

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุภัทสร วีระเพียรดี
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มฑูปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2560

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) กำลังเป็นที่รู้จักในวงกว้างและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในการเป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ ของการตัดสินใจที่จะจองที่พัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนหรือเพื่อการไปทำงาน เนื่องจากรูปแบบที่พักของแอร์บีเอ็นบีมีรูปแบบที่พักที่หลากหลาย รวมไปถึงขนาดของที่พักที่สามารถตอบโจทย์การรองรับผู้เข้าพักจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้ผู้ที่ต้องการเข้าพักมีทางเลือกมากขึ้น โดยความนิยมของแอร์บีเอ็นบีในประเทศไทยนั้นมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยสามารถสังเกตได้จากจำนวนของห้องพักแอร์บีเอ็นบีที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างก้าวกระโดดและมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ จากผลสำรวจเกี่ยวกับอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนห้องพักแอร์บีเอ็นบีในกรุงเทพมหานครของ Economic Intelligence Center (EIC)

โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี โดยทำการศึกษาถึงปัจจัยการตอบสนอง การแสดงความคิดเห็น และการจัดอันดับผ่านช่องทางออนไลน์ในเชิงบวก ราคาที่พักของแอร์บีเอ็นบี คุณภาพข้อมูลของระบบแอร์บีเอ็นบี คุณภาพของระบบแอร์บีเอ็นบี คุณภาพการบริการของระบบแอร์บีเอ็นบี ความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าของแอร์บีเอ็นบีที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักแอร์บีเอ็นบีจำนวน 200 คน แบ่งเป็นคนที่ไม่เคยจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบีจำนวน 100 คน และคนที่เคยจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบีแล้วจำนวน 100 คน ซึ่งในการวิเคราะห์ผลทางสถิติจะทำการวิเคราะห์แยกกันระหว่างกลุ่มที่เคยจองกับกลุ่มที่ไม่เคยจอง โดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลประกอบด้วย การวิเคราะห์หองค์ประกอบเพื่อศึกษาการรวมกลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ

ครอนบาค (Cronbach's Alpha) ในการทดสอบ การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดและการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุเพื่อตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย

โดยผลสรุปของการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยของกลุ่มที่ไม่เคยจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี พบว่าการตอบสนองของผู้ให้เช่าของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พัก ความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พักและราคาที่พักของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี ส่วนการแสดงความคิดเห็นและการจัดอันดับผ่านช่องทางออนไลน์ในเชิงบวกไม่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่า การแสดงความคิดเห็นและการจัดอันดับผ่านช่องทางออนไลน์ในเชิงบวก คุณภาพข้อมูลของระบบแอร์บีเอ็นบี คุณภาพของระบบแอร์บีเอ็นบี คุณภาพการบริการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบีและในกลุ่มที่เคยจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบีแล้วพบว่าการตอบสนองของผู้ให้เช่าของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พัก คุณภาพของระบบแอร์บีเอ็นบี ความเชื่อมั่นในผู้ให้เช่าที่พักและราคาที่พักของแอร์บีเอ็นบีมีอิทธิพลต่อการจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี แต่การแสดงความคิดเห็นและการจัดอันดับผ่านช่องทางออนไลน์ในเชิงบวก คุณภาพข้อมูลของระบบแอร์บีเอ็นบี คุณภาพการบริการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะจองที่พักผ่านแอร์บีเอ็นบี

**คำสำคัญ:** แอร์บีเอ็นบี, เศรษฐกิจแบ่งปัน, ความตั้งใจที่จะจองที่พัก

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING INTENTION TO BOOK ACCOMMODATIONS ON AIRBNB
Author	Miss Supassorn Veerapeindee
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr.Mathupayas Thongmak
Academic Years	2017

### ABSTRACT

Airbnb is now well-known and is gaining in popularity as a top choice to book accommodation. Whether it is for travel, leisure or work. Because Airbnb offers a variety of accommodation and the size of the accommodation can meet the needs of guests. This will result in more options for those who wish to stay. The popularity of Airbnb in Thailand is increasing. It is noticeable that the number of Airbnb rooms is increasing with leaps and tends to be higher. Based on a survey of the number of Airbnb rooms in Bangkok, the Economic Intelligence Center (EIC)

This research is a quantitative study that studies Influencers of Intention for Booking Accommodations on Airbnb. There are eight factors in this research, responsiveness, positive online review and rating, price of accommodations in Airbnb, information quality of Airbnb, system quality of Airbnb, service quality of Airbnb, trust in provider of Airbnb and intention to use Airbnb. The questionnaire was used to collect data for statistical analysis. The sample is people who know Airbnb, consisted of 100 people who already booked through Airbnb and 100 people who have not booked. The statistics used to analyze the results include Factos Analysis, the analysis of components to study the integration of related variables into the same element. Checking the reliability of the questionnaire. Using the Cronbach's alpha coefficient.

Correlation, verification of correlation coefficients of variables. Multiple Regression Analysis, study the relationship between all variables and validate the hypotheses.

By concluding, research hypotheses for a group of people who have not booked through Airbnb, responsiveness has had an impact on the trust in provider of Airbnb. The trust in provider of Airbnb and price of accommodations in Airbnb have influenced intention to use Airbnb. positive online review and rating have no influence on trust in provider of Airbnb. Positive online review and rating, information quality of Airbnb, system quality of Airbnb, service quality of Airbnb has no influence on intention to use Airbnb. In groups that have booked accommodations through Airbnb, then find out that responsiveness has an influence on trust in provider of Airbnb. System quality of Airbnb, trust in provider of Airbnb and price of accommodations in Airbnb influence intention to use Airbnb. But positive online review and rating, information quality of Airbnb and service quality of Airbnb does not influence the intention to use Airbnb.

**Keywords:** Airbnb, Sharing Economy, Intention to use