้านร้องเรียนผู้พักอาจจะสร้างปัญหาให้กับเพื่อนบ้าน ภาครัฐขาดรายได้จากการเก็บภาษี ชาวต่างประเทศซื้ออสังหาริมทรัพย์และนำมาทำธุรกิจให้เช่าที่พักแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวไทย คู่แข่งขันที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันมีจำนวนมากในพื้นที่ที่เป็นย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว

## 2.5 คุณภาพบริการ

ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ในด้านคุณภาพบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58, SD = 0.55$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด 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 ( $\bar{X} = 3.51, SD = 0.67$ )

## 2.6 การตลาดบริการ

ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ในด้านการตลาดบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 0.52$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประสบการณ์ใหม่ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.69$ ) รองลงมาเป็นด้านห้องพัก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ,  $SD = 0.61$ ) และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.51$ ,  $SD = 0.70$ ) ตามลำดับ ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านความยั่งยืน ( $\bar{X} = 3.46$ ,  $SD = 0.63$ )

## 2.7 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว ในประเด็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 0.58$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ,  $SD = 0.71$ ) รองลงมาเป็นด้านการบอกต่อ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.44$ ,  $SD = 0.68$ ) ตามลำดับ

## 3. สรุปผลศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

### 3.1 ความต้องการที่พักระยะสั้น

นักท่องเที่ยวเลือกที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวก หรืออยู่ในแหล่งชุมชนที่สนใจท่องเที่ยว มีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ที่พักมีบรรยากาศคล้าย ๆ ที่พักที่บ้าน โดยนักท่องเที่ยวชื่นชอบบรรยากาศของการพักค้างรูปแบบบ้านมากกว่าโรงแรม ห้องพักรมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบ มีราคาถูกกว่าห้องพักประเภทอื่น ๆ หรือห้องพักมีความคุ้มค่า มีความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม รวมถึงรายละเอียดห้องพักตรงตามรายละเอียดที่ลงไว้ในเพจ หรือตรงตามข้อตกลงที่ได้แจ้งไว้ก่อนหน้านี้ การจองผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียงไว้ใจได้ การมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของบ้าน หรือชุมชนในท้องถิ่นแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนสิ่งที่ได้พบได้เจอ นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสความเป็นจริงของท้องถิ่น เพราะมาตรฐานของโรงแรมทำให้ผู้เข้าพักห่างจากความเป็นจริงของสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวมีความเชื่อว่าการสนับสนุนความคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น หรือ เพิ่มรายได้ให้กับผู้นำท้องถิ่นมาให้เข้าอีกทางหนึ่ง

### 3.2 พฤติกรรมการใช้บริการที่พักระยะสั้น

เดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คู่รักและเดินทางกับเพื่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็น

อะพาร์ตเมนต์ หรือ คอนโดมีเนียม และบ้านเป็นหลัก วันที่ค้างเฉลี่ยอย่างน้อย 4-5 คืน หรือมากกว่า ส่วนชาวต่างชาติจะอยู่ระหว่าง 7-9 วัน จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ กรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต การจองที่พักส่วนใหญ่จองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อในมาตรฐานของห้องพัก

#### 4. สรุปผลการศึกษาผลกระทบการดำเนินธุรกิจการให้เข้าพักระยะสั้นในประเทศไทย

##### 4.1 ผลกระทบในเชิงบวก

นักท่องเที่ยว หรือผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมีทางเลือกสถานที่พักที่หลากหลายมากขึ้นและได้เข้าพักที่ราคาถูกถูกลง รวมถึงการตอบโต้ความต้องการเฉพาะได้ เช่น พักได้หลายคน มีกิจกรรมร่วมกันได้ ได้บรรยากาศแบบเหมือนพักอยู่บ้าน ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากเจ้าบ้าน เจ้าของที่พัก หรือผู้ประกอบการ มีรายได้เสริม เจ้าของบ้าน หรือโฮสต์ (Host) ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เช่า รวมถึงได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกันด้วย เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ยังชนบท ส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นอย่างแท้จริง เกิดการจ้างงานในพื้นที่ รวมถึงช่วงเทศกาลธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีที่พัก หรือช่วยการลดปัญหาการขาดแคลนห้องพักในโรงแรมช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ที่มีย่านท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวจำนวนโรงแรมไม่เพียงพอ

##### 4.2 ผลกระทบในเชิงลบ

การเช่าที่พักระยะสั้นมีผลน้อยมากในตลาดการเข้าพักอาศัยระยะสั้น ไม่ได้มีผลต่ออัตราการเกิดห้องว่างของโรงแรมในภาพรวม เมื่อฤดูกาลท่องเที่ยวจำนวนการจองห้องพักโรงแรมยังคงสูงตามฤดูกาลและในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวจำนวนการจองห้องพักโรงแรมก็ลดลงตามอัตราส่วนของนักท่องเที่ยว แต่ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมจะเป็นเรื่องภาพลักษณ์และการกำหนดราคาเอาเปรียบธุรกิจโรงแรมโดยฐานของการจ่ายภาษีไม่เท่ากัน รวมถึงที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมระหว่างโรงแรมที่ถูกต้องตามกฎหมายกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ผิดกฎหมาย ที่พักบางแห่งเอาเปรียบลูกค้า ใช้อาคารผิดประเภท ผิดกฎหมาย ภาครัฐขาดรายได้จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจ ผู้พักในที่พักระยะสั้นประเภทอาคารชุดบ้านจัดสรรรบกวน หรือสร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน รวมถึงเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของประเทศ

## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพและผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สถานการณ์การดำเนินธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อและความต้องการจากนักท่องเที่ยวสูง โดยอ้างอิงจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของแพลตฟอร์มออนไลน์ของที่พักระยะสั้นนั้น ส่วนใหญ่นำไปจำหน่ายอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์หรือ 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) ได้เขียนบทความเรื่อง แพลตฟอร์ม Airbnb เติบโตสูงมากในประเทศไทย ระบุว่า มีนักท่องเที่ยวของแพลตฟอร์ม Airbnb มากกว่า 1.15 ล้านคน เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยสิ้นปีที่ผ่านมา (ปี ค.ศ.2017) โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 67 เมื่อเทียบกับจำนวนการจองห้องพักในแพลตฟอร์ม Airbnb ในปี 2016 และจากแนวโน้มการจองห้องพักคาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb เพิ่มมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวสนใจในความเป็นเอกลักษณ์และประสบการณ์ที่แท้จริงจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองต่าง ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Airbnb (2019) ได้ศึกษาเรื่อง 20 แหล่งท่องเที่ยวในปี 2020 พบว่า การคาดการณ์แนวโน้มในปี 2020 ถึง 20 สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว โดยจองผ่านแพลตฟอร์ม Airbnb ลำดับที่เป็นจังหวัดบุรีรัมย์ ประเทศไทย นักท่องเที่ยวรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์, ชมกีฬา MotoGP, กิจกรรมบุรีรัมย์มาราธอน 2020 และสอดคล้องกับบทความของ สยามรัฐออนไลน์ (Siamrath Online, 2019) ที่นำเสนอผลสำรวจของแพลตฟอร์ม Airbnb พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นซี (อายุ 24 ปี หรือ ต่ำกว่า) เป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมประสบการณ์ Airbnb ที่เติบโตเร็วที่สุดในเอเชียแปซิฟิก โดยยอดจองประสบการณ์ในประเทศไทยเติบโตกว่าร้อยละ 228 หรือกว่า 3 เท่าเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2561 ทั้งนี้ ประสบการณ์ 3 อันดับยอดนิยมในประเทศไทย

ปี 2562 เช่น การซื้อจักรยาน ทัวริ่งรับประทานอาหาร การลงมือทำอาหารไทย เรียนรู้การทำอาหารไทย เป็นต้น

**2. ศักยภาพของผู้ประกอบการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ**  
พบว่า ระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นฯ ด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ที่พัก ความสะอาดสบาย ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ และปริมาณการบริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก, ระดับคะแนนความคิดเห็นด้านการตลาดบริการ ได้แก่ ที่พัก ราคา เอกลักษณ์ ประสบการณ์ใหม่ ๆ กระบวนการให้บริการและความยั่งยืน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และระดับคะแนนความคิดเห็นด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

จุดเด่น คือ สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีความรู้สึกเหมือนพักอยู่บ้าน ราคาถูกกว่าโรงแรม เจ้าบ้านมีอัธยาศัยที่ดี ที่พักมีให้เลือกหลากหลายประเภท พักสามารถพักได้จำนวนหลายคนได้ มีความเป็นส่วนตัว สามารถจัดกิจกรรมได้ มีประสบการณ์ที่ดี

จุดอ่อน คือ ที่พักส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัย มาตรฐานด้านความสะอาด มีการดัดแปลงอาคาร หรือที่พักที่แบบไม่ถูกต้องตามแบบ หรือตามหลักโครงสร้างของอาคาร ขาดการให้ความช่วยเหลืออาจจะตอบสนองในทันทีทันใด เพราะเจ้าบ้านไม่ได้ให้บริการ การโฆษณา หรือการขึ้นป้ายที่เป็นทางการกระทำไม่ได้ เพราะเป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ผู้ให้บริการขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เกิดการรบกวนในบริเวณที่พักอาศัย

โอกาส คือ แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตส่วนหนึ่งไม่ต้องการพักโรงแรม โดยต้องการพักที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนอยู่บ้าน นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้คน เศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มีรายได้เสริมเกิดจากการนำบ้านมาให้เช่า มีแพลตฟอร์มหลากหลายแพลตฟอร์มให้เลือกใช้บริการ เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อุปสรรค คือ ไม่มีกฎหมายรองรับ เพื่อบ้านร่องเรียน ผู้พักอาจจะสร้างปัญหา ภาครัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษี ชาวต่างประเทศซื้ออสังหาริมทรัพย์ และนำมาทำธุรกิจให้เช่าที่พักแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวไทย คู่แข่งขันมีจำนวนมากในพื้นที่ที่เป็นย่านธุรกิจ ย่านแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะประชาชนคนไทยมีอัธยาศัยที่ดี มีนิสัยในการต้อนรับเป็นเจ้าบ้านที่ดี ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมที่หลากหลายในแต่ละภูมิภาคทำให้เกิดอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน การแบ่งบ้าน หรือที่พักลักษณะอื่นให้เช่าไม่ได้มีต้นทุนมากนักเมื่อเทียบกับโรงแรม การตั้งราคาตั้งได้ถูกกว่าโรงแรม

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guttentag (2016) ได้ศึกษาเรื่องทำไมนักท่องเที่ยวเลือก Airbnb พบว่า ผู้เข้าพักต้องการห้องพักราคาประหยัด (Money Savers) ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้พัก ความแท้ (Local Authenticity) ของที่พัก คือ ผู้พักจะได้สัมผัสกับชีวิตวิถีที่แท้จริง หากพักโรงแรมทุก ๆ โรงแรมจะมีมาตรฐานของโรงแรมที่คล้าย ๆ กันทุกโรงแรม มีความนิยมในแนวคิดสังคมเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy Ethos) ผู้เข้าพักชื่นชอบความรู้สึกการอยู่บ้านมากกว่าโรงแรม (Home Seekers) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัทวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชันแนล ประเทศไทย (Colliers International Thailand, 2016) ได้ศึกษา เรื่อง Airbnb ในประเทศไทย พบว่า สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ ผู้ที่นำมาบ้านมาให้เช่ามีรายได้เพิ่มขึ้นจากบ้าน หรือที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่พิเศษกว่าการพักโรงแรมทั่วไป นักท่องเที่ยวได้เข้าพักอาศัยได้เหมือนคนท้องถิ่น ในขณะที่เยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jongwattanamontree (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักรักของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลายของห้องพัก, ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้าและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratsamimala (2016) ได้ศึกษาการรับรู้, ทัศนคติ และอิทธิพลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ Airbnb ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb เพราะรู้สึกประทับใจในครั้งที่ผ่านมา และได้รับการแนะนำจากบุคคลที่เคยพักมาแล้วและเหตุผลหลัก คือ ที่ตั้ง, ความรู้สึกเหมือนได้พักบ้าน และประสบการณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wiriyakuekun (2017) ได้ศึกษากฎหมายควบคุมการให้เช่าที่พักอาศัยรูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยว Airbnb พบว่า มีข้อดี คือ สามารถกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนที่มีโอกาสหาริมทรัพย์ซึ่งสามารถนำออกให้เช่าได้และมีข้อเสีย คือ อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่พักซึ่งได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายอยู่ก่อนแล้วและที่พักแอร์บีเอ็นบีอาจจะไม่ได้มาตรฐาน หรือเป็นการรบกวนเพื่อนบ้านที่มีที่พักอาศัยใกล้เคียงหรือแหล่งชุมชน

**3. ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย** พบว่า ความนิยมของการจองที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว เพราะ 1) ห้องพักราคาประหยัด 2) สนับสนุนความคิดเศรษฐกิจแบ่งปันจะช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นหรือเพิ่มรายได้ให้กับผู้นำห้องพักมาให้เช่า 3) นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้คนในท้องถิ่น 4) ชื่นชอบบรรยากาศของการพักค้างรูปแบบบ้านมากกว่าโรงแรม 5) ต้องการพักแรมในสิ่งแวดล้อมที่แท้จริงจริงของชุมชนนั้น ๆ

6) ห้องพักมีความคุ้มค่า มีความเป็นเอกลักษณ์ และสวยงาม และ 7) จองผ่านแพลตฟอร์ม หรือ OTA ต่าง ๆ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยว กับครอบครัว คู่รักและเดินทางกับเพื่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็น อะพาร์ตเมนต์ หรือ คอนโดมิเนียมและบ้านเป็นหลัง วันที่ค้างเฉลี่ยอย่างน้อย 3-4 คืน หรือ มากกว่า ส่วนชาวต่างชาติจะอยู่ระหว่าง 7-9 วัน จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะแนวโน้ม เศรษฐกิจประสบการณ์ (Experience Economy) คือ เศรษฐกิจที่นำโดยการให้ประสบการณ์ กับนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรมที่ทำร่วมกับ คนในท้องถิ่น ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวบางแห่งมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว การพบปะผู้คนใหม่ ๆ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ คนไทยเป็นที่รู้จักในฐานะเจ้าบ้านที่ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น มีอัธยาศัย เป็นมิตร ประเทศไทยมีการท่องเที่ยวที่มีความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authentic) นักท่องเที่ยว ต้องการที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีลักษณะคล้ายบ้าน สามารถพักรวมกันจำนวนหลาย ๆ คนได้ บางที่พักจัดกิจกรรมระหว่างเข้าพักได้ ความเป็นส่วนตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Airdna (2019) ได้สำรวจข้อมูลแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb ระหว่างเดือนธันวาคม 2561 ถึง ธันวาคม 2562 พบว่า ยอดจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb ในกลุ่ม Gen Z เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วสะท้อนให้เห็นว่า คนรุ่นใหม่มีความกระตือรือร้นแสวงหาการเดินทาง ในรูปแบบที่แตกต่าง และสิ่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน มีอยู่ 3 เรื่อง คือ โลกเศรษฐกิจแบบใหม่ ที่ใช้ประสบการณ์เป็นตัวนำช่วยผลักดันกลุ่ม Gen Z ให้เห็นถึงความสำคัญของประสบการณ์ มากกว่าการเป็นเจ้าของ นอกจากนี้ นักเดินทางกลุ่มนี้ยังเดินทางมากกว่าคนรุ่นก่อน และค้นหา วิธีการเดินทางที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของตนเองและสุดท้าย คือ ความเข้าใจในเทคโนโลยี ที่ช่วยเปลี่ยนวิธีการเดินทางได้และรู้จักที่จะใช้แพลตฟอร์ม Airbnb เพื่อให้ได้ประสบการณ์ที่ แท้จริง และไม่เหมือนใครตามต้องการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratsamimala (2016) ได้ศึกษาการรับรู้, ทศนคติและอิทธิพลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ Airbnb ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Airbnb เพราะรู้สึก ประทับใจในครั้งที่ผ่านมาและได้รับการแนะนำจากบุคคลที่เคยพักมาแล้วและเหตุผลหลัก คือ ที่ตั้ง, ความรู้สึกเหมือนได้พักบ้านและประสบการณ์ท้องถิ่นและสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Jongwattanamontree (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้อง พักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพักในแพลตฟอร์ม Airbnb พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลาย ของห้องพัก, ปัจจัยด้านการให้บริการและปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้าและสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Veerapeindee (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการจองที่พักผ่าน Airbnb พบว่า การตอบสนองของผู้ให้เช่าของ Airbnb มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พัก ความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พักและราคาของที่พักของ Airbnb มีอิทธิพลต่อการจองที่พักผ่าน Airbnb และคุณภาพของระบบ Airbnb ความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พักและราคาที่พักของ Airbnb มีอิทธิพลต่อการจองที่พักผ่าน Airbnb

#### 4. ผลกระทบการดำเนินการของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นในประเทศไทย

พบว่า ผลกระทบทางบวก คือ นักท่องเที่ยวได้ที่พักในราคาถูก พักได้หลายคน มีกิจกรรมร่วมกันได้ ได้บรรยากาศแบบเหมือนพักอยู่บ้าน ที่พักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากเจ้าบ้าน เจ้าของที่พักมีรายได้เสริม โฮสต์ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเช่า กระตุ้นเศรษฐกิจและเกิดการกระจายรายได้ไปยังชนบท เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ช่วงเทศกาล ธุรกิจที่พักระยะสั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีที่พัก ส่วนผลกระทบทางลบ คือ ขาดมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพักเกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมที่พักร้างแห่งเอารัดเอาเปรียบลูกค้าใช้อาคารผิดประเภทผิดกฎหมาย รัฐบาลขาดรายได้จากการเก็บภาษีการประกอบธุรกิจ ผู้พักบกรวนหรือสร้างความรำคาญให้กับเพื่อนบ้าน รวมถึงเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของประเทศ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักกับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นจำนวนบ้านให้เช่าก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากขึ้น คือ ต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเจ้าของบ้าน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือเจ้าของภูมิปัญญา ส่วนในประเด็นเรื่องความปลอดภัย การแข่งขันที่เอาเปรียบสถานที่พักร้างที่จดทะเบียนและเสียภาษีถูกต้อง เพราะปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่ยังคับใช้กับที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่โรงแรมจึงขาดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานของที่พักที่ควรจะเป็น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Colliers International Thailand (2016) ได้ศึกษาเรื่อง Airbnb ในประเทศไทย พบว่า มีผลกระทบต่อกิจการโรงแรมต่าง ๆ ระบุว่า ที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมีแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมอย่างไม่ยุติธรรมเนื่องจากเจ้าของที่พักจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายน้อยกว่าและไม่จำเป็นต้องเสียค่าปรับและคำนึงถึงเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยในมาตรฐานเท่ากันอย่างที่ระบุไว้ในใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรม และไม่ต้องจ่ายภาษีด้วยผลกระทบต่อตลาดบ้านเช่า โดยการเช่าบ้านแบบระยะยาวมีอัตราการใช้บริการน้อยลง เพราะนักท่องเที่ยวนิยมหันมาเช่าแบบระยะสั้นผ่านระบบปฏิบัติการ หรือแพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ผู้พักอาศัยชั่วคราว หรือนักท่องเที่ยวสร้างปัญหามากกว่าผู้พักอาศัยแบบระยะยาว โดยมีคำร้องเรียนประเด็นจัดงานสังสรรค์เสียงดัง และทำลายบรรยากาศเงียบสงบ,

ใช้บริการส่วนกลางของที่พักราคาสูงส่งผลให้ผู้พักราคาประจำไม่ได้รับความสะดวก หรือสร้างความเสียหายกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wiriyakuekun (2017) ได้ศึกษากฎหมายควบคุมการให้เช่าที่พักอาศัยรูปแบบใหม่เพื่อการท่องเที่ยว Airbnb พบว่า มีข้อดี คือ สามารถกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนที่มีอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสามารถนำออกให้เช่าได้และมีข้อเสีย คือ อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่พัก ซึ่งได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายอยู่ก่อนแล้วและที่พักแอร์บีเอ็นบีอาจไม่ได้มาตรฐาน หรือเป็นการรบกวนเพื่อนบ้านที่มีที่พักอาศัยใกล้เคียง หรือ แหล่งชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Office of the National Economic and Social Development Council (2018) ได้เก็บข้อมูลการให้เช่าที่พักแบบ Airbnb ในเมืองไทย พบว่า มีผลกระทบด้านสังคม คือ ผู้เช่าห้องพักราคาถูกอาจก่อให้เกิดการรบกวนที่พักราคาของประชาชนในพื้นที่ และปัญหาความปลอดภัยจากผู้เช่าที่อาจจะเป็นอาชญากร โดยในพื้นที่กรุงเทพฯ หลายย่านที่มีทัวร์จีนราคา ถูก ๆ ไปเข้าบ้านพักและอพาร์ทเมนต์ให้นักท่องเที่ยว รวมถึงคอนโดมิเนียมในย่านช้อปปิ้งด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพและบรรเทาผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขใน 4 มิติ ดังนี้

#### 1.1 มิติด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อสารกับลูกค้า

1.1.1 จัดที่พักต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนความเป็นบริบทของท้องถิ่นนั้น ๆ

1.1.2 จัดห้องพักและพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ของที่พักให้มีความสะอาดและเป็นระเบียบตามที่แสดงในภาพโฆษณา หรือตามในภาพถ่ายบนประกาศที่พักที่ลงไว้ตั้งแต่แรก

1.1.3 เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานลักษณะเดียวกับโรงแรมมีให้แก่ผู้เช่าที่พักและเสริมรายการอื่น ๆ เข้าไปด้วย ได้แก่ เครื่องไมโครเวฟ เครื่องซักผ้า (บ้านที่เป็นหลัก) อุปกรณ์เครื่องครัว จักรยาน เป็นต้น

1.1.4 จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติภัยต่าง ๆ โดยติดตั้งในที่เห็นได้ชัดเจน พร้อมทั้งมีคำอธิบายแนวปฏิบัติ หรือวิธีการใช้อย่างละเอียด

1.1.5 การทำตลาด หรือช่องทางการการสื่อสารกับลูกค้าควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในระยะเริ่มต้นและหากใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การตอบกลับข้อความต้องตอบกลับ

อย่างรวดเร็วหลังจากที่ผู้เข้าพักติดต่อมาแสดงให้เห็นว่าเจ้าของที่พักที่มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า การแสดงภาพของที่พักใช้รูปภาพคุณภาพสูงหลาย ๆ แบบ พร้อมคำอธิบายได้ภาพและเขียน คำอธิบายที่พักระหว่างโดยละเอียด

1.1.6 ออกแบบกิจกรรมที่ทำให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้า หรือผู้เช่า เป็นประสบการณ์ระหว่างพักรแรม เน้นการสร้างคุณค่ากับการท่องเที่ยว เช่น ทำอาหาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยง ระหว่างพื้นที่

1.1.7 การตั้งราคาไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับโรงแรม

1.1.8 กำหนดกฎของที่พักในกรณีที่ที่พักมีข้อจำกัดบางประการ โดยให้ระบุ ถึงกรณีต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลกับผู้เข้าพัก กฎ หรือกติกาจะให้ความชัดเจนว่า ผู้ให้เช่าอนุญาต หรือห้ามอะไรบ้าง เช่น การสูบบุหรี่ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

1.1.9 กระบวนการเช็คอินที่ชัดเจนและง่ายทำให้ผู้เช่ารู้สึกปลอดภัย

1.1.10 มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอาคารที่พักระยะสั้นและประตูคนเข้า-ออก ที่พักระยะสั้น เช่น กล้องวงจรปิด พนักงานรักษาความปลอดภัย หรือเจ้าบ้านพักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกับห้องพัก โดยสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลา

## 1.2 มิติด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ

1.2.1 พัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ

1.2.2 พัฒนาทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีอัธยาศัยที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว

1.2.3 พัฒนาทักษะการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อการสื่อสารกับลูกค้า

## 1.3 มิติด้านการรับรองสถานะของที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ตราออกกฎหมายควบคุมธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศ

## 1.4 มิติด้านการลดผลกระทบเชิงลบ

1.4.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเปิดช่องทางให้มีการร้องเรียนและ กำหนดบทลงโทษแก่เจ้าของที่พักที่นำที่พักปล่อยให้ผู้เช่ารายวันซึ่งทำความเดือดร้อน ให้บุคคลอื่น ๆ

1.4.2 กำหนดกฎเกณฑ์ทางภาษีที่รัฐบาลต้องเรียกเก็บกับแพลตฟอร์ม ออนไลน์ให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

1.4.3 กำหนดระยะเวลาจำนวนเวลาขั้นต่ำในการเข้าพัก

1.4.4 กำหนดสิทธิ์จำนวนห้องพักที่สามารถนำมาปล่อยเช่าเป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

1.4.5 กำหนดมาตรฐานความปลอดภัย กำหนดบทลงโทษในกรณีให้ผู้เช่าทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยว

1.4.6 หน่วยงานภาครัฐปฏิบัติงานเชิงรุกสำรวจจำนวนสถานที่พักแรมที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกต้องและออกมาตรการควบคุมโดยให้อำนาจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำกับดูแลพื้นที่ หรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคเป็นผู้ดำเนินการ

1.4.7 ออกกฎหมายควบคุมเฉพาะสำหรับธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะครอบคลุมถึงการชำระภาษี มาตรการความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศ

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาประเด็นผลกระทบรายประเภทของที่พักและจัดอันดับผลกระทบที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การหามาตรการแก้ไขเฉพาะเจาะจงลงไปในแต่ละประเภทของที่พัก

2.2 สำรวจประชากรของห้องพักที่เป็นที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนตาม พ.ร.บ.โรงแรม เพื่อนำสถิติมาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ หรือสร้างมาตรการต่าง ๆ ของที่พัก โดยปัจจุบันไม่มีหน่วยงานใดสำรวจจำนวนที่แน่นอนของที่พักประเภทดังกล่าว

2.3 ศึกษาเชิงลึกประเด็นผลกระทบต่อธุรกิจที่พักที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย หากมีการตรากฎหมายรองรับและควบคุมธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพ และผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ 2562 (ทุนมุ่งเป้าด้านการท่องเที่ยว) คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประจำโครงการวิจัย ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.ชววิทย์ สุจฉายา รองศาสตราจารย์ ดร.ยุฑยុธ แฉล้มวงษ์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์และอาจารย์สัมพันธ์ แป้นพัฒน์ที่ท่านได้มอบ

โอกาสให้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนามาตรการทางกฎหมายในการเตรียมความพร้อมต่อการขยายตัวของกาให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ประสานงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมกาท่องเที่ยวและบริการทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและให้คำปรึกษาในการจัดงานวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

## References

- 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/> (In Thai)
- Airdna. (2016). **MarketMinder–Empowering the Sophisticated Airbnb Entrepreneur**. Retrieved August 12, 2019, from <https://www.airdna.co/blog/marketminder-rental-analytics> (In Thai)
- Bangkok Post. (2018). **Airbnb highlights Thai growth**. Retrieved January 12, 2020, from [https://www.bangkokpost.com/business/1393282/airbnb-highlights-thai-growth\\_](https://www.bangkokpost.com/business/1393282/airbnb-highlights-thai-growth_)
- BLT Bangkok. (2017). **“Airbnb” Consumer like but illegal in Thailand**. Retrieved November 1, 2019, from <https://www.bltbangkok.com/> (In Thai)
- Burns, N. & Grove, S. (1997). **The practice of nursing research: conduct, critique and utilization**. 3rd ed. Philadelphia: WB Saunders.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling techniques**. New York: John Wiley & Sons.
- Colliers International Thailand. (2016). convenient. **Airbnb in Thailand and around the world has makes the hassle of finding accommodation more convenient**. Retrieved January 10, 2020, from <https://www2.colliers.com/en-TH>
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, **16**, 297–334.
- Cronin, J.J., Brady, M.K. & Hult, G.M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. **Journal of Retailing**, **76**(2), 193-218.

- Department of Provincial Administration. Investigation and Legal Affairs Bureau. (2018). **Statistics of hotels in Thailand**. Retrieved March 10, 2019, from <https://multi.dopa.go.th/omd3/news/cate6>. (In Thai)
- Department of Tourism. (2016). **Tourist situation summary**. March 2016. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.atta.or.th/wp-content/uploads/Summary-March-2016.pdf>. (In Thai)
- Economic, Business and Grassroots Research Center, Government Savings Bank. (2017). **Tourism situation in 2017**. Retrieved November 1, 2018, from [https://www.gsb.or.th/getattachment/dec775be-26f8-4947-a1d3-cb45ba90177a/IN\\_travel\\_61\\_detail.aspxgsbresearch](https://www.gsb.or.th/getattachment/dec775be-26f8-4947-a1d3-cb45ba90177a/IN_travel_61_detail.aspxgsbresearch) (In Thai)
- Economic Tourism and Sports Division. (2018). **Tourism Situation in Thailand Q1/2019 and Q2/2019**. Retrieved December 17, 2019, from [https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20191025094442.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf) (In Thai)
- Guttentag, D.A. (2016). **Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts**. Ontario, Canada: Department of Recreation and Leisure Studies, University of Waterloo.
- Johnson, R.B. & Onwuegbuzie, A.J. (2004) Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. **Educational Researcher**, 33, 14-26.
- Jongwattanamontree, V. (2015). **Factors affecting the choice of Airbnb rentals in Thailand**. Bangkok: Thammasat University. (In Thai)
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). **Principles of marketing**. 14th ed. Harlow: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). **Marketing management**. 13th ed. New Jersey: Pearson.
- Krungsri Research. (2017). **Business tendency hotel business Industry in 2018-2020**. Retrieved November 1, 2018, from [www.krungsri.com/bank/getmedia/9027bab8-d979-4f28-9ff3-f21444f5dab1/IO\\_Hotel\\_2017\\_TH.aspx](http://www.krungsri.com/bank/getmedia/9027bab8-d979-4f28-9ff3-f21444f5dab1/IO_Hotel_2017_TH.aspx) (In Thai)

- McMillan, J.H. & Schumacher, S.S. (1997). **Research in education a conceptual introduction**. New York: Longman.
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). **Tourism economic review**. Retrieved March 10, 2019, from [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=8265](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265). (In Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). **Strategy of Ministry of Tourism and Sports Issue 4, 2017-2021**. Retrieved March 10, 2019, from [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9689](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9689). (In Thai)
- National Statistical Office of Thailand. (2018). **Accommodation Survey 2018**. Retrieved August 5, 2019, from [www.nso.go.th](http://www.nso.go.th) (In Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). **Information of Airbnb hosting in Thailand**. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.nesdc.go.th/> (In Thai)
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1993). Research note: More on improving service quality measurement. **Journal of Retailing**, 69, 140-147
- Phisanbut, S. (2005). **Learn statistics and research with case studies**. Bangkok: Witthayaphat. (In Thai)
- Prachachat online. (2017). **The Thai hotel business is highly competitive (but) the numbers are growing across the country**. Retrieved November 1, 2018, from <https://www.prachachat.net/tourism/news-122784> (In Thai)
- Ratsamimala, T. (2016). **Perception, attitude, and influential factors of travelers towards AirBNB in Thailand**. Bangkok: Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University. (In Thai)
- 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/>
- Siamrath Online. (2019). **Airbnb reveals the Gen C group has joined the experience in Thailand with a growth of more than 228%**. Retrieved, January 10, 2020, from <https://siamrath.co.th/n/122959> (In Thai)

- Srikrajang, C. (2018). **Laws and Status of Airbnb Businesses in Japan and Thailand**. Retrieved November 1, 2018, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644821> (In Thai)
- The Standard. (2018). **Travel like a local “Airbnb” launches ‘Experiences’ in Chiang Mai, a local travel activity service**. Retrieved August 5, 2019, from <https://thestandard.co/airbnb-extends-experiences-programme-across-chiangmai/>
- Veerapeindee, S. (2017). **Factors Influencing Intention to Book Accommodations on Airbnb**. Bangkok: Thammasat University. (In Thai)
- Wiratchai, N. (2005). **Statistics useful**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- Wiriyakuekun, S. (2017). **The law to regulate the rental of new accommodation for tourism Airbnb**. Retrieved February 5, 2019, from <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2560/hi2560-024.pdf> (In Thai)
- Yu et al. (2014). Service quality, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intention among fitness center members aged 60 years and over. **Social Behavior and Personality**, 42(5), 757-768.

