



การศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย

**A STUDY OF SOCIAL MEDIA TOOLS AND  
SHARING ECONOMY IN THAILAND**

โดย

อัญชติ เอียดเจริญ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

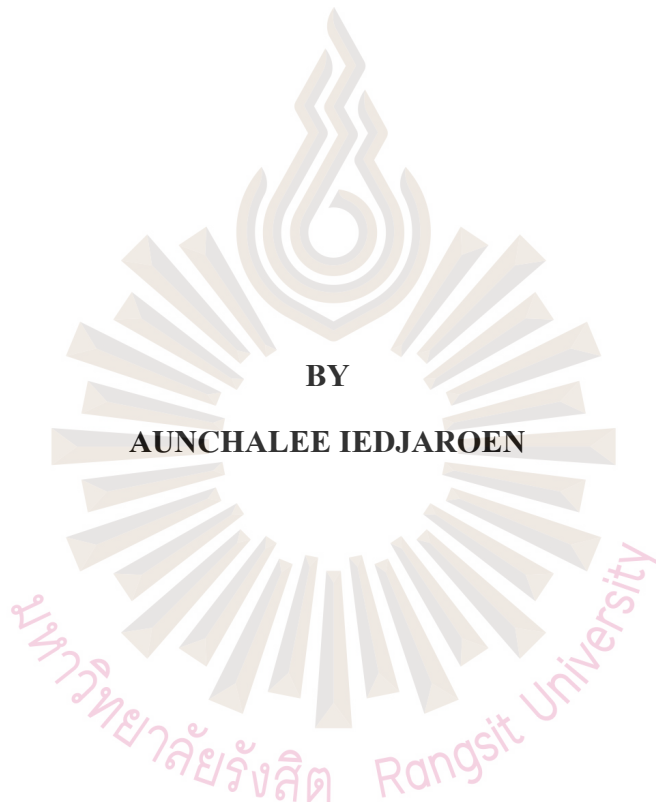
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
สถาบันเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2562



**A STUDY OF SOCIAL MEDIA TOOLS AND  
SHARING ECONOMY IN THAILAND**



**BY  
AUNCHALEE IEDJAROEN**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS IN DIGITAL ECONOMY  
INSTITUTE OF ECONOMICS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY  
ACEDAMIC YEAR 2019**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

การศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย

โดย

อัญชลี เอียดเจริญ

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกัจฉิฉิฉิฉิ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2562

ดร.วรรณสินธุ์ สัตยานุวัตร์  
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.ทศนัย ชุ่มวัฒนะ  
กรรมการ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ผศ.ดร.ฉันทพัทธ์ ไกรวานิช  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

30 กันยายน 2562

Thesis entitled

**A STUDY OF SOCIAL MEDIA TOOLS AND SHARING ECONOMY IN THAILAND**

by

AUNCHALEE IEDJAROEN

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Economics in Digital Economy

Rangsit University

Academic Year 2019

---

Wanasin Sattayanuwat, Ph.D.

Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Todsanai Chumwatana, Ph.D.

Member

---

Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.

Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

September 30, 2019

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยการเอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และความร่วมมือต่าง ๆ ของหลายท่าน ซึ่งให้การสนับสนุนผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นงานวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ในที่นี้ที่กรุณาสละเวลาเอื้อเฟื้อข้อมูลและให้ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยให้การจัดทำโครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคุณอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและขอมอบความกตัญญูทเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขออภัยผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

อัญชลี เอียดเจริญ

ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5808174 : สาขาวิชาเอก: เศรษฐกิจดิจิทัล; ศ.ม. (เศรษฐกิจดิจิทัล)

คำสำคัญ : เศรษฐกิจแบ่งปัน, แอปพลิเคชัน, โซเชียลมีเดีย

ัญชลี เอียดเจริญ: การศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย

(A STUDY OF SOCIAL MEDIA TOOLS AND SHARING ECONOMY IN THAILAND)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.ธัญพัทธ์ ไกรวานิช, 104 หน้า.

การวิจัยเรื่องการศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทย ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Selection Method) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 737 ชุด โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Correlation ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าจำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน) สัมพันธ์กับ Airbnb, Spinlister, DogVacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .089, .088, .161, .151 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ Twitter สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, DogVacay และ TaskRabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .242, .174, .112, .137 และ .138 ตามลำดับ IG สัมพันธ์กับ Spotify และ Spinlist โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .203 และ .076 ตามลำดับ Youtube สัมพันธ์กับ Spotify และ Airbnb โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .129 และ .110 ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ โดยมีข้อเสนอแนะว่าธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างมากเพราะจะมีผู้เสนอให้บริการมากขึ้นทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ง่ายและสะดวก การพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะต่อไป

ลายมือชื่อนักศึกษา..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

**5808174 : MAJOR: DIGITAL ECONOMY; M.Econ. (DIGITAL ECONOMY)**

**KEYWORDS : SHARING ECONOMY, APPLICATIONS, SOCIAL MEDIA**

**AUNCHALEE IEDJAROEN: A STUDY OF SOCIAL MEDIA TOOLS AND SHARING ECONOMY IN THAILAND. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. TANPAT KRAIWANIT, Ph.D., 104 p.**

This objective of research is to study an application using the sharing economy in Thailand using a non-probability sampling method. The data were gathered via online questionnaires for convenience. The sample was comprised of 737 participants, and the data were analyzed through correlation analysis to test the hypotheses. The findings indicated that the amount of savings (per month) were associated with Airbnb, Spinlister, DogVacay, and TaskRabbit with the correlation coefficient (r) equal to .089, .088, .161, and .151, respectively. Factors for information recognition via the social media Twitter were associated with Spotify, Airbnb, Spinlist, DogVacayg, and Task Rabbit with correlation coefficient (r) equal to .242, .174, .112, .137, and .138 respectively. IG relates to Spotify and Spinlist with correlation coefficient (r) equal to .203 and .076 respectively and Youtube were related to Spotify and Airbnb with the correlation coefficient (r) equal to .129 and .110. These results may indicate that most have a relatively low relationship. This suggests that the business model needs much adjustment because there will be more people offering services and all have equal opportunities through social media that is easy and convenient. So, developing relevant laws to be comprehensive and consistent is therefore necessary.

Student's Signature..... Thesis Advisor's Signature.....

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.7 สมมติฐานการวิจัย	4
1.8 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
<b>บทที่ 2</b>	<b>ทบทวนวรรณกรรม</b>
	6
2.1 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)	6
2.2 แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)	11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
2.4 งานวิจัย ในต่างประเทศ	47



## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	
<b>วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>50</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	50
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	52
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	53
<b>บทที่ 4</b>	
<b>ผลการวิจัย</b>	<b>59</b>
4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล	59
4.2 การทดสอบสมมติฐาน	64
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>70</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	70
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	71
5.3 ข้อเสนอแนะ	73
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>74</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>81</b>
<b>ภาคผนวก ก แบบสอบถาม</b>	<b>82</b>
<b>ภาคผนวก ข บทความ</b>	<b>87</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>104</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	The three features of sharing economy firms	16
2.2	แพลตฟอร์ม Sharing Economy	44
4.1	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ	59
4.2	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา	60
4.3	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ	60
4.4	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.5	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามจำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน)	61
4.6	ค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ	62
4.7	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	62
4.8	การใช้บริการแอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	63
4.9	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยประชากรศาสตร์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	64
4.10	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยประชากรศาสตร์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	65
4.11	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	66
4.12	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	67
4.13	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	68
4.14	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน	69

## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	5
2.1	Sharing Economy	12
2.2	การแบ่งปันเศรษฐกิจมากกว่าในอเมริกาเหนือและยุโรป	19
2.3	ระบบนิเวศวิวัฒนาการ	27
2.4	ธุรกิจแบ่งปัน	32
2.5	ลักษณะของธุรกิจแบ่งปัน	33
2.6	ก้าวสู่ยุค Sharing Economy	34
3.1	ลักษณะของกราฟที่ค่า $r = 1, .5, 0, -.5$ และ $-1$	56



## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)
- 2.2 แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 งานวิจัยต่างประเทศ

#### 2.1 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเอาไอทีหรือเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้เราแข่งขันกับชาติต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุคปัจจุบันที่การใช้สมาร์ตโฟนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 3G, 4G ซึ่งใช้งานได้ง่ายกว่า PC มาก ทำให้เกิดการใช้งานในวงกว้าง แม้กระทั่งในคนที่ไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก่อน ซึ่งทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ มากมายในแทบทุกสาขาเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

การใช้ระบบเว็บเบสบนอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยคำนิยามของเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เป็นคำที่กระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาใช้ โดยเน้นให้เห็นว่าระบบเศรษฐกิจยุคใหม่จะต้องพึ่งพาเทคโนโลยีไอทีอย่างมากมายตั้งแต่ระบบการให้บริการออนไลน์ การซื้อขายสินค้าและบริการ การศึกษาแบบทางไกล การ

โอนย้ายสื่อแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ดิจิทัล การให้บริการห้องสมุดดิจิทัล ตลอดจนระบบการพิมพ์หรือการจัดทำเอกสาร ล้วนแล้วแต่เป็นดิจิทัลหมด เรามีกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ทีวีดิจิทัล ของเล่นดิจิทัล ระบบทุกอย่างที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบปนอยู่ด้วย ดังนั้นเศรษฐกิจดิจิทัลจึงเป็นระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ที่ไร้พรมแดนอย่างแท้จริงเครือข่ายคอมพิวเตอร์จะเชื่อมคนทุกคนในโลกให้อยู่บนเครือข่ายเดียวกันสามารถติดต่อสื่อสาร พูดคุยกันผ่านทางเครือข่ายนี้ เป็นสังคมที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีไอทีเป็นสำคัญนั่นเอง ในส่วนของประเทศไทยนั้นจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ปัจจุบันคนใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตเกือบ 1 ใน 3 ของวัน หรือเฉลี่ยวันละประมาณ 7 ชั่วโมง กิจกรรมการใช้งานหลักคือการติดต่อสื่อสารและความบันเทิงรวมถึงการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ แม้ว่าสัดส่วนการใช้งานอาจไม่ได้สูงมาก แต่ก็มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วในอนาคตข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคที่มีความมั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น โดยตลาดอีคอมเมิร์ซปี 2557 มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอันเนื่องจากการพัฒนาของเครือข่ายโทรคมนาคมที่ทำให้อินเทอร์เน็ตเข้าสู่ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น และจะทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นช่องทางหลักในการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการในปัจจุบัน (ฉกฤษ เสวตนันท์, 2557)

#### วิวัฒนาการของเศรษฐกิจดิจิทัล

เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ไม่ใช่แนวคิดใหม่ แนวคิดดังกล่าวมีการกล่าวถึงครั้งแรกในกลางยุค 90 โดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกัน Tapscott เป็นผู้เขียนหนังสือเรื่อง “เศรษฐกิจดิจิทัล” ตีพิมพ์สู่สาธารณะเป็นครั้งแรก ซึ่งยุค 90 ถือเป็นยุครุ่งเรืองของ “เทคโนโลยีดิจิทัล” ได้มีแนวคิดทฤษฎีของนักวิจัยและนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านออกมามากมาย ส่งผลให้นักลงทุนหันมาตื่นตัวในการลงทุนด้านธุรกิจอินเทอร์เน็ต จนทำให้ตลาดหุ้น Nasdaq ในอเมริกาขณะนั้นพุ่งสูงขึ้นไปถึง 5,000 กว่าจุด ขณะเดียวกันอเมริกาก็มีการประกาศนโยบายสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล แนวใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี ค.ศ. 1990 – ปี ค.ศ. 2000 อุตสาหกรรมสารสนเทศของอเมริกาเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 6.47 (อัตราการขยายตัวมากกว่า GDP ของประเทศถึง 2 เท่า) แต่ต่อมาในปี ค.ศ. 2001 เศรษฐกิจดิจิทัลเกิดปรากฏการณ์ฟองสบู่ กิจการหลายรายต้องปิดตัวลง นักวิจัยหลายท่านให้ความเห็นว่าปรากฏการณ์ฟองสบู่เป็นเพียงหนึ่งในกระบวนการการพัฒนาของเศรษฐกิจดิจิทัล กล่าวคือเป็นช่วงขาลง (Low Tide) เท่านั้น (เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2560)

หลังจากนั้นในปี ค.ศ. 2004 บริษัท Facebook ได้ก่อตั้งขึ้นและใช้ระยะเวลาไม่กี่ปีก็สามารถทำรายได้แซงหน้าบริษัท Google ทำให้เกิดเป็นกระแสที่ทั่วโลกหันมาจับตามองอีกครั้ง ซึ่งในช่วงปี ค.ศ. 2004-2007 อุตสาหกรรมดิจิทัลได้กลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง โดยอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลกเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี จนมาถึงในปี ค.ศ. 2008 ที่เป็นยุควิกฤตการเงินโลก (International Financial Crisis) กิจการยักษ์ใหญ่หลายรายต้องปิดตัวลง แต่บริษัทด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ Apple, Facebook, Google, Amazon, Microsoft กลับแทบไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด รวมถึงบริษัทดิจิทัลในจีนอย่าง Alibaba, Baidu, Weibo ก็ไม่ได้รับผลกระทบเช่นกัน

จากเหตุการณ์วิกฤตการเงินโลกทำให้ทั่วโลก รวมถึงจีน ตระหนักถึงการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ โดยเน้นที่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (New Normal) ซึ่งปัจจุบันจีนกำลังเข้าสู่ยุคการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ New Normal โดยมีเทคโนโลยี Big Data แร่งงานอัจฉริยะ เทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (VR) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2560)

ปัจจุบันคือการขับเคลื่อนไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งหมายถึงระบบเศรษฐกิจที่มีการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจรวมถึงธุรกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมและสารสนเทศ โดยรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศไทยไปสู่ Digital Economy 5 ด้าน ได้แก่ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (2) การสร้างความมั่นคงปลอดภัย และความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการให้บริการ (4) การส่งเสริมและสนับสนุนด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และ (5) การพัฒนาดิจิทัลเพื่อสังคมและทรัพยากรความรู้ ซึ่งในภาพรวมแล้วแนวทางในการขับเคลื่อนไปสู่ Digital Economy ของประเทศไทยนั้นสอดคล้องกับแนวทางสากลที่มีการปฏิบัติในต่างประเทศ หากเพียงแต่ว่าในปัจจุบันยังไม่ได้มีการกำหนดหรือกล่าวถึงในวงกว้างถึงเป้าหมายและการวัดความสำเร็จของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่ Digital Economy

ในต่างประเทศ เช่น ประเทศในยุโรปนั้นได้มีการจัดทำ Digital Economy Scorecard ขึ้นเพื่อเป็นกรอบมาตรฐานสำหรับทุกประเทศในสหภาพยุโรป (European Union) ในการวัดและเปรียบเทียบความก้าวหน้าและความสำเร็จของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไปสู่ยุค Digital Economy แนวคิดนี้คล้ายคลึงกับการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ โดยกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดย Digital Economy

Scorecard ของประเทศในยุโรปจะแสดงถึงระดับความเป็นดิจิทัลของประเทศต่าง ๆ ซึ่งมีการวัดค่าโดยใช้ Digital Economy and Society Index (DESI) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้านหลัก ได้แก่

1) ด้านการเชื่อมต่อ (Connectivity) เป็นการวัดการเข้าถึงและคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานบรอดแบนด์ของประเทศ โดยการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานบรอดแบนด์ที่มีคุณภาพสูงนั้นเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาบริการต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล

2) ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นการวัดทักษะที่จำเป็นในการใช้ประโยชน์จากสังคมดิจิทัล โดยทักษะดังกล่าวหมายรวมทั้ง (1) ทักษะพื้นฐานของบุคคลในการทำงานระบบออนไลน์และการบริโภคสินค้ายุคดิจิทัล และ (2) ทักษะขั้นสูงในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มผลิตผลและสร้างการเจริญเติบโตในระบบเศรษฐกิจ

3) ด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Use of Internet) เป็นการวัดความถี่ของกิจกรรมต่างๆ ของประชาชนบนโลกออนไลน์ ตัวอย่างเช่น ความถี่ในการบริโภคเนื้อหาออนไลน์ (เช่น วิดีโอ เพลง เกมและอื่น ๆ รวมไปถึงกิจกรรมการใช้งาน Social Media หรือการซื้อขายออนไลน์ และการธนาคาร

4) ด้านการผนวกเทคโนโลยีดิจิทัล (Integration of Digital Technology) เป็นการวัดความเป็นดิจิทัลของรัฐกิจและการใช้ประโยชน์จากช่องทางขายสินค้าออนไลน์ เช่น การใช้งานระบบ Ecommerce การใช้งานระบบ Cloud การขายของออนไลน์ของ SME เป็นต้น

5) ด้านบริการดิจิทัลสาธารณะ (Digital Public Service) เป็นการวัดความเป็นดิจิทัลของบริการสาธารณะ ได้แก่ e-Government และ e-Health โดยวัดความแพร่หลายในด้านต่าง ๆ เช่น การใช้แบบฟอร์มและการเก็บข้อมูลออนไลน์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบออนไลน์ เป็นต้น

แนวคิดในการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับยุค Digital Economy แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ (ไววิทย์ ยอดประสิทธิ์, 2557)

1) Digital Commerce ในอดีตมักกล่าวถึง E-Commerce แต่ในยุคปัจจุบันตลาดการค้าดิจิทัลได้แตกแขนงไปสู่ Mobile-Commerce และ Social Commerce ที่ขายของผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ หรือการค้าบนระบบดิจิทัลที่กระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจได้รวดเร็ว

2) Digital Transformation คือ การนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจนอกเหนือจากการค้า แต่เป็นเรื่องของประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ และขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการทำงาน ลดต้นทุน เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

3) Digital Consumption คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นช่องทางการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการที่มีอยู่เดิม และการใช้เทคโนโลยี Digital มาประยุกต์เพื่อให้ได้ ประสิทธิภาพในการทำธุรกิจต่าง ๆ

นอกจากนี้เพื่อรองรับกับเทคโนโลยีที่จะเกิดใหม่ และเพื่อก้าวให้ทันกับยุคไอทีในการ ให้บริการและถ่ายทอดความรู้สู่ภาคประชาชนอย่างทั่วถึง จึงควรให้ความสำคัญและตั้งเป้าที่จะ ปฏิรูปประเทศสู่เศรษฐกิจเชิง Digital อย่างจริงจัง เพื่อให้มีการขนส่งข้อมูลจำนวนมากโดยสื่อสาร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงเชื่อมต่อกันทั่วทุกพื้นที่ด้วยความ รวดเร็ว และการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนจะสามารถลดช่องว่างเชิง Digital ลดต้นทุนที่เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่ง ที่ทำให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงไอทีได้ และลด ความซ้ำซ้อนในการสร้างเครือข่ายของหน่วยภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยได้ เครือข่ายที่มีคุณภาพและประหยัดการลงทุนสูงสุดเมื่อเข้าสู่ระบบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ เออีซี (ไวยวิทย์ ยอดประสิทธิ์, 2558)

คุณสมบัติและลักษณะเด่นของเศรษฐกิจเชิงดิจิทัลประกอบด้วย

การติดต่อสื่อสารสามารถทำงานร่วมกันได้จากทุก ๆ ที่ในโลกปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นทีวีไป จนถึงโทรศัพท์ และอุปกรณ์ที่เป็นระบบบนานาล็อกต่าง ๆ ถูกรวมเข้าในรูปแบบดิจิทัลทำให้ กระบวนการทางธุรกิจมีความรวดเร็วขึ้นตลาดในสถานที่จริงได้ถูกแทนที่ด้วยตลาดบนอินเทอร์เน็ต องค์กรจำนวนมากกำลังพยายามเปลี่ยนสถานะตัวเองให้เป็นดิจิทัลเต็มรูปแบบดิจิทัลออกแกนใน เซชัน เป็นรูปแบบการจัดการองค์การสมัยใหม่โดยใช้ระบบดิจิทัลในการเพิ่มผลผลิตและเพิ่ม ประสิทธิภาพให้กับองค์กร และช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การนำระบบคอมพิวเตอร์มาในงานโรงพยาบาลอย่างเต็ม รูปแบบ ยกตัวอย่าง โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ที่ได้นำระบบ และระบบคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการ ยืนยันตัวตนผู้ป่วยที่พักรักษาตัวอยู่ภายในโรงพยาบาล เพื่อป้องกันการผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นใน การระบุตัวของผู้ป่วย ทำให้ระบุผลการตรวจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งยังเป็นการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการตรวจรักษา ทางโรงพยาบาลได้นำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ โรคของแพทย์และ แพทย์สามารถค้นหาประวัติผู้ป่วยได้อย่างรวดเร็วและสามารถดูประวัติการรักษา ผู้ป่วยในอดีตได้ การเป็น Digital Economy ทำให้เกิดสิ่งต่อไปนี้ (วรากรณ์ สามโกเศศ, 2557)



- 1) การลดต่ำลงของต้นทุนในการประกอบการไม่ว่าในด้านการผลิต ด้านการขาย (ลองจินตนาการสังคมที่ไม่มีอีเมลล์ ไม่มีโทรศัพท์มือถือ ไม่มี Conference Call ดูว่าจะมีใส่หุ้ยหรือ Transaction Cost ในการดำเนินการสูงเพียงใด)
- 2) อำนวนยให้เกิดการต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่่ออกสู่ตลาดเพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น การได้รับข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่าง ๆ จากแหล่งอื่น ๆ ทั่ว โลกเพื่อนำมาช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ฯลฯ
- 3) การขยายตัวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นของ E-Commerce ท่ามกลางสภาวะการณ์ที่ต้นทุนในการดำเนินการลดต่ำลง เช่น การขายของทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องมีร้านค้า ความสะดวกของผู้ซื้อที่ไม่ต้องเดินทางไปหาซื้อของ เกษตรกรเปิด Application และรู้ได้ทันทีจากตำแหน่ง GPS ที่ตนอยู่ว่าในพื้นที่นั้นในปีนั้นควรปลูกพืชอะไร ฯลฯ
- 4) ขยายการจ้างงานและสร้างการจ้างงานในลักษณะใหม่ ๆ อันเป็นผลจากการเกิดสินค้าการตลาดและรูปแบบการค้าขายใหม่ เช่น นักกลยุทธ์การตลาดทาง Social Media ที่ปรึกษา E-commerce นักโฆษณาสินค้าทาง Social Media ฯลฯ
- 5) อำนวนยให้เกิดการลงทุนธุรกิจข้ามพรมแดนมากขึ้น เช่น การจองโรงแรมและทริปท่องเที่ยว การลงทุนซื้อหุ้นต่างประเทศ การค้าขายเงินตราต่างประเทศ ฯลฯ
- 6) สนับสนุนการเรียนรู้ของประชาชนซึ่งช่วยส่งเสริมคุณภาพของมนุษย์และแรงงาน เช่น การเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต/E-Learning ฯลฯ

ประการสำคัญ Digital Economy อำนวนยให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาคต่าง ๆ มีมูลค่าสูงยิ่งขึ้นและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังสนับสนุนความแข็งแกร่งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดอันเนื่องมาจาก การมีข่าวสารข้อมูลที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

## 2.2 แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

Sharing Economy คือรูปแบบเศรษฐกิจที่ใครมีอะไรก็เอาออกมาแชร์ในรูปแบบการเช่า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินทรัพย์ การเกิดขึ้นของรูปแบบเศรษฐกิจนี้ เป็นผลพวงมาจากการมีอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงกันได้ง่ายขึ้น โดยมีแพลตฟอร์มเป็นตัวกลางในการเป็น Market Share การที่หีบยกอะไรซักอย่างมาแบ่งปันกันแบบคิดเงินนี้ บางทีก็เรียกว่าเป็นตลาดการเช่าแบบ Peer-to-Peer (ปรีชา อัสวโกสินชัย, 2560)



รูปที่ 2.1 Sharing Economy

ที่มา: ฐากร ปิยะพันธ์, 2561

Sharing Economy หรือ Gig Economy เป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน โดยได้รับการกล่าวถึงครั้งแรกตั้งแต่ปี 1978 ในบทความเชิงวิชาการเรื่อง “Community Structure and Collaborative Consumption” โดย Felton and Spaeth (1978) ซึ่งทั้งคู่เป็นนักสังคมศาสตร์ประจำมหาวิทยาลัย Illinois at Urbana-Champaign ในปัจจุบันแนวคิดนี้สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างรายได้ที่มาจากการแลกเปลี่ยนการบริโภคสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจจากทรัพยากรที่ไม่ได้ใช้แล้วระหว่างบุคคลและกลุ่มคนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มรูปแบบต่าง ๆ โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับมากขึ้นมาจาก 2 ปัจจัย คือ

1) สภาพเศรษฐกิจที่อ่อนแอภายหลังจากวิกฤตการเงินโลกในปี 2008 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียอดการว่างงานสูง

2) การเข้าถึงข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์และการประมวลผลแบบ Cloud Computing ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจสามารถใช้เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลในการจับคู่ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถจัดสรรช่วงเวลาเพื่อแบ่งปันสินค้าหรือการบริการนั้น ๆ ขณะที่ผู้บริโภคก็สามารถเลือกและเข้าถึงสินค้าหรือการบริการดังกล่าวโดยไม่จำเป็นต้องเสียเงินซื้อมาเป็นเจ้าของ เช่น รถยนต์ ที่อยู่อาศัย จักรยาน หรือเครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น ตัวอย่างของธุรกิจยอดฮิตในแบบ Sharing Economy ที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดได้แก่ Airbnb และ Uber โดย Airbnb เป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการที่ก่อตั้งขึ้นมาในปี 2008 และให้บริการที่พักในหลายรูปแบบ ตั้งแต่ห้องพักเดี่ยวสำหรับ 1 คืน ที่พักในปราสาทสำหรับ 1 สัปดาห์

หรือที่พักในวิลล่าสำหรับ 1 เดือน ปัจจุบันมีเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมถึง 34,000 เมือง ใน 191 ประเทศ (กันทิมา วงศ์สถาปัตย์, 2558)

ในประเทศไทยเศรษฐกิจแบ่งปัน หรือ Sharing Economy ก็ได้มีการใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ แอปพลิเคชันที่รู้จักกันโดยทั่วไปมีทั้งเกี่ยวกับการเดินทางอย่าง Uber, Grab Taxi, Lyft หรือ All Thai Taxi เกี่ยวกับที่พักมี Airbnb, HomeAway, VRBO, Homestay, LoveHomeSwap ฯลฯ

นอกจากนี้ Uber ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาในปีเดียวกัน ก็นับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมขนส่งและคมนาคม โดยปัจจุบันให้บริการใน 494 เมืองทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย สังคมนิยมอย่างจีน ซึ่งเมื่อเร็ว ๆ นี้ Didi Chuxing ธุรกิจร่วมโดยสารสัญชาติจีนได้ควบรวมกิจการโดยเข้าซื้อธุรกิจ Uber ในจีนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ด้วยวงเงิน 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากตัวอย่างข้างต้นสะท้อนได้ว่า Sharing Economy ได้กลายเป็นกระแสนิยมไปทั่วโลก โดยความสำเร็จและอิทธิพลของธุรกิจดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงการบริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนไป จากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในการประเมินสินค้าและบริการรวมถึงความคุ้มค่าในเรื่องของเวลาซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในด้านต่าง ๆ จากการซื้อสินค้าและบริการนั้น (กันทิมา วงศ์สถาปัตย์, 2558)

ปรากฏการณ์เศรษฐกิจแบ่งปันได้รับการพิสูจน์แล้วว่าเป็นมากกว่าแนวโน้มสำคัญที่สามารถพลิกฟื้นการแข่งขันทางธุรกิจทั่วโลกได้ ภายใต้องค์กรที่มีหลากหลายรูปแบบได้มีการพัฒนาตามกรอบแนวคิดการแบ่งปันสินทรัพย์ที่อาจมองว่าเป็นไม่มีราคามากมายนัก ทำให้มีคุณภาพและสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ การทำธุรกิจแพลตฟอร์มบนอินเทอร์เน็ตได้เติบโตในภาคอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันและในระดับสากล (Belk, 2014; Möhlmann, 2015) นอกจากนี้ยังเพิ่มขีดความสามารถในการยกระดับขนาดธุรกิจให้ใหญ่ขึ้น และจำนวนเงินทุนมากขึ้นเป็นเงาตามตัวอีกด้วย การขยายตัวในระดับสากลที่น่าสนใจโดยใช้แพลตฟอร์มเสมือนจริงเพื่อเชื่อมต่อผู้ใช้ได้อย่างสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ บริษัทเหล่านี้ประสบความสำเร็จได้รับการยอมรับทั่วโลกในพื้นที่ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันกับธุรกิจในระดับท้องถิ่นและหน่วยงานกำกับดูแล (Alcácer, Cantwell, & Piscitello, 2016; Brouters, Geisse, & Rothlauf, 2016; Gawer & Cusumano, 2014) วิธีการที่องค์กรเศรษฐกิจแบ่งปันกำหนดและดำเนินการให้เป็นสากลและมีกลยุทธ์ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการปรับตัวภายในและพลวัตการแข่งขัน การศึกษาก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นถึงธรรมชาติและกระบวนการที่เป็นสากลซึ่งแตกต่างจากข้อเสนอเชิงทฤษฎีทางธุรกิจระหว่างประเทศในปัจจุบัน (International Business: IB) และชี้ให้เห็นโอกาสในการออกแบบการวิจัยในอนาคต จากแนวทางของระบบนิเวศ

ทางธุรกิจคำว่า “เศรษฐกิจแบ่งปัน” ที่ได้รับความนิยมนั้นถูกนำมาใช้บ่อย ๆ เพื่ออธิบายองค์กรต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงผู้ใช้/ผู้เช่าและเจ้าของ/ผู้ให้บริการผ่าน Consumer-to-Consumer (C2C) เช่น Uber, Airbnb หรือแพลตฟอร์มแบบธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) ในราคาที่ไม่สูงมากนัก การเช่าทำให้มีความยืดหยุ่นทางสังคมมากขึ้น

คำศัพท์เกี่ยวกับเศรษฐกิจแบ่งปัน สามารถอธิบายดังนี้ ทางเลือกเน้นเฉพาะอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์ม ใช้เครื่องมือโซเชี่ยลแบบโต้ตอบเป้าหมายที่กำหนด การจัดสรรค่าเช่าจากการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ พิจารณารูปแบบธุรกิจเฉพาะกระบวนการสากลและพลวัต การแข่งขันของบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันที่ใช้ร่วมกัน ทำให้รับทราบว่าการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการดำเนินกลยุทธ์ระดับโลกและการมีปฏิสัมพันธ์กับกฎระเบียบด้านผลิตภัณฑ์/การตลาดของประเทศต่าง ๆ อาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทั้งทางทฤษฎีและนโยบายสาธารณะ แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตสามารถก่อให้เกิดการยอมรับทั่วโลกในทันที ก่อให้เกิดความท้าทายต่อการใช้ทฤษฎีสากลที่อิงกับสินทรัพย์ ทฤษฎีความเป็นเจ้าของสถานที่ กระบวนทัศน์การเรียนรู้ภายใน (Open Learning Initiative: OLI) แนวคิดเชิงลำดับของการใช้มุมมองทรัพยากรทำให้เป็นสากลและอื่น ๆ (Knight & Cavusgil, 2004)

ปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจแบ่งปันจากจุดยืนทางธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นที่วิธีการ การท้าทายสมมติฐานทางทฤษฎีในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญว่า ทฤษฎีที่มีอยู่สามารถขยายออกไปได้อย่างไร และเสนอเส้นทางใหม่สำหรับการวิจัยในอนาคต นอกจากนี้ยังมีหลักฐานว่า องค์กรเศรษฐกิจแบ่งปันที่มีส่วนร่วมในรูปแบบของระบบนิเวศการขยายตัวระหว่างประเทศจะถูกมองว่าเป็นชุมชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงบริษัท รัฐบาลและผู้เล่นรายอื่น ๆ ที่ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันเพื่อประสิทธิภาพและความอยู่รอด (Rong, Hu, Lin, & Shi, 2015)

การสำรวจว่าเศรษฐกิจแบ่งปันสามารถสร้างมูลค่าที่เหมาะสมทั้งในและต่างประเทศ และจัดการกับคู่แข่งระหว่างประเทศ โดยเน้นตั้งแต่แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมไปสู่การจัดการสินทรัพย์ที่มีตัวตนเนื่องจากสินทรัพย์ที่มีการซื้อขายซึ่งไม่ได้อยู่ในระบบสามารถทำให้เป็นสากลได้เร็วขึ้นโดยอาศัยผู้ให้บริการในท้องถิ่น สำหรับการปรับตัวทางธุรกิจโดยมุ่งเน้นไปที่การรวมการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การสำรวจว่าองค์กรและกฎระเบียบต่าง ๆ ในบริบทของเศรษฐกิจแบ่งปันที่มีอิทธิพลต่อการเป็นสากล นอกจากนี้ยังจัดทำกรอบเพื่อให้บริการเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการวิจัยในอนาคตเพื่อขยายทฤษฎี IB โดยใช้ปรากฏการณ์เศรษฐกิจแบ่งปัน

ในทางตรงกันข้ามกับรูปแบบ B2C แบบดั้งเดิม การแข่งขันเศรษฐกิจสามารถอยู่ในรูปแบบของธุรกิจแพลตฟอร์มที่หลากหลาย (Eisenmann, Parker, & Van Alstyne, 2011) อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นจุดเริ่มต้นในการอนุญาตผู้ให้บริการที่แตกต่างกันเช่าทรัพย์สินและค้นหาทางเลือกอื่นแทนความเป็นเจ้าของ ดังนั้นการแข่งขันแพลตฟอร์มเศรษฐกิจจึงเป็นไปเกินจากความคิดตามลำดับของห่วงโซ่คุณค่า

การเตรียมการร่วมกันระหว่างผู้ผลิต ผู้สนับสนุนและผู้ใช้ เมื่อบทบาทของผู้ผลิตและลูกค้าไม่ชัดเจน และระบบนิเวศทางเศรษฐกิจถูกสร้างขึ้นบนเครือข่ายของผู้ใช้ในตลาดทั่วโลก เศรษฐกิจแบ่งปันจะขยายตัวในระดับสากลผ่านตลาดที่การแข่งขันที่รุนแรง แวดล้อมด้วยความแตกต่างทางวัฒนธรรมหรือเศรษฐกิจ ซึ่งเหล่านี้พึ่งพาการสนับสนุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมทางความสำเร็จจากปรากฏการณ์เศรษฐกิจแบ่งปัน การเข้าถึงผู้ใช้ทั่วโลกจำนวนมากและขยายไปสู่ต่างประเทศอย่างรวดเร็วและถึงแม้จะมีการนำแพลตฟอร์มเหล่านี้ไปใช้ทั่วโลก แต่เศรษฐกิจแบ่งปันได้เผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นและธุรกิจในท้องถิ่น ส่วนแบ่งที่เกิดขึ้นใหม่ ความร้อนแรงและพลวัตการแข่งขันเหล่านี้ ทำให้การพัฒนาทางทฤษฎีใหม่จากมุมมองของธุรกิจระหว่างประเทศเกี่ยวกับลักษณะของเศรษฐกิจแบ่งปันและความแตกต่างจากรูปแบบธุรกิจอื่น ๆ ทฤษฎีธุรกิจระหว่างประเทศในปัจจุบันจะช่วยให้เข้าใจปรากฏการณ์กระบวนการแลกเปลี่ยนความเป็นสากลของเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งให้เห็นว่าทฤษฎี IB ในปัจจุบันสามารถขยายได้โดยการศึกษาของบริษัทเหล่านี้

มุมมองเกี่ยวกับปรากฏการณ์เศรษฐกิจแบ่งปันที่ลูกค้ามีความต้องการการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและยั่งยืน การบูรณาการที่มากขึ้นแทนที่จะเป็นมาตรฐานเดียวกันของสินค้าและบริการ นอกจากนี้เหตุการณ์สำคัญทำให้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็วและการยอมรับสิ่งที่เรียกว่า “การแข่งขันทางเศรษฐกิจ” โดยปัจจัยต่าง ๆ เช่นความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพา ความพอเพียงของสินค้าและบริการ การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่นำไปสู่อัตราการว่างงานที่สูงขึ้น ดึงดูดผู้บริโภคให้ทำธุรกรรมที่ช่วยให้พวกเขาเข้าถึงได้ง่ายขึ้นและสร้างผลกำไรจากสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ จากการแข่งขันทางเศรษฐกิจทั่วโลก เช่น Uber, Airbnb, Lyft และ WeWork และได้รับผลลัพธ์ที่น่าประทับใจทั้งในและต่างประเทศ องค์กรที่แสวงหาผลกำไรที่ดำเนินการแข่งขันอย่างรุนแรงเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดที่เข้าร่วมกันสามารถมองได้ว่าเป็นตัวอย่างของระบบทุนนิยมแพลตฟอร์มซึ่งประกอบด้วย บริษัทตัวกลางอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลและการประสานงานการตลาดเพื่อให้ค่าเช่าที่เหมาะสมจากการทำธุรกรรมลูกค้า (Langley & Leyshon, 2016; Sundararajan, 2016) นอกจากนี้จะมีส่วนร่วมกับเศรษฐกิจ

แบ่งปัน แต่ยังคงสัมผัสกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแบบใหม่ แต่ส่วนใหญ่เพื่อหลีกเลี่ยงการเป็นหนี้สินก่อนโต กับความเป็นเจ้าของและใช้ประโยชน์จากต้นทุนที่ลดลงจากการเช่า (Eckhardt & Bardhi, 2015) แม้จะมีการถกเถียงกันอย่างมากมายที่เกี่ยวกับคำศัพท์ทางเศรษฐกิจ แต่ก็มีการเพิ่มคำนิยามของพจนานุกรมภาษาอังกฤษออกฟอร์ดในปี 2558 ดังต่อไปนี้ “ระบบเศรษฐกิจที่สินทรัพย์หรือบริการมีการใช้งานร่วมกันระหว่างบุคคลส่วนตัว ไม่ว่าจะฟรีหรือเสียค่าธรรมเนียมก็ตาม” คำจำกัดความนี้เน้นคุณลักษณะที่สำคัญสองประการที่ใช้ในการศึกษานี้เพื่ออธิบายลักษณะของการใช้เศรษฐกิจแบ่งปันร่วมกัน

ตารางที่ 2.1 The three features of sharing economy firms

Characteristic of sharing economy	Uber	Airbnb	Zipcar	Netflix	eBay	Kickstarter
The business focuses on unlocking the value of unused or underutilized assets.	Yes	Yes	Yes	No	Yes	No
Consumers pay for temporary access instead of ownership using an internet based platform.	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
It relies on C2C interactions and network effects for growth.	Yes	Yes	No	No	Yes	Yes

ที่มา: Parente, Geleilate, & Rong, 2018, p.54

- 1) สินทรัพย์หรือบริการมีการใช้ร่วมกันระหว่างบุคคลโดยมีค่าธรรมเนียม และ
- 2) การทำธุรกรรมเป็นสื่อกลางผ่านทางอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเศรษฐกิจการ

แบ่งปันที่ใกล้เคียงกับคำนิยามของ Oxford Dictionary เนื่องจากวัตถุประสงค์คือการสำรวจความเป็นเอกลักษณ์คุณสมบัติของแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตที่ใช้ร่วมกันแบบ C2C ซึ่งยังไม่ได้รับการสำรวจในวรรณกรรม ดังนั้นในแนวความคิดจึงเน้นว่าในเศรษฐกิจการแบ่งปันสินทรัพย์ที่ทำธุรกรรมระหว่างผู้ใช้/ผู้จัดหานั้นมีไว้สำหรับการใช้งานชั่วคราว โดยรวมแล้วกำหนดขอบเขตของรูปแบบธุรกิจการแบ่งปันเศรษฐกิจดังต่อไปนี้

(1) ธุรกิจมุ่งเน้นไปที่การทำให้มูลค่าของที่ไม่ได้ใช้หรือสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้งานอย่างเต็มที่ให้มีมูลค่ามากขึ้น

(2) ผู้บริโภคสามารถชำระเงินค่าเช่าเพื่อการเข้าถึงชั่วคราวแทนการเป็นเจ้าของโดยใช้แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต และ

(3) อาศัยเกี่ยวกับผลกระทบของเครือข่ายและการโต้ตอบทางสังคมระหว่างผู้ใช้/ผู้ให้บริการเพื่อการเจริญเติบโตของการบริการ

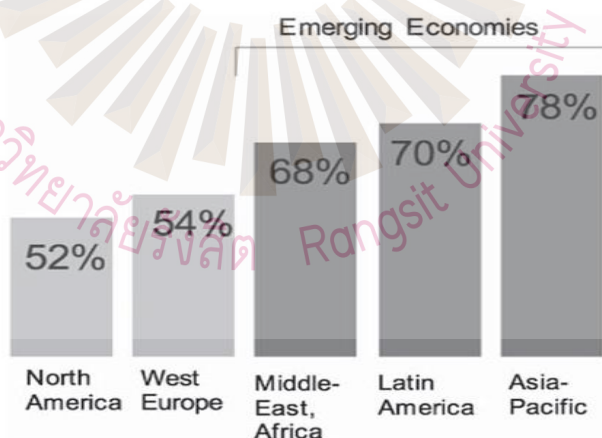
อย่างไรก็ตามจากการวิจัยขั้นต้นเกี่ยวกับเศรษฐกิจแบ่งปันนั้น มักจะใช้วิธีที่กว้างมากเกี่ยวกับธุรกิจที่อิงกับการแบ่งปันแบบองค์กรรวม อาจรวมถึงการแข่งขันการใช้คำว่า “การแบ่งปัน” และการแนะนำคำศัพท์ที่ครอบคลุม เช่น “การเข้าถึงเศรษฐกิจการบริโภคแบบร่วมมือกัน” และ “บริการตามความต้องการ” (Belk, 2014; Botsman & Rogers, 2010; Rauch & Schleicher, 2015) ตัวอย่างเช่น การเข้าถึงบนโลกไซเบอร์นั้นประกอบไปด้วยธุรกิจ B2C เช่น Zipcar และ WeWork ซึ่งได้พัฒนารูปแบบธุรกิจที่สินทรัพย์ของบริษัท และจะถูกเช่าชั่วคราวให้กับลูกค้าที่มีส่วนร่วมในธุรกิจการบำรุงรักษาและใช้แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตที่ให้ความยืดหยุ่นมากกว่าข้อกำหนดการเช่า ไม่รวมแพลตฟอร์มการระดมทุนจากฝูงชน Crowd Funding แม้ว่าบางครั้งจะถูกเรียกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจแบ่งปันเพราะไม่ได้ให้สิทธิ์ชั่วคราวการเข้าถึงผู้ใช้และไม่อนุญาตให้มีการจัดสรรค่าเช่าจากทรัพย์สินที่ต่ำกว่ามาตรฐาน

สรุปความแตกต่างที่โดดเด่นแพลตฟอร์มบนอินเทอร์เน็ตและบริษัทผู้ให้บริการเช่าเหมาะสมกับประเภทของเศรษฐกิจแบ่งปัน เศรษฐกิจแบ่งปันในบริบทของการศึกษานี้ก็เป็นแพลตฟอร์ม C2C บนอินเทอร์เน็ต สิ่งสำคัญคือการเน้นว่าความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การโต้ตอบทางสังคมและผลกระทบของเครือข่าย อย่างไรก็ตามแนวคิดของแพลตฟอร์มธุรกิจได้รับการตรวจสอบอย่างกว้างขวางภายใต้มุมมองการจัดการทางเศรษฐกิจและการปฏิบัติการ (Eisenmann et al., 2011) โดยขึ้นอยู่กับบรรจบกันของผลิตภัณฑ์บริการหรือเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น โดยบริษัทอิสระหลายแห่งหรือตลาดที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางและประมวลผลธุรกรรมระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการ (เช่น ระบบปฏิบัติการ Windows, Linux, iTunes, Android ฯลฯ) การแบ่งปันทางเศรษฐกิจทำหน้าที่เชื่อมต่อกับกลุ่มผู้ใช้ต่าง ๆ ที่โต้ตอบผ่านตลาดเสมือนจริงตามกฎบางอย่างและแนวทาง (Gawer & Cusumano, 2014) คุณสมบัติที่สำคัญอย่างหนึ่งของแพลตฟอร์มบนอินเทอร์เน็ต คือ การลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการจับคู่ความต้องการของลูกค้ากับผู้ให้บริการที่มีศักยภาพ ในกรณีเศรษฐกิจแบ่งปันเหล่านี้เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เน้นข้อมูลขับเคลื่อนเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนการค้นหาและข้อมูลของผู้ใช้โดยการเพิ่มขึ้นความสามารถในการตรวจสอบธุรกรรม (เช่น การติดตามด้วย GPS) และประเมินความเสี่ยงอื่น ๆ (เช่น ลูกค้า/ผู้ให้บริการ) ในขณะที่เดียวกันก็อนุญาตให้ทำสัญญาระยะสั้นได้ สิ่งนี้เป็นไปได้เนื่องจากการปรับปรุงทางเทคโนโลยีเท่านั้นที่ช่วยให้ผู้บริโภคและผู้ให้บริการสามารถพบปะและสื่อสารในตลาดเสมือนจริงดังนั้นในทางตรงกันข้ามกับบริษัทดั้งเดิมที่

มุ่งเน้นการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง การตั้งค่าของตลาดเศรษฐกิจแบ่งปันมุ่งเน้นความพยายามในการจัดหาตลาดเสมือนที่มีประสิทธิภาพและสะดวกสบายในการเชื่อมต่อผู้ใช้กับผู้ให้บริการช่วยให้สามารถจับคู่ตามเวลาสถานที่และสามารถปรับเปลี่ยนสัญญาบริษัทเหล่านี้ตามความต้องการ และใช้ประโยชน์จากเรื่องดังกล่าวเพื่อการเติบโต เนื่องจากผู้ใช้งานทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานใช้แพลตฟอร์มดังนั้นการแชร์แพลตฟอร์มเศรษฐกิจจะช่วยประหยัดมูลค่า โดยการคิดค่าธรรมเนียมสำหรับการทำธุรกรรมแต่ละครั้งผ่านแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับค่าธรรมเนียมและการมีส่วนร่วมที่ประสบความสำเร็จ (Hagiu & Altman, 2017) เมื่อเจ้าของสินทรัพย์และผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นทำให้ทรัพยากรพร้อมใช้งานบนแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจึงถูกดึงดูดตามการลดราคาและตัวเลือกการปรับแต่งที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการแบ่งปันแพลตฟอร์มเศรษฐกิจจึงได้รับอิทธิพลอย่างมากจากผลกระทบของเครือข่ายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการเพิ่มขึ้นเมื่อผู้ใช้ใช้แพลตฟอร์มและขยายเครือข่ายมากขึ้น (Gawer & Cusumano, 2014) แพลตฟอร์มเหล่านี้เป็น “เปิด” ที่ด้านอุปทานซึ่งหมายความว่าเมื่ออุปสรรคลดลงสำหรับซัพพลายเออร์ที่จะเข้าร่วม (เช่น มีข้อจำกัดเล็กน้อยเกี่ยวกับมาตรฐานทางเทคนิค) และทางเลือกที่มากขึ้นสำหรับผู้ใช้ในการปรับแต่งบริการตามความต้องการของพวกเขา โดยมุ่งเน้นที่การเป็นเจ้าของแพลตฟอร์มเสมือนของการแบ่งปันทางเศรษฐกิจ ความสามารถหลักขึ้นอยู่กับตัวกลางดิจิทัลของห่วงโซ่คุณค่า บริษัทเหล่านี้มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการตลาดและการดำเนินงานประสิทธิภาพบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลที่เหนือกว่า เนื่องจากสินทรัพย์ที่ทำธุรกรรมไม่ได้ถูกทำให้เป็นระบบ รูปแบบธุรกิจนี้ทำให้การแบ่งปันโครงสร้างองค์กรของเศรษฐกิจที่เรียบง่าย ส่วนใหญ่แบ่งออกเป็นแพลตฟอร์มเทคโนโลยีการดำเนินการตลาดและลูกค้าบริการ (บริการด้านกฎหมายซึ่งเป็นกิจกรรมเสริมที่สำคัญบางครั้งจะถูกทำให้เป็นแบบภายใน) ตัวอย่างเช่น Uber ซึ่งดำเนินงานมากกว่านี้กว่า 60 ประเทศ และมีรายได้รวมกว่า 1.5 พันล้านดอลลาร์ ในปี 2558 การดำเนินการประสานงานทั้งหมด เช่น การพัฒนาซอฟต์แวร์ปัญหาด้านการตลาดและกฎหมายจากสำนักงานใหญ่ซานฟรานซิสโก ในกรณีของ Airbnb มีการสร้างมูลค่าและยึดตามความสามารถในการเข้าถึงจัดเก็บและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดหาที่พักให้แก่ผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกันก็ให้บริการในระดับโลก ด้วยข้อดีหลักของการขยายตัวของบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันระหว่างประเทศคือการขาดโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีขาดการเสริมผู้ให้บริการสินทรัพย์ และกฎระเบียบท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศนี้ เศรษฐกิจแบ่งปันจำเป็นต้องมีความระมัดระวังในการจัดการพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับผู้ให้บริการสินทรัพย์เสริมเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าสู่ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน (Parente et al., 2018, p. 52-64) ความร่วมมือของ Uber กับผู้ให้บริการสินทรัพย์เสริม เช่น เฮิร์ดซ์ และโตโยต้าเพื่อกระตุ้นให้ผู้ขับขี่เช่าหรือเช่ารถยนต์ใหม่ เป็นตัวอย่างพฤติกรรมเชิงกลยุทธ์นี้ ยิ่งกว่านั้นแม้ว่าบริษัทเหล่านี้



จะเริ่มค้นได้ง่ายขึ้นการดำเนินงานในต่างประเทศเมื่อเทียบกับคู่แข่งจากรูปแบบธุรกิจดั้งเดิมที่ต้องดิ้นรนกับระบบการกำกับดูแลในท้องถิ่นและแพลตฟอร์มเศรษฐกิจร่วมกันที่เกิดขึ้นใหม่ในท้องถิ่น คำถามเกี่ยวกับหนี้สินการคุ้มครองผู้บริโภค และสภาพการจ้างงาน ได้กระตุ้นให้เกิดการถกเถียงและการแข่งขันระหว่างสถาบันกำกับดูแลและการแบ่งปันระบบเศรษฐกิจแวดล้อม จนถึงตอนนี้แม้ว่าบริษัทเศรษฐกิจที่ใช้งานร่วมกันจะต้องสูญเสียการต่อสู้ทางกฎหมายเพื่อให้ธุรกิจเป็นปกติ ในบางประเทศประสบความสำเร็จขณะที่ประเทศส่วนใหญ่จะเป็นเพียงเรื่องของเวลาจนกว่าสถานที่ที่ถูกปิดกั้นในปัจจุบันจะเปิดซึ่งอาจอยู่ภายใต้กฎที่เข้มงวด รูปแบบสากลของเศรษฐกิจแบ่งปันนั้นบริษัทจะต้องสู้กับผู้เล่นในท้องถิ่น โดยผู้กำกับดูแลเปิดเผยว่ากลยุทธ์การขยายตัวนั้นให้ความสำคัญกับส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง แม้จะมีปัญหาในท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการตอบโต้การแข่งขันและการบังคับใช้กฎระเบียบ นั่นเป็นเพราะความสำเร็จของรูปแบบธุรกิจบนแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับการยอมรับของผู้ใช้อย่างกว้างขวางซึ่งถูกยกระดับ ตัวอย่างเช่น Uber ประกอบไปด้วยการออกแบบมากมาย และความสนใจตอบสนองความกระตือรือร้นของผู้บริโภคซึ่งในทางกลับกันจะช่วยบริษัททำให้การดำเนินงานเป็นปกติ (Abboud & Wagstaff, 2015) รายงานล่าสุด (รูปที่ 2.2) แสดงให้เห็นว่าผู้คนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและละตินอเมริกามีความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมมากขึ้นในการแบ่งปันเศรษฐกิจมากกว่าในอเมริกาเหนือและยุโรป (Nielsen, 2014)



รูปที่ 2.2 การแบ่งปันเศรษฐกิจมากกว่าในอเมริกาเหนือและยุโรป

ที่มา: Nielsen, 2014

เศรษฐกิจแบ่งปันในตลาดเกิดใหม่นั้น เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคในเรื่องมูลค่าเพิ่มที่มากขึ้นเมื่อจัดการกับความโปร่งใสมากขึ้น การทำธุรกรรมที่เป็นธรรม เช่น Ozimek (2014) ซึ่งให้เห็นว่าเนื่องจากตลาดเกิดใหม่มักมีสถาบันและแหล่งข้อมูลช่องว่างและระบบราชการระดับสูงและ

การทำต้นทุนธุรกิจการแบ่งปันบริการทางเศรษฐกิจกลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของแต่ละบุคคล ผู้ให้บริการและกลายเป็นถูกต้องตามกฎหมายในตลาด แม้จะมีความต้านทานและการตอบโต้จากบริษัทที่มีหน้าที่และรัฐบาลท้องถิ่น บริษัทในเศรษฐกิจแบ่งปันในตลาดเกิดใหม่ที่ได้รับการนิยมนิยม และได้รับการสนับสนุนอย่างมากบริษัทต่าง ๆ เช่น Go-Jek ของอินโดนีเซียเป็นบริการเหมือนUber สำหรับจักรยานยนต์ Airbnb เป็นเจ้าของกิจการจากสลัมในริโอเดอจาเนโรและ Prep Class แพลตฟอร์มการศึกษาของไนจีเรีย ด้วยแพลตฟอร์ม Crowd Funding ได้สร้างงานหลายพันตำแหน่ง และก่อให้เกิดการลงทุนใหม่ ๆ ในตลาดเกิดใหม่เหล่านี้ แม้ว่าบริษัทที่ใช้ร่วมกันทางเศรษฐกิจจะกระตุ้นการทำธุรกรรมในตลาดที่มีอิสระกว่า ไม่ได้หมายความว่าทำงานได้เฉพาะในตลาดที่ไม่มี การควบคุม ในประเทศรัฐบาลทั่วโลกได้ใช้กฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในการทำธุรกรรมและการปฏิบัติการบนพื้นฐานที่ใช้ร่วมกัน การแบ่งปันทางเศรษฐกิจอาจใช้ประโยชน์จากความยืดหยุ่นของราคา เมื่อความต้องการสูงและอุปทานอยู่ในระดับต่ำ หน่วยงานกำกับดูแลและการประกันภัยบริษัทต้องเผชิญกับ ปัญหาที่ซับซ้อนในการควบคุมสิทธิ์และหนี้สินของลูกค้าและผู้ให้บริการ กฎระเบียบดังกล่าวเป็น ขั้นตอนสำคัญเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับการแบ่งปันธุรกิจเศรษฐกิจและปกป้องสิทธิ์ของ ผู้บริโภคและพนักงาน/ผู้ให้บริการสภาพการทำงานที่เป็นธรรมบริษัท เศรษฐกิจแบ่งปันผลกระทบ อีกประการหนึ่งที่น่ามาสู่ธุรกิจระดับ โลกคือการเพิ่มการแข่งขันในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์จากประเทศต่าง ๆ มิให้ทำงานอย่างอิสระ ผู้ให้บริการออนไลน์ สามารถติดต่อประเมินและทำสัญญาผ่านการแบ่งปัน แพลตฟอร์มเศรษฐกิจเช่น freelancer.com ดังนั้นการพึ่งพาบริษัทผู้ให้บริการรายย่อยในท้องถิ่น จำนวนมากทำให้บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันกลายเป็นคู่แข่งระดับโลกอย่างรวดเร็ว

ความสำเร็จของเศรษฐกิจแบ่งปันก่อให้เกิดการหยุดชะงักและเพิ่มการแข่งขันใน อุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน การเปลี่ยนธุรกิจดั้งเดิมให้กลายเป็นตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเป็น แพลตฟอร์มที่โดดเด่นที่สุด รูปแบบธุรกิจระหว่างการผลิตธุรกิจ ผู้ประกอบการเหล่านี้สังเกตเห็น ว่าแนวคิดแพลตฟอร์มออนไลน์สามารถนำไปใช้กับธุรกิจอื่นได้ เช่น อสังหาริมทรัพย์ การส่งมอบ บ้านและบริการ โดยทั่วไปบริษัทในและต่างประเทศได้เริ่มปรับกลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดราคาการ ปรับแต่งและความแตกต่างกลุ่ม โรงแรมได้ลงทุนในเครื่องมือค้นหาออนไลน์และการจับคู่ราคาของ ตนเองและพัฒนาแนวคิดใหม่ เช่น CitizenM and Pod Hotel ซึ่งกำหนดเป้าหมายไปยังลูกค้ากลุ่ม เศรษฐกิจแชร์ (Edelman & Geradin, 2016) ระดับโลกอุตสาหกรรมยานยนต์กำลังดำเนินกลยุทธ์ สำคัญเพื่อปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจแบ่งปัน โตโยต้าได้รับชนกลุ่มน้อยให้ถือหุ้นใน Uber และได้ สร้างข้อเสนอแบบลิสซึ่งให้กับผู้ขับขี่ Uber เจนเนอร์มอเตอร์สได้ลงทุนใน Lyft ซึ่งเป็นคู่แข่งหลัก

ของ Uber การอนุญาตให้ผู้ขับขี่เช่ารถยนต์ในอัตราที่ต่ำกว่า โฟล์คสวาเกนเดมเลอร์และ BMW ต่างก็ลงทุนใน บริษัทที่ใช้รถยนต์ร่วมกันเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าบริษัทเหล่านี้กำลังสำรวจโอกาสที่จะร่วมมือกับบริษัทเศรษฐกิจที่ใช้ร่วมกันแทนการแข่งขันโดยตรง โดยคู่ที่การแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงแบบมีส่วนร่วมเหล่านี้สามารถสังเกตได้ว่า บริษัทที่มีหน้าที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่อิงกับการแบ่งปันถูกท้าทายให้ติดตามตัวเลือกเหล่านี้อย่างน้อยหนึ่งอย่าง

1) ทำการแก้ไของค์กรและการดำเนินงานที่สำคัญในเพื่อลดต้นทุน เช่น ในกรณีของแท็กซี่แท็กซี่ท้องถิ่นและเครือโรงแรม

2) ออกแบบใหม่หรือพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่นั้นคือมีความยืดหยุ่นและปรับแต่งได้มากขึ้นหรือได้รับธุรกิจการแบ่งปัน เช่น กรณีการซื้อ Zipcar ของ Avis

3) เข้าร่วมบังคับให้มีการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจและมองหากการทำงานร่วมกัน เช่น ตัวอย่างของผู้ผลิตรถยนต์ กล่าวโดยสรุปว่าเศรษฐกิจแบ่งปันได้รับแรงผลักดันในภาคอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน จะกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์และการเคลื่อนไหวในการแข่งขันโดยบริษัทที่ดำรงตำแหน่งในการแข่งขันระหว่างบริษัทเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเป็นสากลกระบวนการ ตัวอย่างเช่น การที่ Uber ขายธุรกิจของจีนให้กับ Didi พบว่าการเข้ามาซ้ำและขาดการปรับตัวในระบบนิเวศ (Rong et al., 2015) สามารถมีบทบาทสำคัญได้ Didi ได้รับส่วนแบ่งการตลาดอย่างมากจากการได้รับการสนับสนุนจากบริษัทระดับชาติที่มีชื่อเสียงขนาดใหญ่ (เช่น อาลีบาบา และเทนเซ็นต์) ร่วมกับบริษัทรถรับจ้าง (KuaiDi)

บริการชำระเงินและแชทจากแอปแชทยอดนิยมในประเทศจีน เช่น (We Chat) Uber พยายามทำซ้ำแอปโดยไม่ต้องทำการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญใด ๆ Uber เสียเงินจำนวนมากในประเทศจีนจนได้รับผลกำไรทั่วโลก การไม่ยอมรับของผู้ใช้ในท้องถิ่นในระบบนิเวศ การประเมิณการแข่งขันในระดับท้องถิ่นต่ำเกินไปและการหลีกเลี่ยงการเป็นพันธมิตรในท้องถิ่นทำให้ Uber ติดกับ eBay และ Yahoo เป็นตัวอย่างของความไม่เป็นสากลของภาษาจีนในตลาด บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันและลักษณะรูปแบบธุรกิจและผลกระทบต่อพลวัตการแข่งขันในอุตสาหกรรม ในเชิงทฤษฎีกล่าวว่า ทฤษฎี IB ในปัจจุบันสามารถขยายผ่านการตรวจสอบความเป็นสากลของบริษัทเหล่านี้ นอกจากนี้เราจะอธิบายวิธีการแบ่งปันรูปแบบธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปันและความเป็นสากลซึ่งความแตกต่างของกระบวนการกับความรู้ทางทฤษฎีในปัจจุบันเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ ปัจจุบันทฤษฎี IB อธิบายความเป็นสากลของบริษัท เศรษฐกิจต่าง ๆ ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นทฤษฎี IB ได้อาศัยสถานที่ของเศรษฐศาสตร์ต้นทุนธุรกรรม (Williamson, 1975) สืบเนื่องมาจากแนวคิดของธรรมชาติของบริษัท นักวิชาการ IB ยุคแรกได้ขยายมุมมองระหว่างประเทศในมุมมองของบริษัทต่าง ๆ ที่มีอยู่เป็นวิธีการ

ลดต้นทุนการทำธุรกรรมผ่าน Internalization และการประสานงานของตลาดที่ไม่สมบูรณ์ (Hymer, 1976) จากมุมมองนี้องค์กรข้ามชาติ (MNE) เริ่มต้นศึกษาในฐานะองค์กรที่มีกิจกรรมการเพิ่มมูลค่าภายในสามารถใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบเฉพาะของบริษัทในแต่ละประเทศทั้งในและต่างประเทศ บริษัทสามารถสำรวจใช้ประโยชน์และมูลค่าที่เหมาะสมจากสินทรัพย์ที่มีตัวตนหรือไม่ มีตัวตนเฉพาะผ่านการปรับภายในซึ่งจะถูกกำหนด โดยการลดต้นทุนการตัดสินใจของการปรับให้เป็นกิจกรรมภายในจนถึงจุดที่ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อไปมีมากกว่าผลประโยชน์ (Kirca et al., 2011) จากแนวคิดการปรับให้เป็นแบบ OLI หรือกระบวนการที่พัฒนาโดย เสนอให้ควบคู่ไปกับความเป็นสากล (Internationalize: I) ความเป็นเจ้าของ (Ownership) และที่ตั้ง (Location: L) ข้อได้เปรียบเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบริษัทที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมข้ามพรมแดน จำนวนการศึกษาได้ทดสอบสังเกต การประยุกต์ใช้ทฤษฎีเหล่านี้และสรุปว่าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับองค์ประกอบของความเป็นสากล (Cuervo-Cazurra, 2012) ในขณะที่กระบวนการของ OLI โดดเด่นที่สุดและวิธีการทางทฤษฎีที่ครอบคลุมอธิบายการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบธรรมชาติและความเป็นสากลกระบวนการของเศรษฐกิจแบ่งปัน ตามทฤษฎีการปรับใช้ภายในจะสังเกตเห็นความแตกต่างที่สำคัญอย่างเนื่องจากพฤติกรรมบนอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบกับทฤษฎี IB ที่ผ่านมาแล้ว (Brothers et al., 2016) เราหลีกเลี่ยงการทับซ้อนและมุ่งเน้นไปที่ทฤษฎีสำคัญที่อาจเป็นขยายและยังเป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัยเศรษฐกิจสากลที่เป็นสากลในอนาคต เริ่มต้นด้วยกระบวนการที่ผสมผสาน เน้นข้อดีของ O นั้นล้อมรอบด้วยห่วงโซ่มูลค่าแพลตฟอร์มเสมือนตั้งแต่ส่วนใหญ่สินทรัพย์ที่เป็นของผู้ใช้ซึ่งในทางกลับกันจะช่วยลดปัญหาของการจัดสรร / ประสานงานการผลิตและผลิตภัณฑ์ / บริการในท้องถิ่นการปรับตัว ในกรณีนี้เนื่องจากบริษัทที่ใช้แพลตฟอร์มพยายามใช้ประโยชน์จากผลกระทบของเครือข่ายโดยเพิ่มการยอมรับทั้งผู้ใช้และซัพพลายเออร์ O ข้อได้เปรียบถูกสร้างขึ้นรอบ ๆ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนพร้อมที่จะนำไปใช้ในต่างประเทศมากขึ้นเช่นความสามารถทางการตลาดที่เหนือกว่า

เทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา (IP) ข้อได้เปรียบ O เหล่านี้ยังช่วยให้ บริษัทเศรษฐกิจมีความสามารถในการแบ่งปันที่รวดเร็วและเป็นสากลเนื่องจากรับประกันความได้เปรียบ ผู้เสนอคนแรกเป็นสิ่งสำคัญรวมทั้งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นในเศรษฐกิจแบ่งปันมีความสำคัญในการยอมรับอย่างกว้างขวาง ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงลงทุนอย่างมากในประสิทธิภาพการดำเนินงานและเทคโนโลยีเพื่อยกระดับชื่อเสียงและรักษาตำแหน่งในตลาดท้องถิ่น อย่างไรก็ตามข้อได้เปรียบของบริษัทเศรษฐกิจของ O นั้นไม่ได้ยากหรือเลียนแบบยาก ดังนั้นจึงไม่ใช่แหล่งแข่งขันเพียงแห่งเดียวกรณีที่เป็นข้อได้เปรียบ L สังเกตว่าแม้ว่า บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันจะได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดที่

เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและกฎระเบียบของตลาด แต่ไม่ได้ป้องกันจากการเข้าสู่ตลาดที่มีข้อได้เปรียบโดยรวมของ L คำ แต่ตลาดน่าดึงดูด อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายเศรษฐกิจแบ่งปันของบริษัทในค่าธรรมเนียมทางกฎหมายและผู้ทำการแนะนำชักชวนสมาชิกรุนั้นเป็นเรื่องสำคัญและเป็นปัญหาสำคัญ เมื่อบริษัทเข้าสู่ตลาดใหม่ที่กฎระเบียบไม่ได้รับการปรับปรุง หรือบริษัทท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นได้เพิ่มขึ้นมีอิทธิพลต่อระบบการเมือง บริษัทย่อยมีไว้เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดและเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน ในขณะที่บางกรณียังหลีกเลี่ยงการเก็บภาษี ซึ่งบ่งชี้ว่าบริษัทเศรษฐกิจที่ใช้งานร่วมกันไม่ต้องพึ่งพาตำแหน่งในต่างประเทศ (มักเกี่ยวข้องกับวิธีการค้นหาสินทรัพย์) และมีความสนใจในการแสวงหาตลาดอย่างแท้จริงในเรื่องเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการแบ่งปัน บริษัทเศรษฐกิจไม่จำเป็นต้องทำให้เป็นกิจกรรมต่างประเทศเพื่อลดต้นทุนการทำธุรกรรม ในทางกลับกันบริษัทเหล่านี้ตั้งเป้าหมายสร้างและบำรุงตลาดที่มีทั้งต้นน้ำและปลายน้ำผู้เป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่กำลังทำธุรกรรมจะไม่พึ่งพาสินทรัพย์ภายในที่จับต้องได้ข้ามพรมแดนไปสร้างและจับมูลค่าซึ่งขัดแย้งกับกลยุทธ์และทฤษฎีธุรกิจระหว่างประเทศที่ถือว่าเป็นแหล่งสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขัน (Kirca et al., 2011) พิจารณาว่าการแบ่งปันเฉพาะบริษัทที่มีข้อดีคือเครือข่ายและเทคโนโลยีในการเผยแพร่ ในกรณีที่บริษัทเหล่านี้ไม่มีแรงจูงใจในการบูรณาการ การดำเนินงานในแกนกลางจะอยู่ที่ความสามารถในการจัดการแพลตฟอร์มเสมือนจริงซึ่งต้องการการปรับใช้ภายในของเจ้าของผู้ให้บริการสินทรัพย์เสริม กล่าวโดยสรุปการถือครอง OLI เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการศึกษาบริษัทในเศรษฐกิจแบ่งปัน และหากพิจารณาถึงลักษณะเฉพาะที่ช่วยลดความต้องการภายใน ประโยชน์จากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนและการพึ่งพาน้อยลง

จากข้อได้เปรียบด้านสถานที่ตั้งเราสังเกตว่าการตรวจสอบเพิ่มเติมว่า บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันจัดการความเป็นสากลอย่างไร ขยายมุมมองของ OLI อย่างมีนัยสำคัญควบคู่ไปกับกระบวนการทัศน์แบบผสมผสานและยังประเมินว่ามุมมองเชิงทฤษฎีอื่น ๆ จะมีประโยชน์ต่อการตรวจสอบการบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปัน และบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้อง เริ่มต้นด้วยการสังเกตว่าการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจไม่จำเป็นต้องย้ายการผลิตในต่างประเทศเพื่อลดต้นทุนหรือจัดหาปัจจัยการผลิตที่ถูกกว่าและไม่จำเป็นต้องรอให้มาตรฐานผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไปสู่การพัฒนาที่น้อยลงเศรษฐกิจ เมื่อเทียบกับสิ่งที่คาดการณ์ไว้ในแบบจำลองวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเหตุผลสำคัญบางประการสำหรับการขยายตัว เช่น การเอารัดเอาเปรียบจากการประหยัดขนาดและขอบเขต ลดต้นทุนการผลิตและความไม่สมบูรณ์ของตลาด ขาดการอธิบายความเป็นสากลของบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปัน C2C รูปแบบธุรกิจแพลตฟอร์มช่วยให้เชื่อมช่องว่างทางวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้น เนื่องจากโลกาภิวัตน์ดังนั้นอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเพราะมีข้อมูลพร้อมใช้งานอยู่เสมอและระบบการจัดอันดับเพิ่มความน่าเชื่อถือของธุรกรรม

จุดที่น่าสนใจเกิดขึ้น โดยผู้บริหารเศรษฐกิจแบ่งปันก็คือการเลือกสถานที่ระหว่างประเทศนั้น ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบและการตลาดเป็นหลักขนาด ผู้บริหารของ Uber ได้แย้งว่าสถานที่ต่างประเทศที่มีความสำคัญสูงสุดได้รับการคัดเลือกตามขนาดของประชากรและการเข้าถึงทางอินเทอร์เน็ตเพื่อที่จะพัฒนาให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น การขับเคลื่อนและการลงทุนใหม่ผ่านการขยายไปสู่ใหม่ตลาด ในกรณีนี้เนื่องจากการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจมักจะเป็นบริษัทที่ดึงดูดเงินทุนจำนวนมากเพื่อรักษาการดำเนินงานระหว่างประเทศไว้กลายเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากความกดดันต่อการเติบโตบนพื้นฐานของผลกระทบของเครือข่ายที่เกี่ยวข้องและเป็นครั้งแรกข้อดีที่จะยึดในแนวทางกลับกันสิ่งนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการทำให้เป็นสากลซึ่งไม่เพียงแต่ต้องการค้นหาตลาดใหม่แต่จริง ๆ แล้วเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นเพื่อความอยู่รอดว่าบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันได้แสดงให้เห็นถึงความน้อยลงต่ออุปสรรคในการขยายตัวระหว่างประเทศ ผลกระทบระยะทางรวมถึงความแตกต่างของสถาบันและวัฒนธรรม บริษัท เหล่านี้ลดค่าใช้จ่ายในการเข้าและการปรับตัวอย่างมาก

เนื่องจากมีข้อได้เปรียบที่มากขึ้นของการปรับตัวในท้องถิ่นสำหรับการใช้สินทรัพย์และทรัพยากรของผู้ให้บริการในท้องถิ่น รูปแบบนี้แตกต่างกับการศึกษาความเป็นสากลที่เพิ่มขึ้น การเลือกประเทศโดยพิจารณาจากการกีดกันและความเสี่ยง โดยเลือกที่จะเรียนรู้จากการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดก่อน หมายความว่ามุมมองของบริษัทข้ามชาติในฐานะผู้ประสานงานของหน่วยงานต่างประเทศหลายแห่งนั้นต้องการการตอบสนองในระดับท้องถิ่นและการรวมกลุ่มในระดับต่าง ๆ การจัดตั้งขึ้นตามผลิตภัณฑ์ตลาดและการกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปัน อย่างไรก็ตามแม้ว่าอาจจะสามารถเปิดดำเนินการข้ามพรมแดนได้ง่ายมากขึ้นเพราะปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบของความเป็นชาวต่างชาติและบุคคลภายนอก (Brouthers et al., 2016) จะยังคงอยู่มีบทบาทสำคัญในความสำเร็จ ดังที่เห็นจากตัวอย่างความพยายามของ Uber ที่ล้มเหลวในการเอาชนะตลาดจีน บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันอาจต้องปรับเปลี่ยนแพลตฟอร์มอย่างระมัดระวัง แต่ยังคงมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในระบบนิเวศด้วย บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันเกิดใหม่ในท้องถิ่นร่วมกันสามารถคัดลอกแนวคิดแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จจากต่างประเทศและนำไปใช้ในที่บ้านเกิดพร้อมคุณสมบัติขั้นสูงที่ปรับแต่งให้เข้ากับตลาดท้องถิ่น แต่เนื่องจากแพลตฟอร์มเหล่านี้ขึ้นอยู่กับผลกระทบของเครือข่ายที่แตกต่างกันในระบบนิเวศความรับผิดชอบของชาวต่างชาติยังซับซ้อนมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามกับธุรกิจดั้งเดิมที่มีตัวเลือกในการปรับขนาดกิจกรรมออสตรีมและ/หรือดาวน์สตรีมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการแบ่งปันแพลตฟอร์ม บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันอาจต้องดำเนินการกับทางเลือกอื่น ๆ เช่นเชื่อมโยงกับผู้

ให้บริการสินทรัพย์เสริมและการเป็นพันธมิตรกับบริษัทที่มีชื่อเสียงที่จัดตั้งขึ้น เช่นในกรณีที่ Uber เป็นหุ้นส่วนกับ Pepsi, Amex และ Hilton อีกมุมมอง IB ที่เกี่ยวข้องที่จะเปรียบเทียบกับ บริษัทเศรษฐกิจที่ใช้ร่วมกันคือแนวคิดของการเกิดรอบตัว บริษัทขนาดเล็กเหล่านี้การค้าระหว่างประเทศ และการดำเนินงานภายในปีแรกของการก่อตั้ง (Knight & Cavusgil, 2004) ที่ใช้ร่วมกันบริษัทเศรษฐกิจ มีหลายแง่มุมเหมือนกันกับกลุ่มแรกเช่น ความเป็นสากลในยุคแรก มุมมองนวัตกรรมและผู้ประกอบการต้นกำเนิด เนื่องจากการวิจัยที่เกิดขึ้นได้ครอบคลุมบริษัทขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนเท่านั้นที่พึ่งพาผลิตภัณฑ์และความสามารถเฉพาะที่จะส่งออก (Knight & Cavusgil, 2004) การศึกษาของบริษัทเศรษฐกิจที่มีการแบ่งปันในฐานะที่เป็นผู้เกิดใหม่ในวงการสามารถนำความช่วยเหลือมาสู่ทฤษฎีนี้ได้อย่างมีนัยสำคัญ

รูปแบบธุรกิจกระบวนการสากลและแรงจูงใจนั้นแตกต่างกันมากเมื่อเทียบกับบริษัทส่งออก แม้ว่าการวิจัยเกี่ยวกับการเกิด Globals (Zander et al., 2015) สามารถเป็นพื้นฐานที่ดีสำหรับการศึกษาเศรษฐกิจแบ่งปัน การศึกษาของผู้ประกอบการและสภาพแวดล้อมที่จำเป็นในการส่งเสริมธุรกิจดังกล่าวจากมุมมองของสถาบันการศึกษาที่ผ่านมา ได้เน้นว่าเผชิญความกดดันระหว่างการมี การดำเนินงานทั่วโลก และบูรณาการเป็นเนื้อเดียวกัน การปรับตัวให้เข้ากับแนวทางปฏิบัติของ สถาบันท้องถิ่น บริษัทต่าง ๆ มีโครงสร้างองค์กรที่มีศูนย์กลางอยู่ที่แพลตฟอร์มเสมือนเป็นการปรับตัวในท้องถิ่นให้เข้ากับสภาพแวดล้อมแบบสถาบันใหม่เชื่อมโยงโดยตรงกับสำนักงานใหญ่ซึ่งเพิ่มความเสี่ยงของการตอบสนองล่าช้าและหนี้สินของบุคคลภายนอก (Brouthers et al., 2016) โดยมองว่าบริษัทเศรษฐกิจที่มีการแบ่งปันทั่วโลกเป็นตัวขับเคลื่อนเครือข่ายความรู้ระดับโลก และยังเน้นว่าการบริษัทแบ่งปันเศรษฐกิจได้แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งความสามารถในการกระตุ้น การเปลี่ยนแปลงของสถาบันท้องถิ่นเนื่องจากการยอมรับขนาดใหญ่ของธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต สิ่งนี้ บ่งชี้ว่าการแบ่งปัน

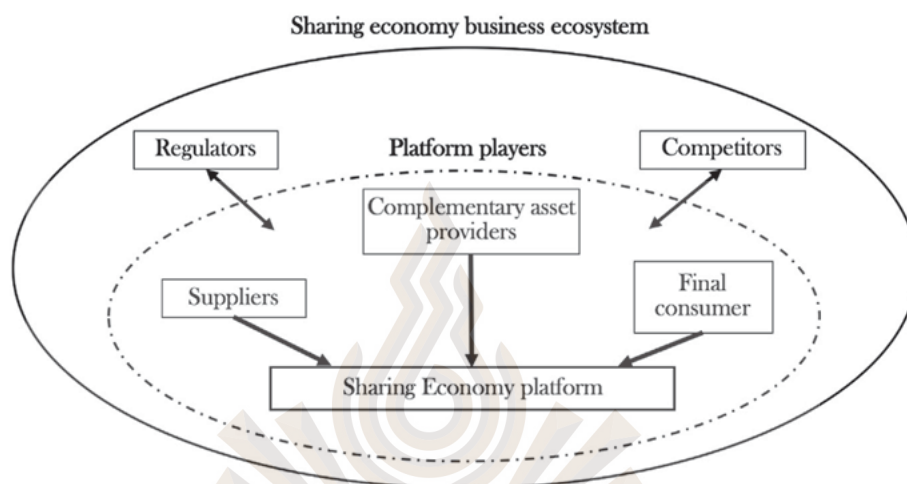
บริษัทเศรษฐกิจอาจเป็นมากกว่านักแสดงที่แฝงตัวอยู่ในสภาพแวดล้อมของสถาบันท้องถิ่น ทฤษฎีสถาบันก็สามารถทำได้เช่นกัน การรวมกันของกฎเกณฑ์ของประเทศ กฎระเบียบและองค์ความรู้ที่จำเป็นในการส่งเสริมการสร้างและการยอมรับรูปแบบธุรกิจแบบอิงการแบ่งปันท้ายที่สุดการแบ่งปันความเป็นสากลของบริษัทเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการศึกษาก่อนหน้านี้ตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs) ที่มีต่อความเป็นสากลของบริษัท (Alcácer et al., 2016; Brouthers et al., 2016) แยกจากสมมติฐานของยุคข้อมูลข่าวสารและระดับสากลทุนนิยมแบบเครือข่าย (Brouthers et al., 2016) เน้นว่า ICTs ได้วางรากฐาน

สำหรับการแบ่งปันเศรษฐกิจรูปแบบธุรกิจของบริษัททำให้บริษัทเหล่านี้สามารถสำรวจตลาดต่างประเทศด้วยความเร็วที่มากขึ้น โดยรวมแล้วจะมีกระบวนการทางเศรษฐกิจที่เป็นสากลในบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปัน แต่ก็เป็นที่ชัดเจนว่ารูปแบบธุรกิจและพฤติกรรมในต่างประเทศมีแง่มุมที่แตกต่างมากมายที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี IB ปัจจุบันจำเป็นต้องมีทฤษฎีใหม่สำหรับปรากฏการณ์ของโลกแบ่งปัน และจำเป็นต้องขยายออกไปโดยการพัฒนาเชิงทฤษฎีเพิ่มเติมและการศึกษาเชิงประจักษ์

จากการประเมินทฤษฎี IB ของ Cuervo-Cazurra (2012) เพื่อชี้ให้เห็นว่าการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจ กระบวนการสากลเป็นตรงกันข้ามกับทฤษฎีหลักของ IB ในปัจจุบันยังชี้ให้เห็นคำถามการวิจัยในอนาคตด้วยกรอบและวาระการวิจัยสำหรับเศรษฐกิจการแบ่งปันมีความหมายที่สำคัญสำหรับทฤษฎีและการปฏิบัติเกี่ยวกับผลกระทบของการแบ่งปันเศรษฐกิจที่มีต่อเศรษฐกิจโลกการยอมรับอย่างกว้างขวางของธุรกิจที่ใช้แพลตฟอร์มทั่วโลกเป็นหนึ่งเดียว ในขบวนการสากลที่เร็วที่สุดและใหญ่ที่สุดในขณะที่อุตสาหกรรมเหล่านี้กำลังถูกสั่นคลอน โดยผลกระทบของปรากฏการณ์นี้จำเป็นต้องได้รับการเปิดเผย ยังคงมีขาดความเห็นพ้องกันเกี่ยวกับพลวัตการแข่งขันและรูปแบบสากลที่มีอยู่ในแพลตฟอร์ม C2C โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจ การออกแบบศึกษาวิจัย IB ก่อนหน้านี้ได้ตั้งข้อสังเกตว่าความรู้ทางทฤษฎีในปัจจุบันเกี่ยวกับสาเหตุอย่างไรและเมื่อบริษัทการทำให้เป็นสากลและแข่งขันในต่างประเทศทำให้เรามีคำอธิบายเพียงบางส่วนเกี่ยวกับพฤติกรรมของ บริษัทที่ใช้อินเทอร์เน็ต เช่น การแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจ ในทางตรงกันข้ามสิ่งนี้ถือเป็นแนวโน้มสำหรับการวิจัยในอนาคตจะสำรวจปรากฏการณ์การทำให้เป็นสากลทางเศรษฐกิจร่วมกันได้อย่างไรโดยเน้นความสำคัญของการยอมรับระบบนิเวศทางธุรกิจทั่วประเทศ ระบบนิเวศประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดรอบธุรกิจ โดยเฉพาะและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเมื่อความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้น ในตรงกันข้ามกับห่วงโซ่มูลค่าทั่วโลกแบบดั้งเดิม ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งเน้นไปที่สถานที่เดียวกระแสข้อมูลจากผู้ให้บริการต้นน้ำไปจนถึงผู้บริโภคปลายน้ำระบบนิเวศหมุนรอบแพลตฟอร์มหรือ บริษัทมุ่งไปที่การเชื่อมต่อกับผู้ผลิตและผู้ให้บริการสินทรัพย์ที่สมบูรณ์จากอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันและจากที่ตั้งที่แตกต่างกันไปจนถึงผู้บริโภคโลกที่เข้าร่วมวิธีที่ไม่ใช่เชิงเส้น ดังนั้นความแตกต่างที่สำคัญของระบบนิเวศเมื่อเทียบกับทั่วโลกซัพพลายเชนคือการพึ่งพาผลกระทบของเครือข่ายและความไม่เชิงเส้นตรงของความสัมพันธ์ในการสร้างมูลค่าการทำธุรกรรม ระบบนิเวศถูกมองว่าเป็นชุมชนเปิดที่ประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องที่แตกต่างกันเช่นซัพพลายเออร์โดยตรงผู้สนับสนุนการกำกับดูแลเจ้าหน้าที่ระบบศาลและสถาบันการวิจัย (Teecce, 2007) มีบทบาทที่แตกต่างกันในคุณค่ากระบวนการสร้างและกลั่นกรอง ยิ่งไปกว่านั้นระบบนิเวศยังแตกต่างกันอย่างกว้างขวางทั่วประเทศเนื่องจากการ



กำหนดค่าที่แตกต่างกันของการแข่งขันในอุตสาหกรรม โครงสร้างพื้นฐานสถาบันการศึกษาและประโยชน์ที่สำคัญของการใช้มุมมองของระบบนิเวศคือธรรมชาติที่ไม่คงที่ รวมถึง ระบบนิเวศวิวัฒนาการในวัฏจักรวงจรเนื่องจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน



รูปภาพที่ 2.3 ระบบนิเวศวิวัฒนาการ

ที่มา: Parente et al., 2018

ในระยะแรกบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียยังคงปรับเปลี่ยนและหาวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างและเก็บค่าธรรมเนียมตามที่มีการใช้กฎระเบียบใหม่ ในขั้นต่อมาอุตสาหกรรมและกฎระเบียบที่มีการจัดตั้งขึ้นได้สร้างอุปสรรคในการเข้าเนื่องจากเทคโนโลยีความเป็นผู้นำ และการยอมรับของตลาดอย่างกว้างขวาง ในมุมมองของระบบนิเวศทางธุรกิจ อุตสาหกรรมจะไม่แยกจากกัน-ธุรกิจจะเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานหลายแห่งที่ได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวาง จากผลกระทบของอุตสาหกรรมข้ามสังคมและประเทศซึ่งมักเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีความก้าวหน้าและนวัตกรรมแนวทางของระบบนิเวศในเศรษฐกิจแบ่งปันอย่างสากลรวบรวมมุมมอง IB ที่แตกต่างกัน เช่น ข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งและผลกระทบของเครือข่ายและสถาบัน เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดจะแฝงอยู่ในบริบทของวิวัฒนาการอุตสาหกรรมเนื่องจากบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันไม่มีสินทรัพย์ที่จะโอนในระดับสากลและเป็นเจ้าของข้อได้เปรียบ สามารถทำซ้ำได้โดยคู่แข่ง ความเป็นสากลของพวกเขาขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงของพวกเขา สำหรับผู้เล่นในระบบนิเวศหลากหลาย ตามที่อดีตผู้บริหารของ Uber ถูกมองว่าเป็นตลาดแบบไฮเปอร์โลคัล ซึ่งตลาดท้องถิ่นแต่ละแห่งมีการกำหนดค่าระบบนิเวศของตนเอง ในมุมมองของระบบนิเวศนี้บทบาทของผู้สนับสนุนจากทั้งด้านปลายน้ำและด้านต้นน้ำมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้นการยอมรับอย่างกว้างขวางของเวที ความร่วมมือของ Uber กับผู้สนับสนุนที่สำคัญ เช่น โตโยต้า และการซื้อกิจการ

แผนการเริ่มต้นด้วยการเปิดเผยการแบ่งปันเครือข่ายของบริษัทเศรษฐกิจ และการรวมการลงทุน จัดลำดับความสำคัญผู้ให้บริการสินทรัพย์เสริม นอกจากนี้ยังระบุว่าบริษัทเหล่านี้ต้องบำรุงรักษา ระบบนิเวศเพื่อเพิ่มสภาพการเติบโตสำหรับผู้ให้บริการผู้บริโภคและผู้ประกอบการในท้องถิ่นในระบบนิเวศของชาติต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอด (Rong et al., 2015) การแข่งขันที่ใช้ระบบนิเวศระหว่างประเทศดังกล่าว กลยุทธ์นี้ยังไม่ได้รับการศึกษา โดยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิธีเศรษฐกิจแบ่งปันและแพลตฟอร์มอื่น ๆ คือส่งเสริมให้มีการยอมรับและนำคุณค่ามาใช้ในภูมิภาคที่แตกต่างกัน โดยจัดระเบียบความร่วมมือและการแบ่งปันความรู้ ในขณะที่การสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศและการกำหนดค่ามีบทบาทสำคัญในบริษัทการทำให้เป็นสากล (Choi & Contractor, 2016) การซื้อกิจการที่ทำกับผู้มีส่วนได้เสียของฟังก์ชันที่แตกต่างกันในระบบนิเวศท้องถิ่น (Rong et al., 2015) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้สนับสนุนผลกระทบที่เป็นสากลของบริษัท จำเป็นต้องมีการพิจารณาว่าแพลตฟอร์มธุรกิจเปิดให้ผู้มีส่วนได้เสียหลายคนเพื่อรับคุณค่าจากการทำธุรกรรมนวัตกรรมแบบเปิด และความพยายามของนวัตกรรมการทำงานร่วมกันจะถูกกระตุ้นในระบบนิเวศ การตรวจสอบความเป็นสากลของบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยใช้มุมมองระบบนิเวศจะช่วยให้มีมุมมองที่ครอบคลุมมากขึ้น Devinney, McGahan, and Zollo (2013) เน้นว่ามุมมองการร่วมมือของระบบนิเวศมุ่งเน้นไปที่การแยกย่อยของห่วงโซ่อุปทานและมูลค่าเนื่องจากการเน้นผลกระทบของเครือข่ายเช่นศูนย์กลางและความหนาแน่น อย่างไรก็ตามยังชี้ให้เห็นว่าระบบนิเวศควรจะเป็น โครงสร้างที่ผู้มีส่วนได้เสียจัดระเบียบตัวเองในกิจกรรมการสร้างคุณค่า มุมมองโครงสร้างนี้มีความเกี่ยวข้องกับการประเมินคุณค่าของการสร้างผู้เล่นหลักและผลกระทบต่อวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์/บริการที่น่าเสนอ การนำระดับการวิเคราะห์ไปสู่ความสัมพันธ์หลากหลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาธุรกิจระหว่างประเทศ เนื่องจากมีแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับการทำธุรกรรมกับพันธมิตรสินทรัพย์ต้นน้ำปลายน้ำและส่วนประกอบเพิ่มเติม จุดเน้นของการวิจัย IB เกี่ยวกับการแบ่งปันบริษัท เศรษฐกิจควรไม่เพียงแต่จะแฝงบริษัทในระบบนิเวศในท้องถิ่นได้ดีเพียงใด แต่ยังรวมถึงวิธีที่บริษัทสามารถทำได้ปรับขอบเขตและสร้างมูลค่าใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์เมื่อขยายสู่ตลาดใหม่ต่อไป เราเน้น โอกาสและความสำคัญของการศึกษาเป็นสากลของบริษัทเศรษฐกิจร่วมกันและชี้ให้เห็นเส้นทางของการวิจัยในอนาคตเกี่ยวข้องกับทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติเราเริ่มต้นด้วยมุมมองในระดับมหภาคโดยเฉพาะอย่างยิ่งใกล้กับสถาบันและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันจะประสบความสำเร็จในการนำโมเดลธุรกิจไปใช้ทั่วโลกอย่างรวดเร็วในบางพื้นที่กิจกรรมของบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันถูกเบนอย่างถาวรโดยหน่วยงานท้องถิ่น แม้ว่าจะเป็นที่รู้จักกันว่าบริษัทเหล่านี้มักจะเข้าสู่ตลาดใหม่โดยไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบในท้องถิ่น

อย่างเต็มที่เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนตลาดในประเทศนั้นมีความต้องการเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการที่สถาบันท้องถิ่นและ บริษัทที่ใช้ร่วมกันทางเศรษฐกิจมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร การปฏิสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมด้านกฎระเบียบในท้องถิ่นและบริษัทเศรษฐกิจที่ใช้ร่วมกันอาจส่งผลให้มีส่วนร่วมทางทฤษฎีที่สำคัญจากมุมมองของทฤษฎีสถาบัน โดยสำรวจว่าสถาบันได้รับผลกระทบอย่างไร และในขณะเดียวกันก็กำหนดเส้นทางของการปรับเปลี่ยนทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของตลาด คำถามที่ไม่ได้รับคำตอบบางคำถามคือ (1) ผู้กำหนดนโยบายควรตอบสนองต่อการแข่งขันอย่างไรบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและสวัสดิการของประเทศโดยไม่กระทบต่อบริษัทในท้องถิ่น และ (2) วิธีการแข่งขันการยอมรับทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อกฎระเบียบในท้องถิ่นและกระตุ้นนโยบายการตลาดเสรีในประเทศต่าง ๆ หรือไม่ การวิจัยในอนาคตยังสามารถสำรวจไม่เพียงแต่การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบที่จำเป็นในการควบคุมภาคเศรษฐกิจการแข่งขัน แต่ยังรวมถึงแง่มุมทางวัฒนธรรมและสังคม เช่น ความน่าเชื่อถือและการมีส่วนร่วม โดยการเพิ่มการยอมรับของบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันในการสร้างเครือข่ายตลาดโดยการแข่งขัน บริษัทเศรษฐกิจแข่งขันยังแสดงให้เห็นว่าหลายภาคส่วนของเศรษฐกิจได้รับผลกระทบเช่นกัน นวัตกรรมและช่วยให้บุคคลที่จะแข่งขันกับบริษัทที่จัดตั้งขึ้นไม่เพียงแต่ในประเทศแต่ยังอยู่ในเวทีระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีความจำเป็นในการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมและประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจเกิดใหม่ คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยประเทศบ้านเกิดที่เอื้อต่อการก่อตัวของบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันและวิธีการเผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติในระดับอุตสาหกรรมและดึงดูดผู้ใช้และผู้ให้บริการให้มีประสิทธิภาพและเป็นตลาดที่โปร่งใส เพิ่มการแข่งขันโดยนำเสนอทางเลือกที่น่าสนใจให้กับผู้บริโภคหรือแม้กระทั่งการทดแทน การตรวจสอบว่าบริษัทที่ดำรงตำแหน่งจากประเทศต่าง ๆ แข่งขันกับบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่บริษัทปรับกลยุทธ์การแข่งขันกับผู้เล่นรายใหม่ที่อาศัยธุรกิจบนแพลตฟอร์มที่ทำงานร่วมกัน ถึงกระนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องศึกษาว่าบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันที่ใช้ร่วมกันแข่งขันกับผู้มีบทบาทในประเทศต่าง ๆ ได้อย่างไร ในงานวิจัยเกี่ยวกับบริษัทเศรษฐกิจแข่งขัน กลยุทธ์การขยายตัวระหว่างประเทศจากมุมมองของระบบนิเวศและการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างเศรษฐกิจส่วนแบ่งระหว่างประเทศและท้องถิ่นบริษัทต่าง ๆ ที่เป็นตัวอย่างของกรณีของ Uber และ Didi ในประเทศจีนสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญแก่บรรณกรรม สอบถามเกี่ยวกับการปรับตัวแพลตฟอร์มการสร้างควมไว้วางใจการจัดการสินทรัพย์เสริมและการพัฒนาเครือข่ายอาจทำให้การวิจัยล่วงหน้าตามกลยุทธ์สากลของ MNEs (Alcácer et al., 2016) การศึกษาบริษัทเศรษฐกิจแข่งขันและการจัดการความสัมพันธ์กับผู้

ให้บริการสินทรัพย์เสริมในขณะที่เข้าสู่ต่างประเทศตลาด ยังสามารถนำข้อมูลเชิงลึกไปสู่การพัฒนาทางทฤษฎีในปัจจุบัน ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันส่งเสริมและรักษา ระบบนิเวศในท้องถิ่น โดยใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันแนวทางสำหรับสถานที่ต่างประเทศสามารถให้ความกระจ่างว่า บริษัทเหล่านี้จัดการกับความกดดันจากการรวมและการตอบสนองอย่างไรโดยใช้แพลตฟอร์มเสมือนและความสัมพันธ์ของสินทรัพย์เสริม การวิจัยเกี่ยวกับความเป็นสากลของบริษัท โดยใช้มุมมองของระบบนิเวศทางธุรกิจ (Rong et al., 2015) และการตรวจสอบในอนาคตอาจให้ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับสตรีม การวิจัยที่สำคัญนี้เพิ่มเติมความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการที่บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันพัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดท้องถิ่นและตลาดโลก ในขณะที่เราเน้นการแบ่งปันเศรษฐกิจอาจเผชิญปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบของชาวต่างชาติและบุคคลภายนอก เนื่องจากการขาดความถูกต้องตามกฎหมายในท้องถิ่น (Brouthers et al., 2016) และขาดความเข้าใจความต้องการของลูกค้าในท้องถิ่นนอกจากความรู้ในปัจจุบันเกี่ยวกับกลยุทธ์และการจัดการระหว่างประเทศ การวิจัยในอนาคตควรสำรวจว่าเศรษฐกิจแบ่งปันสามารถเอาชนะหนี้สินจากการเป็นเจ้าของเหล่านี้และพัฒนาและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันโดยไม่ต้องพึ่งพากรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและทำให้เป็นเรื่องภายใน

การดำเนินงานการศึกษาในอนาคตสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับทฤษฎีการทำให้เป็นภายในโดยการตอบคำถาม เช่น (1) วิธีการที่ใช้งานร่วมกันสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศโดยไม่ต้องพึ่งพาการปรับตัวของตลาดต่างประเทศกิจกรรม (2) วิธีการกำหนดค่าความสัมพันธ์ข้ามชาติ ประสิทธิภาพ อุปสรรคและการกำหนดค่าสถาบันที่แตกต่างกัน (Kirca et al., 2011) (3) ความสามารถแบบพลวัตที่บริษัทเหล่านี้ต้องพัฒนาและทำให้ภายในประสบความสำเร็จในระดับสากล (4) วิธีที่บริษัทและผู้จัดการจัดการกับโอกาสและความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับขอบเขต“สี่เทา” ในระบบทางเศรษฐกิจแบ่งปัน (5) ความหมายของโครงสร้างองค์กรคือ รูปแบบธุรกิจบนเครือข่ายของบริษัทเศรษฐกิจที่ใช้งานร่วมกันก่อให้เกิดคำถามที่เกี่ยวข้องกับวิธีที่บริษัทเหล่านี้สามารถควบคุมกิจกรรมระหว่างประเทศได้ เนื่องจากการควบคุมในระดับต่ำมีอยู่ในด้านการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการผู้ใช้ (Brouthers et al., 2016) เมื่อพิจารณาถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายมีผลต่อความเป็นไปได้ของการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้รับความชอบธรรมและการอนุมัติในท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องแข่งขันกับการแบ่งปันในท้องถิ่นบริษัท เศรษฐกิจสามารถให้ความกระจ่างกับทฤษฎีสากลบนเครือข่าย หลักฐานระบุว่า บริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันมุ่งเน้นการพัฒนาวงจรเครือข่ายที่มีคุณธรรมในสถานที่ต่างประเทศหลายแห่งเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนยังทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่แท้จริงในการทำให้เป็นสากล ยังเป็น

ที่รู้จักกันว่า บริษัทที่ใช้เทคโนโลยีเรียนรู้รวดเร็วมกและสามารถประมวลผลและเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการแบ่งปันข้อมูลทั่วโลก การวิจัยเกี่ยวกับบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันสามารถเปลี่ยนการเรียนรู้เหล่านี้และความสามารถด้านไอทีให้กลายเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างไรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นยังสามารถขยายความรู้ปัจจุบันเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถ โดยเฉพาะมีการศึกษาน้อยมากเกี่ยวกับวิธีการบันทึกข้อมูลออนไลน์ที่ดีที่สุดเพื่อสนับสนุนการออกแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจใหม่การปรับตัวและวิธีที่ผู้ใช้มีส่วนร่วมและกำหนดรูปแบบแพลตฟอร์มการแบ่งปันทางเศรษฐกิจนอกจากนี้ยังมีการสำรวจเชิงลึกที่อาจเกิดขึ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับบริษัทเศรษฐกิจแบ่งปันในระดับบุคคล งานวิจัยเกี่ยวกับปฏิกริยาของผู้ใช้และการมีส่วนร่วมที่มีต่อเศรษฐกิจการแบ่งปันในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันอาจให้ความสำคัญข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจว่าการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนปัจเจกนิยมและลักษณะทางวัฒนธรรมอื่น ๆ มีปฏิสัมพันธ์อย่างไรธุรกิจที่ใช้งานร่วมกัน (Cantwell, 2014)

การตรวจสอบว่าการยอมรับของธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปันมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ใช้ต่อความไว้วางใจในผู้ให้บริการรายบุคคลอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ความสำคัญของผู้ประกอบการและบทบาทสำคัญในการแบ่งปันกลยุทธ์การแข่งขันของบริษัทเศรษฐกิจและการขยายตัวเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่ต้องมีการพัฒนาวิจัยเพิ่มเติม โดยรวมเชื่อว่ามีโอกาสที่ดีสำหรับการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการแบ่งปันความเป็นสากลของบริษัทเศรษฐกิจเพื่อขยายการประยุกต์ใช้ทฤษฎี IB ส่วนใหญ่ในทิศทางใหม่ ต้นฉบับนี้เป็นเพียงวิธีการเริ่มต้นเพื่อการตรวจสอบเชิงทฤษฎีที่มากขึ้น มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลกระทบของปรากฏการณ์เศรษฐกิจโลกที่มีต่อการแบ่งปันธุรกิจ โดยการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับเศรษฐกิจโลกสถาบันและผลกระทบทางสังคมของเศรษฐกิจแบ่งปัน การส่งเสริมการวิจัยในอนาคตและความพยายามในการตรวจสอบและเสริมสร้างพฤติกรรมที่น่าสนใจและสะท้อนผลกระทบของการแบ่งปันบริษัทเศรษฐกิจ เป็นการอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่ผู้บริโภคทั่วไป สามารถเริ่มทำหน้าที่เป็นผู้ให้เช่าสินค้าและบริการ ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นอาณาจักรของผู้ขายมืออาชีพ (Sundararajan, 2016) เท่านั้น รูปแบบนี้มีชื่อเรียกมากมาย เช่น เศรษฐกิจกิ๊ก (GiG) เศรษฐกิจแบบตามความต้องการผู้บริโภคถึงผู้บริโภค (Peer to Peer: P2P หรือ Customer to Customer: C2C) แต่บริษัทหลายแห่งใช้สถานที่ร่วมกัน ใช้บุคลากรร่วมกันเช่น Call center โรงแรมและตัวแทนที่เข้ามาแทนที่ แอปพลิเคชันรถเช่า Uber, Lyft, Juno แทนที่แท็กซี่

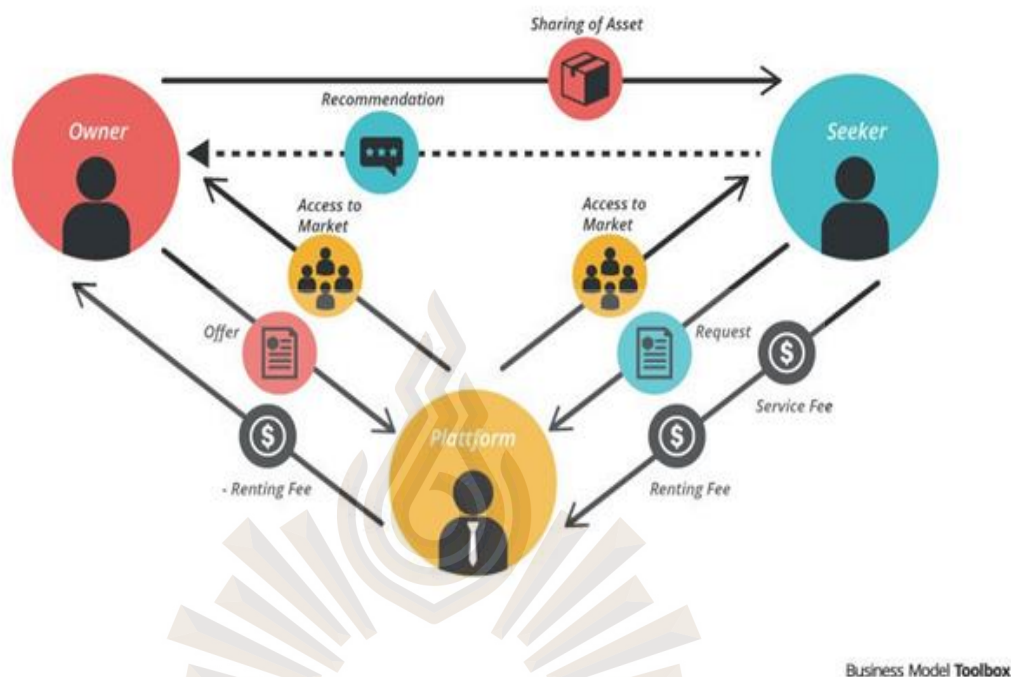


รูปที่ 2.4 ธุรกิจแบ่งปัน

ที่มา: Horton &amp; Zeckhauser, 2016

จากข้อมูลของ PwC (2015) มีมูลค่า 15 พันล้านเหรียญในปี 2556 และคาดว่าจะเติบโตเป็น 335 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2568 ซึ่งเท่ากับ มูลค่าเทียบเท่าภาคการค้าปลีกเลยทีเดียว สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการแบ่งปันทางเศรษฐกิจ ในขณะที่เศรษฐกิจการแบ่งปันเป็นเรื่องใหม่ ความคิดในการแบ่งปันทรัพยากรไม่ได้เป็นตลาดให้เช่าสินค้าคงทน เช่น โรงแรมรถยนต์และเครื่องมือต่าง ๆ มีมานานแล้วและมีตลาดสำหรับบริการส่วนบุคคลเช่นการบัญชี การซ่อมยานยนต์ สิ่งที่ทำให้เศรษฐกิจการแบ่งปันใหม่แตกต่างจากรุ่นเก่า คือรูปลักษณะของแพลตฟอร์มที่เป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกรรม สิ่งที่เคยเป็นธุรกรรมแบบสองทางได้กลายเป็นธุรกรรมแบบสามทาง

## Sharing Economy



รูปที่ 2.5 ลักษณะของธุรกิจแบ่งปัน  
ที่มา: Business Model Toolbox, 2019

ใครที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจแนวนี้บ้าง

กลุ่มแรก คือ ผู้สร้างแพลตฟอร์ม สิ่งที่กลุ่มนี้จะได้ประโยชน์เต็ม ๆ คือ การใช้ทรัพยากรที่ตัวเองไม่มี มาสร้างรายได้ เพียงวางระบบให้ดี คิดถึงทั้งฝั่งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยวางจุดยืนของตนเองอย่างเหมาะสม ยกตัวอย่างการส่งของ คุณ ไม่ต้องไปจ้างพนักงานส่งของมาเป็นพนักงานประจำของคุณซึ่งจะทำให้มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน แต่คุณสามารถเลือกจ้างคนส่งของเป็นครั้ง ๆ โดยให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม

กลุ่มที่สอง คือ ผู้ใช้บริการ คนกลุ่มนี้จะได้รับความหลากหลายที่มากขึ้น พร้อม ๆ กับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้สร้างแพลตฟอร์มเสนอให้ เช่น ถ้าจะเดินทางไปท่องเที่ยว แล้วไม่อยากพักโรงแรมเดิม ก็เข้าแอปพลิเคชัน จองโรงแรมที่รวมโรงแรมในพื้นที่นั้น ๆ มาให้ ทั้งนี้แอปพลิเคชันยังช่วยให้ผมสามารถจองห้องพักแบบที่อยากได้จริง ๆ ไม่ว่าจะ เป็น 4-5 ดาว กำหนดงบ เลือกเฉพาะที่มีระเบียงใหญ่ ๆ มีมื่อเช้าแถมให้ก็ทำได้ แถมยังได้เก็บแถมเอาไปแลกเป็นส่วนลดคราวหน้าได้อีก

กลุ่มที่สาม คือ กลุ่มผู้ให้บริการ กลุ่มนี้จะคล้าย ๆ กับกลุ่มแรก แต่กลับกันนิดหน่อย คือ มีของที่จะขายแล้ว แต่ไม่มีที่ให้ลง เช่น นายบีเป็นเจ้าของร้านอาหารชื่อดังในย่านนั้น แต่เขาก็อยากให้คนที่อยู่ในพื้นที่อื่นได้ลิ้มลองอาหารของเขาบ้าง แต่ก็ยังไม่พร้อมที่จะเปิดสาขาเพิ่มหรือจ้างคนส่งของมาประจำร้าน เขาก็เลยนำร้านไปฝากกับแพลตฟอร์มส่งอาหาร แล้วเมื่อไหร่ที่มีคนสนใจอาหารเขา ทางแพลตฟอร์มก็จะส่งคำสั่งมาที่ร้านเขาว่า เดี่ยวจะมีคนมารับอาหารเมนูนี้ละ ให้ทำเตรียมไว้แล้วถึงเวลาก็มีคนมารับ แล้วเอาไปส่ง นายบีก็ขายของได้ โดยที่ไม่ต้องไปแบกรับค่าใช้จ่ายในการขยายสาขา หรือจ้างคนส่งของประจำ



รูปที่ 2.6 ก้าวสู่ยุค Sharing Economy

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์, 2558

Sharing Economy มีข้อดีอะไรบ้าง

ข้อดีที่สำคัญของแนวคิดนี้คือ

1) ลดค่าใช้จ่ายแทนการซื้อสินทรัพย์ หรือการเช่าสินทรัพย์จากผู้ให้เช่าในรูปแบบเดิม

2) ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการคำนึงถึงความคุ้มค่า และการจัดสรรทรัพยากรที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในกรณีที่จะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าที่สามารถแบ่งปันกันได้หรือสินค้าที่มีราคาสูง โดยงานวิจัยของ Ernst and Young ในปี 2015 ประเมินมูลค่า



ของสินค้าที่สามารถแบ่งปันได้ เช่น ยานพาหนะ อุปกรณ์เจาะ เครื่องตัดหญ้า คิดเป็น 20-30% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครัวเรือน และจากผลสำรวจของ Harvard Business Review ได้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะยอมแบ่งปันทรัพยากรถ้าสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างน้อย 25% ของราคาสินทรัพย์นั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อยมักจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ (กันทิมา วงศ์สถาปัตย์, 2558)

นอกจากนี้ ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ นอกจากเป็นการช่วยประหยัดเงินแล้ว ยังกระตุ้นให้ผู้บริโภคสามารถนำรายได้คงเหลือมาลงทุนเพื่อต่อยอดได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำไปบริโภคสินค้าประเภทอื่น ๆ ได้อีก ซึ่งในขณะที่รายได้มีเท่าเดิม แต่คุณภาพชีวิตกลับดีขึ้น สะดวกสบายขึ้น และสามารถบริหารการใช้จ่ายได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น ตลอดจนยังสามารถสร้างรายได้ให้กับบุคคลที่มีทรัพยากรที่ไม่ได้ใช้งานเป็นประจำโดยการเข้าร่วมโมเดลธุรกิจดังกล่าวอีกด้วย

#### Sharing Economy มีข้อเสียอะไรบ้าง

ข้อเสียประการแรกของแนวคิดนี้คือก่อให้เกิดวัฒนธรรมการบริโภคแบบชั่วคราว โดยผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เน้นความสะดวกและราคา มากกว่าคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและกลุ่มธุรกิจ เพราะส่วนใหญ่จะใช้บริการสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เพียงครั้งเดียว นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อมาตรฐานและตลาดแรงงาน โดยเฉพาะงานบางประเภทที่ผู้ให้บริการไม่มีประสบการณ์ในด้านนี้มาก่อน และเข้ามาดำเนินการเพื่อเป็นอาชีพเสริม รวมถึงอาจมีกลุ่มคนทำงานบางส่วนเปลี่ยนมาหารายได้จากการปล่อยเช่าสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มากขึ้นแทนการทำงานประจำ ซึ่งจะทำให้ลดแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะการทำงานเฉพาะ ซึ่งนั่นอาจจะก่อให้เกิดปัญหาความไม่สอดคล้องของการศึกษาต่อตลาดแรงงาน (Labor Market Mismatch)

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังเพิ่มความท้าทายให้กับธุรกิจแบบเดิม โดยเฉพาะในตลาดที่โตเต็มที่ โดยหน่วยวิจัย Oxford Martin School ได้ประเมินผลกระทบของ Sharing Economy ว่าคิดเป็น 0.25% ของ GDP ถึงแม้สัดส่วนของผลกระทบต่อเศรษฐกิจจะยังไม่สูงมากนัก หากแต่สามารถส่งผลกระทบอย่างสูงกับบางอุตสาหกรรม เช่น ในช่วงเวลาตั้งแต่สิ้นปี 2015 การแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการมีทิศทางที่ดูเคียดขึ้น เมื่อธุรกิจ Airbnb ได้ให้บริการห้องพักจำนวนหลายล้านห้อง ซึ่งมากกว่าห้องพักที่โรงแรมในเครือ Inter Continental และ Hilton ทั่วโลก ซึ่งเปิดให้บริการในช่วงเวลาเดียวกัน หรือบริการของธุรกิจ Uber และธุรกิจรถร่วมโดยสารที่

ทำให้จำนวนรถแท็กซี่ใหม่ในสหราชอาณาจักรลดลงถึง 97% ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2016 ทั้งนี้ การประเมินต้นทุนเพื่อตีมูลค่ากิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของ Sharing Economy ทำได้ยาก แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมจากกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมมาเป็นระบบ Sharing Economy จึงมีผลทำให้การคำนวณตัวชี้วัดต่าง ๆ เช่น GDP ทำได้ยากขึ้นและอาจไม่สามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของประเทศนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง โดยผลการสำรวจของนักวิจัยจาก Boston Fed ในเดือนธันวาคม 2013 พบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ผู้ใช้บริการชำระให้กับผู้ให้บริการอย่าง Uber และ Airbnb ไม่ได้นำมาคำนวณในการคำนวณ GDP ดังนั้น ทำให้รายได้รวมจากการทำงานนอกระบบเพิ่มขึ้น หรือคิดเป็น 4.4% ของรายได้จากการทำงานในระบบ (กันทิมา วงศ์สถาปัตย์, 2558)

เศรษฐกิจแบ่งปันในต่างประเทศนั้นเริ่มขึ้นมาระยะหนึ่งแล้วตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2543 โดยมี 3 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ (ผู้จัดการออนไลน์, 2558)

รูปแบบที่ 1 เป็นลักษณะการนำของส่วนตัวมาให้เช่า หรือมาแชร์กัน ตัวอย่างคือรูปแบบของ Airbnb เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงคนที่มีย่านที่พัก และเปิดให้นักเดินทาง คนไหนก็ได้ในโลกซึ่งกำลังมองหาที่พักว่าง โดยเจ้าของมีการนำบ้าน อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดมิเนียม มาให้เช่ากับนักท่องเที่ยว จากทำในสโคปเล็กๆ จนจริงจัง มีการแชร์ข้อมูล เกิดรีวิว จนเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง หรือตัวอย่างที่เรารู้จักกันเป็นอย่างดีคือบริการของอูเบอร์ (Uber) ซึ่งไม่ใช่รถรับจ้าง แต่นำรถส่วนตัวมาให้บริการเป็นรถแท็กซี่ ซึ่งบริการลักษณะนี้เริ่มมีมากขึ้น

รูปแบบที่ 2 มีลักษณะการนำของส่วนตัวมาขายหรือมาแลกเปลี่ยน (เปลี่ยนมือ) ซึ่งมีเว็บไซต์อีกประเภทที่ทำขึ้นมารองรับ มีการจัดหมวดหมู่ บรรยายรายละเอียด และคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน ทั้งเพื่อการจำหน่ายสินค้า อีเบย์เว็บไซต์ ที่เป็นตลาดซื้อ-ขาย-ประมูลสินค้าแบบออนไลน์ และเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเช่น Swap.com เป็นต้น

รูปแบบที่ 3 เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีไอเดียเหมือนกัน หรือมีความสนใจเหมือนกัน และต้องการมาทำงานร่วมกันเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง อย่างเช่นกลุ่มคนที่มีความสนใจจะทำเรื่องเดียวกัน (Crowd Funding) แต่ไม่มีเงินทุน จึงมารวมตัว เรียกรวม หรือหาทุนเพื่อจะทำสิ่งนั้น ซึ่งรูปแบบนี้มีเป็นจำนวนมากในต่างประเทศ ตัวอย่างเช่นมีซีรีส์ชื่อดังเรื่อง Veronica Mars ซึ่งผู้สร้างไม่มีเงินทุนในการสร้างเป็นภาพยนตร์ แต่คนดูอยากให้ทำเป็นภาพยนตร์ จึงช่วยกันรวมเงินจำนวนมากสนับสนุนให้สร้าง โดยใช้วิธี Crowd Funding จนได้เงินเพียงพอในการสนับสนุนการสร้างจนสำเร็จออกมาได้ ซึ่งการสร้างภาพยนตร์เรื่องหนึ่งใช้เงินจำนวนไม่น้อย ลักษณะนี้มีตัวอย่างอยู่มากมาย ทั้งการสร้าง การผลักดัน โครงการต่าง ๆ ที่สำคัญ

ตัวอย่างของเศรษฐกิจแบ่งปันในต่างประเทศมีให้เห็นอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่นิยมมากขึ้น และสำหรับในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก็มีให้เห็นเช่นกัน เช่นในประเทศสิงคโปร์จะมีทั้ง 3 ลักษณะให้เห็น มีเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงคนที่มีที่พักกับนักเดินทางทั่วโลก เช่นเว็บไซต์ Roomorama ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับ Airbnb โดยจำลองบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวเลือกกว่าต้องการที่พักสไตล์ไหน ไปเที่ยวช่วงใด จำนวนกี่วันก็สามารถหาจองได้

นอกจากนั้นอย่างที่ทราบกันว่า ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิกจะขึ้นชื่อเรื่องของอาหาร จึงมีเว็บไซต์ที่ตอบสนองความชื่นชอบแบบนี้ เช่น นักท่องเที่ยวคนไทยที่มองหา “อาหารที่ทำกินเองที่บ้าน หรือ Home Cook Meal” ให้มาที่เว็บไซต์ Plate Culture ซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวไปรับประทานอาหารที่บ้าน โดยคิดค่าใช้จ่ายไม่สูง และได้บรรยากาศของท้องถิ่น ตัวอย่างในประเทศเวียดนาม มีการเปิดเว็บไซต์รับสมัครคนทั่วไปที่รู้ข้อมูลของประเทศ และอยากจะเป็นทัวร์ไกด์ สามารถมาสมัครได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเลือกแพคเกจท่องเที่ยว 1 วันหรือ 2 วัน พร้อมเลือกไกด์ของตนเอง เป็นต้น เหล่านี้เป็นตัวอย่างของเศรษฐกิจแบ่งปันที่เริ่มเข้ามาในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมาในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีสีสันและน่าสนใจ

สำหรับในประเทศไทยบริการของแท็กซี่อุเบอร์ เป็นตัวอย่างเศรษฐกิจแบ่งปันที่ค่อนข้างชัดเจน และเริ่มมีเว็บไซต์เชื่อมโยงการหาที่พักระหว่างเจ้าของที่พักกับนักเดินทางทั่วโลกขึ้นมาแล้วจำนวนหนึ่ง รวมทั้งยังมีการรวมตัวเพื่อแชร์ข้อมูล เทคนิค หรือสินค้า สำหรับคนที่ชอบในสิ่งเหมือนกัน เช่นกลุ่มคนที่รักการขี่จักรยาน สำหรับ Sharing Economy ในรูปแบบ Crowd Funding ในไทยก็เริ่มมี โดยเป็นลักษณะ 2 ทาง คือ ในกลุ่มคนที่มีไอเดียแต่ไม่มีเงินทุนก็มาเสนอขอเงินทุน และอีกทางคือคนที่มีเงินทุนแต่ไม่มีไอเดียหรืออยากช่วยสนับสนุน โครงการ ก็เข้ามาเสนอ และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเว็บไซต์ทำหน้าที่เหมือนคนกลางจับคู่ให้ทั้ง 2 ส่วน ทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งลักษณะนี้เห็นมากขึ้นในหลายวงการ ทั้งการตั้งบริษัท การซื้อของ ตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Siamsquare ทำขึ้นเพื่อจัดหาทุนและช่วยโปรโมตดีไซเนอร์หน้าใหม่ ไปจนถึงการสร้างที่ซื้อขายสินค้าออนไลน์แบบครบวงจร โดยรวมถือว่ามีคนนำเศรษฐกิจแบ่งปันทั้ง 3 รูปแบบเข้ามาใช้บ้างแล้วในประเทศไทยและเริ่มขยายในวงกว้างขึ้น แม้อาจยังไม่ชัดเจน แต่ถือว่ามีารรับรูปแบบและคอนเซ็ปต์เข้ามาแล้ว

การพัฒนาล่าสุดในด้านกฎระเบียบและกฎเกณฑ์ทั่วโลก

ด้วยเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับจำนวนของผู้มีส่วนได้เสียในตลาดที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้ในหลาย ๆ ประเทศตั้งกฎระเบียบต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อรับมือกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ Sharing Economy ทั้งนี้ เนื่องจากในอดีตโครงสร้างของกฎหมายและกฎระเบียบถูกสร้างขึ้นภายใต้ความคิดของการครอบครองสินทรัพย์ ดังนั้น กฎหมายและกฎระเบียบที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจึงมีความล้าสมัย โดยจะเห็นได้จากกรณีที่ผู้ให้บริการธุรกิจประเภทนี้มักจะเป็นผู้ตั้งกฎเกณฑ์ให้กับตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจในรูปแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม รัฐบาลในประเทศต่าง ๆ ได้ริเริ่มการกำหนดกฎระเบียบสำหรับกำกับดูแล Sharing Economy เช่น ในเดือนมิถุนายน 2016 นายกเทศมนตรีจากนิวยอร์ก ปารีส และเมืองอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น 9 แห่ง ได้ตกลงร่วมกันเพื่อร่างข้อกำหนดและจัดตั้งกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนสำหรับแอปพลิเคชันสำหรับการเช่าบ้านและการว่าจ้างรถยนต์

นอกจากนี้หน่วยงานที่กำกับดูแลยังชี้ให้เห็นอีกว่าผู้ให้บริการบางส่วนอาจจะไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือเสียค่าใช้จ่ายในการจัดการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งทำให้ผู้ให้บริการกลุ่มนี้มีความได้เปรียบและสามารถกำหนดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าผู้ประกอบการอื่นได้ ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานที่กำกับดูแลจากทั่วโลกจึงตั้งใจที่จะแก้ปัญหาในประเด็นด้านภาษี ยกตัวอย่าง ในปี 2015 รัฐบาลฝรั่งเศสได้บังคับให้ Airbnb เริ่มคิดภาษีท้องถิ่นเกี่ยวกับห้องพักในปารีส ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของบริษัท และต่อมาได้ขยายขอบเขตการใช้มาตรการเดียวกันนี้ในอีก 18 เมืองทั่วประเทศ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2016 เป็นต้นมา ทั้งนี้ หน่วยงานกำกับดูแลจากทั่วโลกจะมีการกำหนดกรอบและกฎเกณฑ์สำหรับใช้ควบคุมระบบ Sharing Economy ที่ชัดเจนขึ้น เพื่อแก้ไขความไม่สมดุลในระบบเศรษฐกิจ แต่ยังคงคำนึงถึงมุมมองของผู้เล่นทั้งหมดในตลาด ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้รับจ้างอิสระ รัฐบาล ผู้ดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

ที่ผ่านมา รัฐบาลไทยได้ลงมือทำไปบ้างแล้ว แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ เช่น Grab และ Uber ได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาที่ผ่านมา รวมทั้งการให้บริการห้องพักผ่าน Airbnb ที่เพิ่มมากขึ้น โดยในเดือนกันยายน มีที่พักให้เช่าในกรุงเทพฯ ประมาณ 8,900 แห่ง เพิ่มขึ้นจาก 4,600 แห่งในปี 2015 ซึ่งใน 7 เดือนแรกของปี 2016 ครั้งหนึ่งของที่พักเหล่านี้มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยมากกว่า 60% ต่อเดือน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาพร้อมกับแผนการเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและสังคมยุค 4G และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารแบบไร้พรมแดน Sharing Economy จึงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว

ในขณะที่ในต่างประเทศได้เริ่มมีการวางกฎเกณฑ์ใหม่เพื่อรองรับ Sharing Economy แล้ว แต่รัฐบาลไทยในปัจจุบันยังไม่ได้กำหนดให้มีการใช้หรือปรับแก้กฎหมายใด ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว แต่ยังคงใช้กฎหมายเดิมเพื่อกำหนดตลาด เช่น ในเดือนมิถุนายนที่ผ่านมากรมการขนส่งทางบกได้สั่งหยุดการให้บริการของ Grab Bike และ Uber Moto เนื่องจากการบริการของธุรกิจดังกล่าวขัดกับกฎระเบียบของการขนส่งสาธารณะ ซึ่งช่องโหว่ในนโยบายที่เกี่ยวกับ Sharing Economy ดังกล่าวจะทำให้ธุรกิจไทยขาดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ จากการต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคจากข้อบังคับของกรอบกฎหมายที่ล้าสมัย อย่างไรก็ตาม สมมาตรต่าง ๆ ในไทยไม่ได้ละเลยประเด็นดังกล่าว โดยมีความพยายามคิดค้นนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น สมาคมผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างแห่งประเทศไทยได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน Go Bike ซึ่งพัฒนาในไทย เพื่อแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่กระทบต่อแอปพลิเคชันเรียกรถบริการแท็กซี่ในลักษณะเดียวกัน เช่น Grab และ Uber จากประเด็นข้างต้น อีไอซีจึงเห็นว่าแนวโน้มของ Sharing Economy มีความชัดเจน โดยจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในเศรษฐกิจไทยต่อไปในอนาคต ดังนั้น การพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะต่อไป

ธุรกิจแบบแบ่งปันเป็นลักษณะของรูปแบบธุรกิจที่ขึ้นกับการแลกเปลี่ยน การขาย หรือให้เช่า โดยเป็นบริการที่ให้เข้าถึงความเป็นเจ้าของ ไม่ใช่แค่เพียงบริโภคทรัพยากรที่มีให้หมดไป แต่เป็นการนำมาบริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด คู่ค้าและเท่าเทียมที่สุด โดยมีรูปแบบธุรกิจนั้นมีอยู่ 3 รูปแบบที่แตกต่างกันออกไปคือ ธุรกิจสู่ผู้บริโภค (B2C) บุคคลสู่บุคคล (P2P) และธุรกิจสู่ธุรกิจ (B2B) (Botsman, 2013) แต่ในงานวิจัยนี้ จะมุ่งความสนใจไปที่รูปแบบในลักษณะของบุคคลสู่บุคคล (P2P) ซึ่งเป็นลักษณะของการลดคนกลาง ทำให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของผู้อื่นที่เราต้องการได้โดยตรง Hamari, Sjöklint, and Ukkonen (2016) พบว่าปัจจัยของความยั่งยืนของธุรกิจแบบแบ่งปัน คือความยืดหยุ่นในการบริโภค และเศรษฐกิจส่งผลอย่างเป็นประโยชน์ให้กับพฤติกรรมความตั้งใจที่จะเข้ามามีส่วนใน รูปแบบการแบ่งปันแบบบุคคลสู่บุคคล หรือ P2P และให้คำนิยามอย่างเป็นทางการของการบริโภคร่วมกันว่าเป็นเหมือนกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยใช้พื้นฐานของ P2P ในการรับ และการให้ หรือการแบ่งปันการเข้าถึงสินค้าและบริการ ผ่านการประสานงานโดยการใช้บริการออนไลน์

การเติบโตของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนั้น ถูกเติมเต็มด้วยอินเทอร์เน็ต และสื่อกลางทางสังคม หรือเรียกได้อีกชื่อหนึ่งว่าธุรกิจเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เป็นการดำเนินงานในรูปแบบระบบธุรกิจที่แตกต่างจากเดิมโดยใช้รูปแบบทำให้ผู้บริโภคได้พบกันตัวต่อตัวเพื่อที่จะแจกจ่าย

ความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรของผู้อื่นได้ ความสามารถในการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่เป็นกุญแจของกิจกรรมที่เกิดขึ้นร่วมกัน โดยไปที่กระบวนการผสมผสานดิจิทัล เทคโนโลยีเข้ามาใช้อย่างต่อเนื่องในโครงสร้างทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Botsman & Roger, 2010)

เทคโนโลยีสารสนเทศระดับเครือข่ายและการบริการแบบกลุ่มเมฆ เปิดโอกาสให้ผู้คนได้เข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาต้องการ และเชื่อมโยงให้คนเข้ากับทรัพยากรให้ง่ายและสะดวกขึ้นผ่านการคลิกเพียงครั้งเดียว (กิจกรรมการได้รับ การให้ และการแบ่งปันในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นกับรูปแบบบุคคลต่อบุคคล เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารกันบนบริการออนไลน์ (Hamari et al., 2016) โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นสื่อกลางของเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ที่มุ่งให้ความสนใจไปที่การหาวิธีในการเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ให้ง่ายและรวดเร็วขึ้น จากกรณีศึกษาในงานวิจัยที่เลือกแอปพลิเคชันอูเบอร์ ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันมือถือที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ที่มียานพาหนะเข้ากับผู้โดยสาร ในวิธีการที่สะดวกสบายและมีประสิทธิภาพ การเชื่อมต่อผ่านทางสมาร์ตโฟนทำให้ผู้คนสามารถเสนอและเรียกรถเดินทางได้เมื่อไหร่ก็ตามที่พวกเขาต้องการ หรือที่ไหนก็ตามที่พวกเขาต้องการ จากการแข่งขันด้านการขับขี่ยานยนต์ที่มีประสิทธิภาพ (Yousef, Chatti, Wosnitza, & Schroeder, 2015) ได้กล่าวถึงการข้ามผ่านแต่ละภาคส่วน หรือกลุ่มทางเศรษฐกิจ อำนาจที่เคลื่อนที่ออกจากสถาบันใหญ่ กลายเป็นศูนย์กลางไปสู่เครือข่ายของบุคคลและชุมชน นั่นคือผู้ที่มีอำนาจในทรัพย์สิน การให้อำนาจที่เท่าเทียมที่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญเริ่มจากการได้รับประสบการณ์ของสังคมของผู้บริโภคที่อยู่หนึ่งสู่การมีบทบาทมากขึ้น

รูปแบบธุรกิจแบบแบ่งปันนั้นจะเกิดขึ้นมาเป็นเวลามากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไปมีบทบาทอย่างมากในการทำให้การติดต่อสื่อสาร และการสร้างความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ หลากหลายงานวิจัยที่พูดถึงการเข้าไปมีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการขับเคลื่อนการทำงานภายใต้แนวคิดการบริโภคร่วมกัน หรือเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เพื่อที่จะเอื้อให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงซึ่งทรัพยากรร่วมกันได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วขึ้น (Botman & Roger, 2010) การนำ Web Technology และ Mobile Technology มาใช้เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินแต่ละคนให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมภายใต้รูปแบบธุรกิจบุคคลต่อบุคคล (P2P) (Cohen & Kietzmann, 2014) ในการสร้างความเติบโตด้านการรับรู้ของผู้บริโภค การเพิ่มจำนวนของเครือข่ายชุมชนการบริโภคร่วมกันผ่านทางระบบปฏิบัติการออนไลน์ (Hamari et al., 2016) กล่าวคือระบบนี้ ทำให้กลุ่มคนสามารถเข้ามามีส่วนในกิจกรรมทาง

เศรษฐกิจรูปแบบนี้ได้เท่าที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เทคโนโลยีนี้ยังถูกนำไปประยุกต์ใช้โดยผู้ค้าและเครือข่ายชุมชนระดับท้องถิ่นหรือคนทั่วไป เพื่อที่ใช้ในการเสาะแสวงหาการได้มาซึ่งความต้องการที่แตกต่างกัน ครอบคลุมถึงสี่กลุ่มนวัตกรรมคือ ระบบการแบ่งปันการจัดการที่อยู่ การแบ่งปันการจับจีหรือพาหนะตลาดการจ้างงานแบบบุคคลสู่บุคคล และการหมุนเวียนทรัพยากรแบบบุคคลสู่บุคคล ทั้งสี่กลุ่มนี้ เป็นระบบทางนวัตกรรมที่ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีสารสนเทศ ยกระดับ เปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคและคนทำงาน ให้ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ เช่น ทรัพย์สิน เวลา และทักษะต่าง ๆ เพื่อสร้างเป็นรายได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้งานทรัพยากร ความแพร่หลายของการใช้ Mobile Technology นั้นยังสนับสนุนกิจกรรมทางการบริโภค โดยการดูแลพฤติกรรมผู้คนโดยอัตโนมัติ และแนะนำแนวทางการปรับปรุงที่เป็นไปได้ ความคิดนี้ เป็นระบบที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความเคลื่อนไหว เพื่อช่วยในการวิเคราะห์หาโอกาสสำหรับการแบ่งปันรถหรือการจับจี อีกทั้งยังแสดงถึงความเป็นไปได้ หรือแนวทางในการลดประเด็นที่เกี่ยวข้องด้านการจราจร ดังนั้นผู้ทำการวิจัยได้ยกเอากรณีศึกษาของแอปพลิเคชันอูเบอร์ ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ที่เข้ามาช่วยเชื่อมโยงระหว่างบุคคลที่มีความต้องการบริโภคพร้อมกัน 2 กลุ่มให้เกิดความกระตือรือร้นในการแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน (Matzler, Veider, & Kathan, 2015)

#### กฎหมายดิจิทัลรับมือเศรษฐกิจแบ่งปัน

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งผู้ประกอบการ และผู้บริโภคซึ่งต้องเตรียมรับมือ เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก คือ เรื่องความปลอดภัยที่ต้องมีการปรับ โดยเฉพาะกฎหมายดิจิทัลจะมาช่วยได้อย่างไร บ้างนั้น อยากให้ไปพิจารณาเรื่องของการเอาผิด กรณีตัวอย่างของการพบสินค้าปลอมแปลง หรือกรณีที่เกิดขึ้นใน Airbnb ที่คนนำบ้านมาให้คนพัก แต่คนพักเที่ยวมาทำให้ที่พักเสียหาย จึงต้องไปดูว่ากฎหมายรองรับเรื่องการฟ้องร้องว่าสามารถทำได้ครอบคลุมอย่างไร เพราะเป็นการ “ทำธุรกรรมข้ามประเทศ” การเข้าไปตรวจสอบทั้งคนที่จำหน่าย และคนใช้บริการ การเอาผิดทางกฎหมายสามารถดำเนินการได้หรือไม่ เพราะหากเกิดกรณีนี้หมายถึงเราไม่ผ่านในจุดแรกคือความซื่อสัตย์ กับความจริงใจ แล้วจะแก้ปัญหาได้อย่างไร รวมถึงการทำเงื่อนไข การปรับหรือหักค่าเสียหาย ตัวอย่างเหล่านี้เป็นส่วนที่กฎหมายดิจิทัลจะต้องเขียนให้ครอบคลุมไปถึงรูปแบบของดิจิทัลที่หลากหลาย และคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้งานเป็นหลักอีกด้วย ผู้บริโภคเองก็ต้องดูให้มั่นใจในเรื่องความปลอดภัยสำหรับการเข้าไปสมัครใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า หรือการใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งส่วนหนึ่งคือใช้วิจารณญาณของตนเอง และอีกส่วนที่ช่วยได้คือเจ้าของเว็บไซต์ต้องให้เรตติ้ง และมีการแพลตฟอร์มมีประวัติที่ไม่ดีของสินค้าหรือบริการ

รายได้ เพราะโดยคอนเซ็ปต์ของการทำเศรษฐกิจแบ่งปันข้อมูลต้องเปิดกว้างที่สุดเพื่อให้ความเป็นธรรมกับทุกคน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของเจ้าของเว็บไซต์ที่จะให้ข้อมูล โดยนำระบบมาเป็นตัวช่วยประกอบการพิจารณาของผู้บริโภค ในต่างประเทศกรณีที่มีคนทำความผิดขึ้น เช่น นำของปลอมมาจำหน่าย หรือไปใช้บริการบ้านเช่าแล้วทำบ้านเสียหาย ก็จะมีการทำเรตติ้งเช่นกัน และมีมาตรการลงโทษ เพราะประวัติสามารถตรวจสอบได้จาก User ID โดยอาจจะมีการตัดสิทธิ หรือปรับ ไปจนถึงลงโทษทางกฎหมาย และผู้ลงทะเบียนจะต้องบอกตัวตนที่สามารถติดตามได้ เพราะระบบเศรษฐกิจแบ่งปันเป็นระบบที่พึ่งพิงซึ่งกันและกัน จึงต้องช่วยกันตรวจสอบ

สิ่งที่น่าจับตาสำหรับในด้านผู้ประกอบการ คือ ความต่างระหว่างธุรกิจทั่วไปกับ เศรษฐกิจแบ่งปันที่เน้นให้ทุกคนมีโอกาสเท่ากัน คนที่ไม่มีโอกาสในเวลาปกติก็ช่วยให้มีโอกาสดังนั้นการที่ผู้ประกอบการปกติมาเข้าไปในธุรกิจของเศรษฐกิจแบ่งปัน ก็จะไม่ตรงตามวัตถุประสงค์นั้น เพราะจะกลายเป็นช่องทาง (Channel) ในการทำธุรกิจซึ่งจะไม่ต่างไปจากเศรษฐกิจทั่วไป โดยธรรมชาติรูปแบบทางธุรกิจจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เช่น ในเว็บไซต์ที่เคยมีการแลกเปลี่ยนสินค้าเมื่อเป็นที่นิยมอย่าง Alibaba ก็จะมีผู้ประกอบการหรือสินค้าแบรนด์เนมกระโดดลงมาเล่นในช่องทางนี้ด้วย เพราะแรงจูงใจสูญเสียโอกาสการขาย ถ้ามองถึงข้อดีข้อเสียมัน ขึ้นอยู่กับว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้ความเชื่อสัต์เปลี่ยนไป หรือเกิดความไม่เท่าเทียมหรือไม่ หากคอนเซ็ปต์เปลี่ยนไป ก็จะไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของเศรษฐกิจแบ่งปัน และต้องมีการปรับโมเดลใหม่

#### โลกธุรกิจต้องปรับตัว

จากเศรษฐกิจโลกที่มีการพัฒนา และมีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ Digital Economy จนมาถึงวิวัฒนาการอีกขั้นคือเศรษฐกิจแบ่งปัน หรือ Sharing Economy ที่หมายถึง การให้โอกาสทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นคนที่มี หรือไม่มีประสบการณ์ มีหรือไม่มีเงินทุน ทุกคนมีโอกาสเท่ากัน ซึ่งในทางธุรกิจ เศรษฐกิจแบ่งปัน เหมาะสำหรับธุรกิจพอเพียงให้การช่วยเหลือ มีการแลกกัน การระดมหาเงินทุนด้วยกัน นับว่าวิธีการของเศรษฐกิจแบ่งปันมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งระบบธุรกิจของประเทศไทยที่มีลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) อยู่มาก

หากนำเศรษฐกิจแบ่งปันมาใช้ให้ดี อาจจะช่วยทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นก็ได้ เพราะช่วยให้เกิดการแชร์ความคิด ตลอดจนการแชร์สิ่งของ ก่อให้เกิดระบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพราะในความเป็นจริงนั้นสังคมไทยเรามีการพึ่งพาอาศัยกันมาก ก็เป็นโอกาสที่จะทำให้เป็นรูปแบบ อย่างในประเทศ



อังกฤษก็มีการให้คำแนะนำเรื่องเศรษฐกิจแบ่งปัน ทั้งวิธีการที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลและเหมาะสม ส่วนสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องระมัดระวัง และเพื่อเป็นแนวทางที่ทำให้ประสบความสำเร็จในประการแรก คือ ต้องทำความเข้าใจคอนเซ็ปต์ก่อนว่า หัวใจของเศรษฐกิจแบ่งปันนั้นมาจากความไว้วางใจ (Trust) และความซื่อสัตย์ (Honesty) เพราะการจะเปิดบ้านให้คนมาอยู่ นำรถยนต์ไปให้คนยืมขับ หรือแลกเปลี่ยนกันนั้น ต้องมีความเชื่อใจในระดับหนึ่ง จะทำสิ่งนี้ได้ต้องสร้างบรรยากาศให้เกิดว่าเรามีความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือ หรือเราจะขายอะไร แลกอะไร จะต้องให้มั่นใจว่าเราจะไม่ได้นำของลอกเลียนแบบมาหลอกว่าเป็นของจริง

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดี เพราะเป็นการแบ่งปันกัน ต้องระลึกว่าไม่ได้ขายของ (Product) แต่ขายประสบการณ์ (Experience) ยกตัวอย่าง บ้านที่นำมาลงในเว็บไซต์ไม่ได้บอกถึงเรื่องราวบ้าน แต่ชูจุดเด่นทางด้านประสบการณ์ที่จะได้ เช่น การเข้าพักอาศัยที่บ้านนี้ จะได้บรรยากาศของบ้านแบบไหน หรือไลฟ์สไตล์แบบไหน เป็นต้น วิธีการคือเราต้องหาจุดขาย และเน้นจุดแข็งที่มีว่าคืออะไร แล้วดึงออกมาเพื่อสร้างประสบการณ์ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ

ผู้ประกอบการต้องมีระบบที่ดีพอเพื่อคัดกรองคนที่จะมาเป็นลูกค้า ผู้รับบริการ และคู่ค้าที่นำของมาแลกเปลี่ยนกัน เพราะหากยอมให้เข้ามาอยู่บ้านเราหรือยอมให้ใช้รถยนต์ ต้องมีการคัดกรองเพื่อตรวจสอบประวัติกันด้วย เช่น ในต่างประเทศมีวิธีการที่ดี หากจะเข้าบ้านผ่าน Airbnb นั้น ต้องมีการลงทะเบียนอย่างเป็นทางการ และต้องบอกว่าเป็นใคร ยอมให้บัตรประจำตัว (National ID) เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการปลอมแปลง หรือความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัย ซึ่งหากดูตัวอย่างของความผิดพลาดของ Alibaba เว็บไซต์ขายส่งที่ใหญ่ที่สุดในโลกตอนนี้ แม้จะประสบความสำเร็จเป็นอันมาก แต่ปัญหาตอนนี้คือมีสินค้าที่เป็นของปลอมมากเช่นกัน ซึ่งต้องมีมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงลงด้วย

สำหรับผลกระทบในแง่ธุรกิจก็ต้องมีการปรับตัวอย่างมาก เพราะจะมีผู้เล่นมากขึ้น ทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกัน ใครที่มีของดี คิดจุดแข็งได้ก็มีโอกาสเกิดได้ แทนที่ในอดีตจะต้องเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่เท่านั้น เพราะเราจะมีระบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีระบบที่มีความซื่อสัตย์สามารถไว้วางใจต่อกันได้ ต่อไปบริษัทต่าง ๆ อาจต้องวิเคราะห์ว่าจะมีอะไรมากระทบหรือไม่ เช่น ธุรกิจโรงแรมต้องหันมามองลักษณะแบบเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในเศรษฐกิจแบ่งปันมากขึ้น ต้องวิเคราะห์ว่าจำนวนลูกค้าจะลดลงหรือไม่ หรือระบบการแลกเปลี่ยนหรือขายสินค้าได้รับความนิยมสูงขึ้น ถ้าทำเป็นเรื่องเป็นราว เป็นระบบน่าจะได้รับความนิยมสำเร็จ เพราะคนไทยนิยมการซื้อสินค้าจาก

การเปิดท้ายขายของอยู่แล้ว แสดงให้เห็นว่ามีการยอมรับ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และทำให้เศรษฐกิจไหลเวียน คนที่ไม่เคยมีโอกาสก็เป็นโอกาส เพราะเป็นการช่วยเหลือกัน

ตารางที่ 2.2 แพลตฟอร์ม Sharing Economy

สินทรัพย์	ตัวกลาง	ความต้องการในตลาด	ส่วนแบ่งของบริษัท
เงินออมส่วนเกิน	ธนาคาร	สินเชื่อ	ส่วนต่างระหว่างดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยเงินกู้
รถยนต์หรือมอเตอร์ไซด์	แพลตฟอร์มเรียกรถยนต์	การเดินทางให้ถึงจุดหมาย	ค่าธรรมเนียมในการเรียกรถหรือค่านายหน้าจากค่าโดยสาร
ห้องว่าง	แพลตฟอร์มห้องพัก	ที่พักระหว่างการเดินทาง	ค่าธรรมเนียมในการจองห้องพักหรือค่านายหน้าจากค่าห้องพัก

ที่มา: กรมฯพล สิริมงคลรุจิกุล, 2560

การพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะต่อไป

1) Airbnb ก่อตั้งโดย Blecharczyk, Chesky และ Gebbia เป็นแพลตฟอร์มที่ต่อ ยอดบริการ Bed and Breakfast คือเป็นการเปิดบ้านส่วนตัวให้คนนอกเข้าพัก และใช้ชีวิตอยู่กับเจ้าของบ้าน พร้อมอาหารเช้าให้ทานร่วมกัน เปิดตัวครั้งแรกในปี 2008 ปัจจุบันได้รับความนิยมใช้กันทั่วโลก มีผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ยกว่า 425,000 รายต่อคืน และมีเครือข่ายการให้บริการใน 190 ประเทศ ข้อดีของ Airbnb คือ ได้ที่พักซึ่งราคาและขนาดห้องดีกว่าจ่ายเงินค่าโรงแรมเสียอีก

2) Grab โมเดลเดียวกับ Uber แต่ Grab บริการจากมาเลเซีย ตอบโจทย์ปัญหาการเรียกรถแท็กซี่ที่ไม่ไปส่งลูกค้า โดยมี Grab Taxi เป็นตัวชูโรง ซึ่งแนวคิดของ Grab Taxi จะแตกต่างกับ Uber ตรงที่ Grab Taxi จะต้องบอกจุดหมายปลายทาง เพื่อให้เป็นการพอใจกันทั้งคนใช้และผู้ให้บริการ ส่วน Uber คนขับจะไม่รู้จุดหมายปลายทาง จนกว่าจะกดรับผู้โดยสาร นอกจากนี้ราคาค่าโดยสารของ Grab Taxi จะแพงกว่ารถแท็กซี่พอสมควร ที่สำคัญยังมี Grab Car และ Grab Bike ที่ให้บริการรับส่งผู้โดยสาร พัสดุ และเอกสาร

3) Spotify เป็นการให้บริการเช่าเพลงออนไลน์ แล้วเสียค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน มีเพลงให้เลือกฟังหลากหลายแนว จัดกลุ่มเป็น Playlist ได้ และมีบริการฟังแบบออฟไลน์ด้วย

4) Taskrabbitt คือ ตลาดแรงงานออนไลน์ ที่เน้นการสร้างงานกับคนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง โดย Taskrabbitt เริ่มต้นจาก Busque เกิดความคิดที่จะให้คนในชุมชนทำงาน

เล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น รับจ้างซักผ้ารีดผ้า ชื่อของในซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการลงทะเบียนกับเว็บไซต์ และยังขยายไปสู่การหางานอื่น ๆ ซึ่งผู้ลงทะเบียนสามารถระบุงาน สถานที่ เวลาและราคาได้อีกด้วย

5) DogVacay คือการบริการที่พักให้กับสุนัข เนื่องจากว่าการไปฝากเลี้ยงสุนัขตามร้านให้บริการมีราคาแพงเกินไป จึงมีการเปิดบ้านเพื่อรับฝากเลี้ยงสุนัขสำหรับคนที่ต้องการและมั่นใจได้ว่าสุนัขจะอยู่ภายใต้การดูแลของคนที่รักสุนัขเหมือนกันนั่นเอง

6) Spinlister เป็นบริการให้เช่าจักรยานของตัวเอง โดยได้ค่าตอบแทนเป็นเงิน โดยสามารถถ่ายรูปจักรยานของคุณอัพโหลดผ่านเว็บไซต์ Spinlister ระบุระยะเวลา สถานที่ตั้ง และราคาให้เช่า ซึ่งคนที่อยากเช่าจักรยานก็สามารถเปิดแอปดูได้ว่าในบริเวณใกล้เคียงมีจักรยานให้เช่าตรงไหนบ้าง ปัจจุบัน Spinlister ขยายตัวไปในเมืองใหญ่ ๆ อย่างซานฟรานซิสโก นิวยอร์ก ลอนดอน เป็นต้น

7) Bellhops คือ บริษัทรับเคลื่อนย้ายสิ่งของตามบ้านเรือน โดยการว่าจ้างนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมาเป็นพนักงานขนของ แล้วแบ่งรายได้ให้ส่วนหนึ่ง นับว่าเป็นโมเดลธุรกิจที่ทำให้นักศึกษาที่มีรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

8) Leftover Swap ปัญหาหนึ่งในอเมริกาคือการบริโภคที่มากเกินไป และมีอาหารเหลือทิ้งจำนวนมาก ซึ่งยังมีคนหิวโหยและขาดอาหารอยู่มากเช่นกัน ฉะนั้น Leftover Swap จึงถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อตอบ โจทย์นี้ เมื่อมีอาหารที่ไม่ต้องการแล้ว สามารถเลือกที่จะให้อาหารเหลือทิ้งกับคนที่ต้องการได้

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

น้ำทิพย์ เกิดน้อย (2558) ทำการศึกษาเรื่องการให้อำนาจของแอปพลิเคชันเพื่อการเดินทาง ในลักษณะแบ่งปันในมุมมองจากผู้ขับและผู้โดยสาร กรณีศึกษา แอปพลิเคชันอุเบอร์ โดยใช้ทฤษฎีการให้อำนาจในการศึกษาการให้อำนาจของแอปพลิเคชันที่มีต่อผู้ใช้งาน ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันอุเบอร์ ได้แก่ ผู้ขับรถ และผู้โดยสาร และใช้การอธิบายในสามมิติของกระบวนการให้อำนาจคือ การให้อำนาจด้านโครงสร้าง การให้อำนาจด้านจิตวิทยา และการให้อำนาจด้านทรัพยากร เพื่อการเสริมสร้าง โครงสร้างชุมชน เศรษฐกิจการเดินทางแบบแบ่งปันที่แข็งแกร่ง การตอบสนองความต้องการและการเข้าถึงบริการ การจัดการทรัพยากร และการทำให้เกิดความปลอดภัย ของผู้ใช้งานในชุมชน และใช้ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information Success Model) เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมคุณภาพในด้านต่าง ๆ ของระบบสารสนเทศได้แก่คุณภาพของข้อมูล (Information

Quality) คุณภาพของระบบ (System Quality) และคุณภาพการบริการ (Service Quality) เพื่อการตอบ โจทย์ความต้องการของผู้งานให้มากขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันอุเบอร์ให้อำนาจกับผู้ใช้งานในการเสริมสร้างโครงสร้างชุมชนเศรษฐกิจแบบแบ่งปันผ่านกระบวนการให้อำนาจด้านโครงสร้างนำไปสู่การให้อำนาจด้านทรัพยากร ทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงทรัพยากร และมีอำนาจในการจัดการทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ นำไปสู่กระบวนการในการให้อำนาจด้านจิตวิทยา ในการสร้างความไว้วางใจในแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เสริมสร้างโครงสร้างชุมชน เกิดความรู้สึกปลอดภัย อุ่นใจ ลดช่องว่างของความรู้สึกกดดันในการบริโภคสินค้าและบริการในเศรษฐกิจแบบแบ่งปันร่วมกับผู้อื่นและในด้านคุณภาพของแอปพลิเคชันอุเบอร์พบว่า ผู้ใช้งานทั้งผู้ขับรถและผู้โดยสารต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ในขณะที่ในด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) นั้นผู้ใช้งานที่เป็นผู้โดยสารมองว่าคุณภาพระบบนั้นดีอยู่แล้ว แตกต่างจากผู้ขับรถที่ยังต้องการให้มีการปรับปรุง และในด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ผู้ใช้งานต้องการให้มีการปรับปรุง และรักษามาตรฐานต่อไปเรื่อย ๆ

สิริกัญญา โฉมวิไลกุล (2561) ทำการศึกษาเรื่องปัญหากฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดทางแพ่งของธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปัน ศึกษากรณีธุรกิจให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชัน วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดทางแพ่งของธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยมุ่งเน้นธุรกิจให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชันเป็นกรณีศึกษาโดยนำเสนอแนวคิดของเศรษฐกิจแบ่งปันและลักษณะธุรกิจเศรษฐกิจแบ่งปันการดำเนินธุรกิจให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชันในประเทศไทย และพิจารณานิติสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชัน ประกอบกับกฎหมายที่ใช้ในประเทศไทยปัจจุบันจากนั้นก็วิเคราะห์ความรับผิดทางแพ่งเมื่อเกิดความเสียหายจากการให้บริการฯ จากการศึกษาพบว่า การให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชันเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ดำเนินการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ทำให้ยังไม่มีกฎหมายที่ชัดเจนในการดูแลควบคุมกำกับนิติสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชันจึงเป็นไปตามหลักกฎหมายทั่วไปเรื่องสัญญาและเมื่อเกิดความเสียหายใด ๆ จากการให้บริการดังกล่าวจะเรียกให้รับผิดตามหลักกฎหมายแพ่งทั่วไปเรื่องละเมิด นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการสามารถได้รับความคุ้มครองและเรียกให้ชดใช้ค่าเสียหายจากบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

## 2.4 งานวิจัยในต่างประเทศ

Hamari et al. (2016) ทำการศึกษาเรื่อง The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption จากการศึกษาการบริโภคแบบร่วมมือกัน กิจกรรมที่ใช้ Peer-to-Peer Based กับบริการให้บริการให้หรือแบ่งปันการเข้าถึงสินค้าและบริการประสานงานผ่านชุมชน ตามบริการออนไลน์การบริโภคแบบร่วมมือกัน ได้รับการคาดหมายว่าจะช่วยบรรเทาปัญหาสังคม เช่น การบริโภคที่มากเกินไปมลภาวะและความยากจนโดยลดค่าใช้จ่ายในการประสานงานทางเศรษฐกิจภายในชุมชน อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากหลักฐานพอสมควรแล้วยังมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าทำไมผู้คนถึงมีส่วนร่วมในการบริโภคแบบร่วมมือกัน ดังนั้นในบทความนี้จะตรวจสอบแรงจูงใจของผู้คนที่เข้าร่วมในการบริโภคแบบร่วมมือกัน การศึกษาใช้ข้อมูลการสำรวจ (N = 168) ที่รวบรวมจากผู้ลงทะเบียนในไซต์การบริโภคแบบร่วมมือกัน ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในการบริโภคแบบร่วมมือกันนั้น เกิดจากปัจจัยหลายประการเช่นความยั่งยืนความเพลิดเพลินของกิจกรรมและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ รายละเอียดที่น่าสนใจ ผลลัพธ์คือความยั่งยืนไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการมีส่วนร่วมเว้นแต่ว่าในเวลาเดียวกันจะเกี่ยวข้องกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริโภคแบบร่วมมือกัน สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนอาจเป็นเพียงปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริโภคระบบนิเวศเป็นสิ่งสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้นผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าในการบริโภคแบบร่วมมือกัน มีช่องว่างของทัศนคติและพฤติกรรม ผู้คนรับรู้กิจกรรมในเชิงบวกและพูดสิ่งที่ดีเกี่ยวกับกิจกรรมนี้ แต่ทัศนคติที่ดีไม่จำเป็นต้องแปลเป็นการกระทำ

Zervas, Proserpio, and Byers (2017) ทำการศึกษาเรื่อง The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry จากการศึกษาเศรษฐกิจแบบแบ่งปันได้กลายเป็นซัพพลายเออร์ทางเลือกของสินค้าและบริการแบบดั้งเดิมที่จัดทำโดยอุตสาหกรรมที่มีมายาวนาน ผู้วิจัยสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจของการแบ่งปันเศรษฐกิจกับบริษัทที่ดำรงตำแหน่ง โดยศึกษากรณีของ Airbnb ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่โดดเด่นสำหรับที่พักระยะสั้น และวิเคราะห์การเข้าสู่รัฐเท็กซัสของ Airbnb และประเมินผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมโรงแรมของรัฐเท็กซัสในทศวรรษต่อ ๆ มา ในออสเตรเลียซึ่งอุปทาน Airbnb สูงที่สุดผลกระทบเชิงสาเหตุต่อรายได้ของโรงแรมอยู่ในช่วง 8% – 10% ยิ่งไปกว่านั้นผลกระทบนี้เป็นแบบ No Uniform โดยมีโรงแรมราคาถูกและโรงแรมที่ไม่รองรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากการกำหนดราคาห้องพักในโรงแรมน้อยกว่าซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคทุกคน ไม่ใช่

เพียงแต่ผู้มีส่วนร่วมในเศรษฐกิจแบ่งปันเท่านั้น การตอบสนองของราคานั้นเด่นชัดเป็นพิเศษในช่วงที่มีความต้องการใช้งานสูงสุดเช่นในช่วงใต้โดยเทศกาลของทางตะวันตกเฉียงใต้

Fraiberger and Sundararajan (2015) ตรวจสอบสวัสดิการและผลกระทบการกระจายตัวของการแนะนำตลาดการเช่าที่เปิดใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบ Peer-to-Peer สำหรับสินค้าคงทนในรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงที่ต้นทุนการทำธุรกรรมและอัตราค่าเสื่อมราคา อาจแตกต่างกันไปตามความหนาแน่นของการใช้งาน และอัตราการใช้สินทรัพย์ โมเดลดังกล่าวได้รับการทดสอบด้วยข้อมูลอุตสาหกรรมยานยนต์ของสหรัฐอเมริกาและข้อมูลธุรกรรมระดับ 2 ปีที่ได้รับจาก Getaround ซึ่งเป็นตลาดรถเช่าขนาดใหญ่แบบ Peer-to-Peer การวิเคราะห์เชิง Counterfactual แสดงให้เห็นว่าการแนะนำของการเช่าแบบ Peer-to-Peer นำไปสู่การทดแทนการเช่าเพื่อการเป็นเจ้าของการลดราคาสินค้ามือสองและส่วนเกินของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยจะได้รับส่วนแบ่งที่ไม่ได้สัดส่วนของการได้รับสวัสดิการขั้นสุดท้ายจากการแบ่งปันเศรษฐกิจแบบนี้ผ่านการรวมที่กว้างขึ้นการบริโภคที่อิงกับคุณภาพการเช่าที่สูงขึ้น โดยรวมข้อสรุปของพวกเขาแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการจัดสรรใหม่และการแจกจ่ายซ้ำเมื่อมีการนำเสนอตลาดแบบ Peer-to-Peer ใหม่

Fradkin (2017) ใช้ข้อมูลภายในจาก Airbnb เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของตลาดออนไลน์สำหรับการเช่าที่อยู่อาศัยและผลกระทบของอัลกอริทึมการจัดอันดับที่แตกต่างกันซึ่งผู้ค้าจะจับคู่กัน แสดงให้เห็นว่ามีโอกาสเป็นลูกคามีส่วนร่วมในการค้นหาที่จำกัด ถูกปฏิเสธบ่อยครั้งโดยโฮสต์และจับคู่ด้วยอัตราที่ต่ำกว่า จากนั้นจึงประเมินรูปแบบการค้นหาและการจับคู่เพื่อแสดงให้เห็นว่าหากมีการลบความเสียหายออกจะมีการแข่งขันในตลาดมากขึ้น จากนั้นจึงเปรียบเทียบอัลกอริทึมการจัดอันดับหลายรายการและแสดงให้เห็นว่าอัลกอริทึมส่วนบุคคลจะเพิ่มอัตราการจับคู่

Ranchordas (2015) เขียนบทความพิจารณาประเด็นด้านกฎระเบียบในการปกป้องผู้ใช้บริการที่ใช้ร่วมกันจากการถือโอกาสความรับผิดชอบและผู้ให้บริการที่ไม่มีทักษะในขณะเดียวกันก็หลีกเลี่ยงการยับยั้งนวัตกรรมในภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง บทความถามว่า “กฎข้อบังคับของการปฏิบัติเหล่านี้ควรมีเป้าหมายเดียวกันกับกฎที่มีอยู่แล้วสำหรับบริการเชิงพาณิชย์ที่เทียบเท่า” และวิธีการที่ระเบียบควรปฏิบัติให้สอดคล้องกับลักษณะการพัฒนานวัตกรรมเหล่านี้ได้อย่างไร โดยรวมแล้วกระดาษแนะนำ จำกัด แต่กฎระเบียบเฉพาะของการแบ่งปันเศรษฐกิจ เพื่อสรุปการวิเคราะห์ที่มีอยู่ในปัจจุบันเกี่ยวกับเศรษฐกิจการแบ่งปันแสดงให้เห็นว่าการเข้าสู่แพลตฟอร์มการแบ่งปันเศรษฐกิจ

ไม่เพียง แต่จะเพิ่มส่วนเกินของผู้บริโภค แต่ยังเพิ่มผลกำไรของ บริษัท การค้นพบยังชี้ให้เห็นว่าการเติบโตของแพลตฟอร์มเศรษฐกิจที่ใช้ร่วมกันสามารถส่งผลกระทบต่อการศึกษาเป็นเจ้าของและอัตราค่าเช่าสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการและยังสามารถลดยอดขายของผลิตภัณฑ์และสวัสดิการผู้บริโภค พวกเขายังแนะนำว่าต้องให้ความสนใจในการออกแบบกลไกเช่นการกำหนดราคาที่เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างสมดุลระหว่างอุปทานของผู้ให้บริการและอุปสงค์ ยกตัวอย่างเช่นค่อนข้างต่อต้านการเพิ่มราคาในสถานที่ที่ผู้ให้บริการควรย้ายอาจมีประสิทธิผลมากกว่าการทำเช่นนั้น ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการควรย้ายไป

Sung, Kim, and Lee (2018) เป็นบทความแรกที่นำเสนอรูปแบบบูรณาการของตลาดสองด้านของ Airbnb ซึ่งเป็นองค์กรทางเศรษฐกิจที่มีการแบ่งปันอย่างรุนแรงจากมุมมองของผู้บริโภคและผู้ให้บริการ แบบจำลองการวิจัยของบทความนี้พิสูจน์ผลกระทบของเครือข่ายซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดของบริการบนแพลตฟอร์มทั้งในรุ่นสำหรับผู้บริโภคและผู้ให้บริการออกแบบแบบจำลองบูรณาการซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ของแต่ละด้านปรับปรุงผลกระทบเครือข่ายของอีกฝ่าย ว่าแพลตฟอร์มเครือข่ายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับตลาดสองทางที่จะเปิดใช้งาน นอกจากนี้ยังพยายามปรับปรุงความสมบูรณ์ของแต่ละรุ่น โดยตรวจสอบตัวแปรที่กล่าวถึงบ่อย ๆ ในโมเดล ผู้บริโภคและผู้ให้บริการที่มีอยู่ ในการศึกษาในรูปแบบบูรณาการที่เสนอให้การขยายตัวที่ครอบคลุมของรูปแบบการยอมรับของผู้บริโภคที่มีอยู่จากมุมมองของตลาดสองทางซึ่งก่อนหน้านี้ได้รับการตรวจสอบจากมุมมองเดียวเท่านั้น มีการศึกษาจำนวนมากที่ศึกษาเฉพาะผลกระทบด้านเครือข่ายของผู้บริโภค แต่ผลของเครือข่ายแบบโต้ตอบระหว่างผู้บริโภคและกลุ่มผู้ให้บริการยังไม่ได้รับการศึกษามากนัก ในแง่ของการศึกษานี้เป็นข้อเสนอใหม่ของรูปแบบการยอมรับของผู้บริโภคและผู้ให้บริการสำหรับใช้ในธุรกิจแพลตฟอร์มในอนาคต ในอนาคตนักวิจัยสามารถเข้าถึงวิธีการศึกษาและการวิเคราะห์เหล่านี้เพื่อดำเนินการติดตามการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่หลากหลายโดยใช้บริการการแบ่งปันเศรษฐกิจบนแพลตฟอร์ม ในการศึกษาวิธีการมีความสำคัญในผลกระทบเครือข่ายของผู้บริโภคและผู้ให้บริการที่ได้รับการยืนยันโดยการศึกษาเชิงประจักษ์ผ่านแบบสอบถาม รูปแบบธุรกิจแพลตฟอร์มเช่นใช้ใน Airbnb ไม่ได้เป็นจุดสนใจของการวิจัยเชิงประจักษ์มากนักแม้ว่าจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมียูนิฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้ให้บริการกับผู้บริโภคโดยใช้ค่าผู้ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในด้านของผู้ให้บริการนั้นหายาก การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การสนับสนุนวิธีการวิจัยตลาดของทั้งสองฝ่ายโดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่ใช้แพลตฟอร์มที่กล่าวถึง

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทยโดยการเก็บข้อมูลในระบบออนไลน์จำนวน 400 รายการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เคยใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรที่เคยใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างโดยการเปิดตาราง กรณิไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Sudman (1976) จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

#### 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) คือที่เคยใช้งานธุรกรรมออนไลน์ เก็บจนครบตามจำนวน 400 ชุดแบบออนไลน์



### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ ประสบการณ์การใช้งานที่เคยใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด แบบสอบถามที่ใช้จะประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับ (Rating Scale) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2548) คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลผลค่าคะแนน แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอัตราภาคชั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ความรู้จักและเคยใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบสอบถามชนิดนี้มีลักษณะคำถามคล้ายกับแบบสำรวจรายการ แต่เปลี่ยนแปลงลักษณะการตอบให้มีมากระดับขึ้น โดยใช้ 3 ระดับ

ไม่รู้จักรักร	ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน
รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ	ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน
รู้จักและเคยใช้บริการ	ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน

การแปลผลค่าคะแนน แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอัตราภาคชั้น

$$\frac{3-1}{3} = 0.66$$

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.66	อยู่ในระดับรู้จักน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.67 – 2.33	อยู่ในระดับน้อยรู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการเลย
ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.00	อยู่ในระดับรู้จักและเคยใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) แบบสอบถามชนิดนี้ต้องการทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากผู้ตอบ โดยไม่มีการประเมินระดับของความรู้สึก หรือข้อเท็จจริงนั้น ต้องการให้ตอบแต่เพียงว่ามี-ไม่มี เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย เชื่อ-ไม่เชื่อ ใช่-ไม่ใช่

### 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การยอมรับเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 2) นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try-Out) กับ ประชากรที่เคยใช้งานออนไลน์ จำนวน 30 ชุด เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามมากกว่า 0.80 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยเลือกใช้วิธีสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ ประชากรที่เคยใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามครบตามจำนวนพร้อมตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การยอมรับเศรษฐกิจแบบแบ่งปันและอธิบายโดยใช้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลที่ได้รวบรวมมาจากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1) สูตรหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามตามส่วนที่ 1 (ข้อ 1-7) การนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Table)

$$\text{สูตร} \quad P = \frac{f \times 100}{n} \quad (3-1)$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

2) สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) หรือ เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ในแบบสอบถามส่วนที่ 2

$$\text{สูตร } \bar{x} = \sum \frac{x}{n} \quad (3-2)$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย  
 $\sum x$  แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ  
 $n$  แทน จำนวนข้อมูล

3) สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ในแบบสอบถามส่วนที่ 2

$$\text{สูตร } S.D. = \frac{\sum x \sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)} \quad (3-3)$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $X$  แทน คะแนนแต่ละในกลุ่มตัวอย่าง  
 $n-1$  แทน จำนวนตัวแปรอิสระ  
 $(\sum x)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง  
 $\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

4) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548, น. 449) ดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{k \left[ \frac{\text{covariance}}{\text{variance}} \right]}{1 + \left[ \frac{(k-1) \text{covariance}}{\text{variance}} \right]} \quad (3-4)$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

K	แทน	จำนวนข้อคำถาม
Covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำตอบ
Variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

### 3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) เป็นสถิติที่ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่น หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างเจตคติวิชาคณิตศาสตร์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หาความสัมพันธ์ระหว่างขวัญและกำลังใจในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งค่าสหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ซึ่งสถิติสำหรับการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีหลายชนิด ซึ่งการเลือกใช้แบบใดนั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหลายประการ (อิศรัฎฐ์ รินไชสง, 2548)

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate Correlation) บางครั้งเราเรียกว่าตัวแปรอิสระว่า ตัวแปรทำนาย (Predictor Variable) และเรียกตัวแปรอีกตัวว่าตัวแปรเกณฑ์ (Criterion Variable) (Diekhoff, 1992, p. 211) ซึ่งโดยปกติจะเป็นตัวแปรตาม อย่างไรก็ตามการที่จะทราบว่าตัวแปรทำนายตัวแปรใดเป็นตัวแปรเกณฑ์ขึ้นอยู่กับงานวิจัยนั้น ๆ ในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ถ้าหากทั้งสองตัวแปรมีการวัดอันดับภาค (Interval Scale) หรืออัตราส่วน (Ratio Scale) จะเรียกว่าการวิเคราะห์โดยใช้พารามเมตริก (Parametric Procedure) แต่ถ้ามีการวัดมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale) จะเรียกว่าการวิเคราะห์แบบไม่ใช้พารามเมตริก (Nonparametric Procedure)

#### ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน หรือบางครั้งเรียกว่า สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) โดยใช้สัญลักษณ์  $r$  ข้อมูลหรือระดับการวัดของตัวแปรแต่มาตราอันดับภาค ถึง มาตราอัตราส่วน โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นมักจะใช้สัญลักษณ์ของตัวแปรเป็นตัวแปร  $x$  และ  $Y$  โดยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ( $r$ ) จะมีคุณสมบัติดังนี้ (อิศรัฎฐ์ รินไชสง, 2548)

ถ้า  $r$  เป็นการวัดความสัมพันธ์เชิงเส้น

ถ้า  $r$  จะอยู่ระหว่าง  $-1$  ถึง  $1$

ถ้า  $r$  จะมีลักษณะเหมือนความชันของเส้นการถดถอย

ถ้า  $r$  จะไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อตัวแปรอิสระ (X) และตัวแปรตาม (Y) เปลี่ยนไปแบบเดียวกัน

ถ้า  $r$  จะไม่เปลี่ยนแปลงถ้าค่าสเกล (Scale) ของตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งเปลี่ยนไป (ค่าของตัวแปร X หรือ Y)

ถ้า  $r$  มีการแจกแจงแบบเดียวกันกับที (Student t Distribution)

ทิศทางของความสัมพันธ์ (Direction of the Relationship)

ในการหาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นเราสามารถสร้างแผนภาพกระจาย (Scatterplot) เพื่อดูทิศทางของความสัมพันธ์ได้ โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ 3 แบบ คือ

1) สหสัมพันธ์ทางบวก (Positive Correlations) ซึ่งหมายความว่าเมื่อตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มหรือลดลงอีกตัวแปรหนึ่งก็จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงไปด้วย

2) สหสัมพันธ์ทางลบ (Negative Correlations) หมายถึงเมื่อตัวแปรตัวหนึ่งมีค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงอีกตัวหนึ่งจะมีค่าเพิ่มหรือลดลงตรงข้ามเสมอ

3) สหสัมพันธ์เป็นศูนย์ (Zero Correlations) หมายถึงตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน



รูปที่ 3.1 ลักษณะของกราฟที่ค่า  $r = 1, .5, 0, -.5$  และ  $-1$  ตามลำดับ

ลักษณะของสมมติฐานที่ทดสอบ (Hypothesis Testing)

ในการทดสอบนั้นเป็นการทดสอบว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ เป็นการทดสอบว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้น ซึ่งเราจะใช้ตัวอักษรภาษากรีก คือ  $\rho$  (rho) แทน r ซึ่งเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ (อิสรภรณ์ รินโรสง, 2548)

$$H_0 : \rho = 0 \quad (\text{ตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน})$$

$$H_1 : \rho \neq 0 \quad (\text{ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน})$$

ตัวอย่าง สมมติฐานการวิจัย “เจตคติต่อวิชาการวิจัยทางการศึกษามีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิจัยทางการศึกษา”

ความวิตกกังวลมีความสัมพันธ์กับความเครียดในการทำงาน

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

ขวัญและกำลังใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

ความเครียดในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจในการทำงาน

$$H_0 : \rho = 0 = 0$$

$$H_1 : \rho < 0$$

การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Computing the Pearsou) ในการคำนวณหาค่า r สามารถคำนวณได้หลายวิธี ดังนี้

$$r = \frac{\sum (z_x z_y)}{N} \quad (3-5)$$

เป็นสูตรที่คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้คะแนนมาตรฐาน โดยเราดัดแปลงคะแนน X และ Y จากคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐาน ( $Z_x, Z_y$ ) เสียก่อน

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (3-6)$$

โดย  $SS_{(x)} = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$

$$SS_{(y)} = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$SS_{(xy)} = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

เมื่อคำนวณค่า r แล้วผู้วิจัยอาจต้องทราบว่าค่าสหสัมพันธ์ที่คำนวณได้นั้นมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่สามารถทำได้โดยนำค่า r ไปคำนวณเป็นค่าสถิติที (T-Test)

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}} \quad (3-7)$$

โดยมีค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ n-2 ซึ่งค่า t ที่คำนวณได้นำไปเทียบกับค่าวิกฤตของที่ได้จากตารางวิกฤตหรือสามารถเทียบได้กับตารางค่าวิกฤตของค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันได้โดยตรงโดยใช้ค่า df = n-2

โดยถ้าค่า r ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าวิกฤตแสดงว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่าที่ไปเทียบนี้ไม่ต้องคิดเครื่องหมาย)



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อที่ศึกษาระดับการยอมรับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทย 2) เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในชีวิตประจำวันกับผู้ให้บริการผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) โดยสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

#### 4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล

ตารางที่ 4.1 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	328	44.5
หญิง	409	55.5
รวม	737	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 409 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และส่วนที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.2 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น/ประถมศึกษา	16	2.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า (ปวช)	61	8.3
อนุปริญญา/เทียบเท่า (ปวท, ปวส, อนุปริญญา)	33	4.5
ปริญญาตรี	599	81.3
ปริญญาโท/สูงกว่า	28	3.8
รวม	737	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 599 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า (ปวช) จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ต่อมาคืออนุปริญญา/เทียบเท่า (ปวท, ปวส, อนุปริญญา) จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ต่อมาคือระดับปริญญาโท/สูงกว่า จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ประถมศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.3 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
อาชีพอิสระ	62	8.4
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	36	4.9
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	63	8.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	63	8.5
นิสิต/นักศึกษา	513	69.6
รวม	737	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 513 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 เท่ากัน ต่อมาประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และที่น้อยที่สุด มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.4 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	354	48.0
10,001-20,000 บาท	242	32.8
20,001-30,000 บาท	74	10.0
30,001-40,000 บาท	36	4.9
40,001 บาทขึ้นไป	31	4.2
รวม	737	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ต่อมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ต่อมาคือ 30,001-40,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ส่วนน้อยที่สุดคือ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.5 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามจำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน)

เงินที่ออม (ต่อเดือน)	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	420	57.0
3,000-6,000 บาท	195	26.5
6,001-9,000 บาท	54	7.3
9,001-12,000 บาท	34	4.6
มากกว่า 12,000 บาท	34	4.6
รวม	737	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เงินที่ออม (ต่อเดือน) น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 420 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ 3,000-6,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ต่อมาคือ 6,001-9,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่วนน้อยที่สุดคือ มากกว่า 12,000 บาท เท่ากันกับ 9,001-12,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ

ความรู้ความเข้าใจ	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	737	6.4456	1.39559

ตารางที่ 4.6 พบว่า ค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เท่ากับ 6.4456 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.39559

ตารางที่ 4.7 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์	การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร N=737					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
WhatsAp	380	141	121	47	48	1.9715	1.23381
	51.6%	19.1%	16.4%	6.4%	6.5%		
Instagram	94	76	171	227	169	3.4084	1.29383
	12.8%	10.3%	23.2%	30.8%	22.9%		
Youtube	31	74	217	234	181	3.6242	1.08653
	4.2%	10.0%	29.4%	31.8%	24.6%		
Line	40	82	226	217	172	3.5414	1.12469
	5.4%	11.1%	30.7%	29.4%	23.3%		
Twitter	173	87	186	152	138	2.9932	1.42044
	23.5%	11.8%	25.3%	20.7%	18.8%		
Facebook	31	44	152	233	277	3.9240	1.09330
	4.2%	6.0%	20.6%	31.6%	37.6%		
Blog	384	156	116	47	34	1.9023	1.15801
	52.1%	21.2%	15.7%	6.4%	4.6%		
Google+	200	111	195	125	106	2.7639	1.38848
	27.1%	15.1%	26.5%	17.0%	14.4%		
Tagged	412	133	112	53	27	1.8467	1.14308
	55.9%	18.0%	15.2%	7.2%	3.7%		
Website	182	123	203	133	96	2.7802	1.34548
	24.7%	16.7%	27.5%	18.0%	13.0%		

จากตารางที่ 4.7 พบว่า Facebook มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา Youtube ค่าเฉลี่ย 3.62 น้อยที่สุดคือค่าเฉลี่ย Tagged มีค่าเฉลี่ย 1.84

ตารางที่ 4.8 การใช้บริการแอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

การใช้บริการแอปพลิเคชัน	การใช้บริการ N=737		
	ไม่รู้จัก	รู้จักแต่ไม่ใช้บริการ	ใช้บริการ
Spotify	203 27.5%	329 44.6%	205 27.8%
Airbnb	302 41.0%	337 45.7%	98 13.3%
Spinlister	289 39.2%	331 44.9%	117 15.9%
DogVacay	378 51.3%	273 37.0%	86 11.7%
Task Rabbit	368 49.9%	289 39.2%	80 10.9%
Bellhops	349 47.4%	304 41.2%	84 11.4%
Leftover Swap	403 54.7%	255 34.6%	79 10.7%
Lending Club	339 46.0%	310 42.1%	88 11.9%
Grab	83 11.3%	328 44.5%	326 44.2%
สินสอด	336 45.6%	323 43.8%	78 10.6%

จากตารางที่ 4.8 พบว่าการใช้บริการแอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน Grab มีการใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 44.2 รองลงมา Airbnb ร้อยละ 13.3 น้อยที่สุด ร้อยละ 10.7 การรับรู้แต่ไม่

เคยใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 45.7 รองลงมา Spinlister เท่ากับ ร้อยละ 44.9 และน้อยที่สุด Dog Vacay ร้อยละ 37.0

#### 4.2 การทดสอบสมมติฐาน

เนื่องจากปัจจัยประชากรศาสตร์มีลักษณะเป็นตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ที่ไม่สามารถจัดลำดับได้ เช่น เพศ ได้กำหนดให้เป็นตัวแปรหุ่นซึ่งจะมีค่าที่สนใจ 1 (ชาย) กับ 0 (หญิง) และอาชีพกำหนดให้นักศึกษาที่มีผู้ตอบมากที่สุด ให้เป็น 1 นอกนั้นกำหนดให้เป็น 0 ได้ผลลัพธ์ดังนี้

ตารางที่ 4.9 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยประชากรศาสตร์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์	Spotify	Airbnb	Spinlister	Dog Vacay	Task Rabbit
เพศ	.064	.016	.077(*)	.025	.023
	.057	.627	.022	.466	.499
	737	737	737	737	737
อาชีพ	-.014	-.011	.012	-.014	.012
	.701	.764	.751	.696	.752
	737	737	737	737	737
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-.108(**)	.058	.026	.021	.032
	.003	.114	.487	.565	.382
	737	737	737	737	737
จำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน)	-.018	.089(*)	.088(*)	.161(**)	.151(**)
	.633	.015	.017	.000	.000
	737	737	737	737	737
ความรู้ความเข้าใจ	.002	-.052	-.073(*)	-.153(**)	-.148(**)
	.965	.156	.047	.000	.000
	737	737	737	737	737

\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เพศ สัมพันธ์กับ Spinlister โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.077 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สัมพันธ์กับ Spotify โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.108 จำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน) สัมพันธ์กับ Airbnb, Spinlister, Dog Vacay และ TaskRabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .089, .088, .161, และ .151 ตามลำดับ ส่วนความรู้ความเข้าใจสัมพันธ์กับ Spinlister, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.073, -.153 และ -.148 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยประชากรศาสตร์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์	Bellhop	Leftover	Lending Club	Grab	สินสอด
เพศ	.031	.044	.057	.006	.041
	.354	.192	.090	.867	.222
	737	737	737	737	737
อาชีพ	.019	-.024	.025	-.042	-.066
	.606	.522	.504	.256	.076
	737	737	737	737	737
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.057	.065	.087(*)	.158(**)	.104(**)
	.123	.079	.018	.000	.005
	737	737	737	737	737
จำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน)	.030	.003	.056	.019	.036
	.424	.941	.129	.608	.328
	737	737	737	737	737
ความรู้ความเข้าใจ	.090(*)	.127(**)	.124(**)	.005	.124(**)
	.015	.001	.001	.894	.001
	737	737	737	737	737

\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.10 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสัมพันธ์กับ Lending Club, Grab และ สินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .087, .158 และ .104 ตามลำดับ ความรู้ความ

เข้าใจสัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Lending Club และลินสออด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .090, .127, .124, และ .124 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

	Spotify	Airbnb	Spinlist	DogVacay	Task Rabbit
Facebook	.006	-.009	-.001	-.035	-.010
	.865	.794	.981	.296	.778
	737	737	737	737	737
Twitter	.242(**)	.174(**)	.112(**)	.137(**)	.138(**)
	.000	.000	.001	.000	.000
	737	737	737	737	737
Line	-.017	.139(**)	.034	.061	.059
	.605	.000	.312	.070	.077
	737	737	737	737	737
Youtube	.129(**)	.110(**)	-.005	.041	.061
	.000	.001	.887	.225	.072
	737	737	737	737	737
IG	.203(**)	.036	.076(*)	.028	.036
	.000	.285	.023	.409	.285
	737	737	737	737	737

\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ Twitter สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .242, .174, .112, .137 และ .138 ตามลำดับ Youtube สัมพันธ์กับ Spotify และ Airbnb โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .129, .110 ตามลำดับ IG สัมพันธ์กับ Spotify และ Spinlist โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .203 และ .076



ตารางที่ 4.12 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

	Spotify	Airbnb	Spinlist	DogVacay	Task Rabbit
Whatsapp	.176(**)	.288(**)	.175(**)	.290(**)	.263(**)
	.000	.000	.000	.000	.000
	737	737	737	737	737
Blog	.137(**)	.246(**)	.181(**)	.303(**)	.276(**)
	.000	.000	.000	.000	.000
	737	737	737	737	737
Google+	.005	.120(**)	.216(**)	.228(**)	.243(**)
	.874	.000	.000	.000	.000
	737	737	737	737	737
Tagged	.125(**)	.253(**)	.187(**)	.303(**)	.316(**)
	.000	.000	.000	.000	.000
	737	737	737	737	737
Website	.098(**)	.105(**)	.106(**)	.131(**)	.138(**)
	.004	.002	.002	.000	.000
	737	737	737	737	737

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.12 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ Whatsapp สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .176, .288, .175, .290 และ .263 ตามลำดับ Blog สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .137, .246, .181, .303 และ .276 ตามลำดับ Google+ สัมพันธ์กับ Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .120, .216, .228 และ .243 ตามลำดับ Tagged สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, DogVacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .125, .253, .187, .303 และ .316 ตามลำดับ WebsiteE สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .098, .105, .106, .131 และ .138 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

	Bellhop	Leftover	Lending Club	Grab	สินสอด
Facebook	.035	-.059	.008	.086(*)	-.033
	.297	.082	.819	.010	.322
	737	737	737	737	737
Twitter	.139(**)	.135(**)	.049	.112(**)	.143(**)
	.000	.000	.144	.001	.000
	737	737	737	737	737
Line	.118(**)	.049	.107(**)	.079(*)	.069(*)
	.000	.143	.001	.019	.039
	737	737	737	737	737
Youtube	.039	.054	.034	.156(**)	.066
	.243	.110	.319	.000	.050
	737	737	737	737	737
IG	.051	.034	.014	.190(**)	.028
	.130	.319	.684	.000	.406
	737	737	737	737	737

\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ Twitter สัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Grab และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .139, .135, .175, .112 และ .143 ตามลำดับ Line สัมพันธ์กับ Bellhop, Lending Club, Grab และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .118, .107, .079 และ .069 ตามลำดับ Youtube, IG และ Facebook สัมพันธ์กับ Grab โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .156, .190 และ .086 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

	Bellhop	Leftover	Lending Club	Grab	สินสอด
Whatapp	.234(**)	.253(**)	.205(**)	.021	.216(**)
	.000	.000	.000	.536	.000
	737	737	737	737	737
Blog	.261(**)	.268(**)	.227(**)	.009	.246(**)
	.000	.000	.000	.795	.000
	737	737	737	737	737
Google+	.280(**)	.203(**)	.292 (**)	.025	.236(**)
	.000	.000	.000	.463	.000
	737	737	737	737	737
Tagged	.296(**)	.285(**)	.227(**)	.028	.257(**)
	.000	.000	.000	.406	.000
	737	737	737	737	737
Website	.189(**)	.074(*)	.121(**)	.072(*)	.108(**)
	.000	.028	.000	.034	.001
	737	737	737	737	737

จากตารางที่ 4.14 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ Whatapp สัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Lending Club และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .234, .253, .205 และ .216 ตามลำดับ Blog สัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Lending Club และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .261, .268, .227 และ .246 ตามลำดับ Google+ สัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Lending Club และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .280, .203, .292, และ .236 ตามลำดับ Tagged สัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Lending Club และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .296, .285, .227 และ .257 ตามลำดับ Website สัมพันธ์กับ Bellhop, Leftover, Lending Club, Grab และสินสอด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .189, .074, .121, .072 และ .108 ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียกับเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อที่ศึกษาระดับการยอมรับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทย 2) เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ การเปลี่ยนแปลงของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในชีวิตประจำวันกับผู้ใช้บริการผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การยอมรับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เงินออมต่อเดือน อาชีพ ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และ ความรู้ความเข้าใจ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Selection Method) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 737 ชุด โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Correlation ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยพบว่าจำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน) สัมพันธ์กับ Airbnb, Spinlister, Dog Vacay และ TaskRabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .089, .088, .161, และ .151 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ Twitter สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .242, .174, .112, .137 และ .138 ตามลำดับ Youtube สัมพันธ์กับ Spotify และ Airbnb โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .129, .110 ตามลำดับ IG สัมพันธ์กับ Spotify และ Spinlist โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .203 และ .076 ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

น้ำทิพย์ เกิดน้อย (2558) การให้อำนาจของแอปพลิเคชันเพื่อการเดินทางในลักษณะแบ่งปันในมุมมองจากผู้ขับและผู้โดยสาร โดยใช้การอธิบายในสามมิติของกระบวนการให้อำนาจ คือ การให้อำนาจด้านโครงสร้าง การให้อำนาจด้านจิตวิทยา และการให้อำนาจด้านทรัพยากร เพื่อการเสริมสร้างโครงสร้างชุมชนเศรษฐกิจการเดินทางแบบแบ่งปันที่แข็งแกร่ง ให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงทรัพยากร และมีอำนาจในการจัดการทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ นำไปสู่กระบวนการในการให้อำนาจด้านจิตวิทยา ในการสร้างความไว้วางใจในแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เสริมสร้างโครงสร้างชุมชน เกิดความรู้สึกลดอคติ อุ่นใจ ลดช่องว่างของความรู้สึกลดคั่นในการบริโภคสินค้าและบริการในเศรษฐกิจแบบแบ่งปันร่วมกับผู้อื่นผ่านการรับรู้ที่ในงานวิจัยพบเช่นเดียวกันว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ Twitter สัมพันธ์กับ Spotify, Airbnb, Spinlist, Dog Vacay และ Task Rabbit สอดคล้องกับ Hamari et al. (2016) ทำการศึกษาเรื่อง The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption จากการศึกษา "การบริโภคแบบร่วมมือกัน" กิจกรรมที่ใช้ Peer-to-Peer-Based กับการได้รับการให้หรือแบ่งปันการเข้าถึงสินค้าและบริการประสานงานผ่านชุมชน ตามบริการออนไลน์การบริโภคแบบร่วมมือกัน มีช่องว่างของทัศนคติและพฤติกรรม ผู้คนรับรู้กิจกรรมในเชิงบวกและพูดถึงที่ดีเกี่ยวกับกิจกรรมนี้

จากการพบว่าตัวแปรด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งเป็นสื่อกลางในการนำผู้ซื้อและผู้ขายมารวมกัน สามารถจ่ายเงินและใช้บริการโดยผ่านแอปพลิเคชัน นั่นคืออุปกรณ์มือถือเช่นสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่ให้ผู้คนที่เชื่อมต่อกันได้ทุกที่ทุกเวลา ลักษณะของการแบ่งปันเศรษฐกิจ (PwC, 2015) การเติบโตของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนั้น ถูกเติมเต็มด้วยอินเทอร์เน็ต และสื่อกลางทางสังคม ซึ่งเป็นการดำเนินงานในรูปแบบระบบธุรกิจที่แตกต่างจากเดิมโดยใช้รูปแบบทำให้ผู้บริโภคได้พบกันตัวต่อตัว (Peer-to-Peer) เพื่อที่จะกระจายความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรของผู้อื่นได้ (Tussyadiah, 2015) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่เป็นกุญแจของกิจกรรมที่เกิดขึ้นร่วมกัน (Morgan & Hunt, 1994) โดยไปที่กระบวนการผสมผสานดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้อย่างต่อเนื่องในโครงสร้างทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Daunoriene, Draksaitė, Snieska, & Valodkienė, 2015; Martin, 2016) เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ลดค่าดำเนินการทางธุรกิจและช่วยลดระยะทางในการติดต่อสื่อสาร ให้ถูกลงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับการค้นพบของการทำวิจัยครั้งนี้ รูปแบบธุรกิจแบบแบ่งปันนั้นจะเกิดขึ้นมาเป็นเวลามากกว่า 10 ปีแล้ว

แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไปมีบทบาทอย่างมากในการทำให้การติดต่อสื่อสาร และการสร้างความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ หลากหลาย งานวิจัยที่กล่าวถึงการเข้าไปมีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการขับเคลื่อนการทำงานภายใต้แนวคิดการบริโภคร่วมกัน หรือเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เพื่อที่จะเอื้อให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงซึ่งทรัพยากรร่วมกันได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วขึ้น (Botman & Roger, 2010) การนำ Web Technology และ Mobile Technology มาใช้เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินแต่ละคนให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมภายใต้รูปแบบธุรกิจบุคคลต่อบุคคล (P2P) (Cohen & Kietzmann, 2014) เทคโนโลยีสารสนเทศยกระดับเครือข่าย และการบริการแบบกลุ่มเมฆ (Cloud) เปิดโอกาสให้ผู้คนได้เข้าถึงทรัพยากรที่ต้องการ และเชื่อมโยงให้คนเข้ากับทรัพยากรให้ง่ายและสะดวกขึ้นผ่านการคลิกเพียงครั้งเดียว (Posen, 2015) กิจกรรมการได้รับ การให้ และการแบ่งปันในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นกับรูปแบบบุคคลต่อบุคคล เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารกันบนบริการออนไลน์ (Hamari et al., 2016) โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นสื่อกลางของเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ที่มุ่งให้ความสนใจไปที่การหาวิธีในการเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ให้ง่ายและรวดเร็วขึ้น (Kapoor, 2014) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกรณีศึกษาในงานวิจัยที่เลือกใช้แอปพลิเคชันอูเบอร์ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันมือถือ ที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ที่มียานพาหนะเข้ากับผู้โดยสาร ในวิธีการที่สะดวกสบายและมีประสิทธิภาพ การเชื่อมต่อผ่านทางสมาร์ตโฟนทำให้ผู้คนสามารถเสนอและจองการเดินทางได้เมื่อไหร่หรือที่ไหนก็ตามที่ต้องการ จากการแบ่งปันด้านการจับจองอย่างมีประสิทธิภาพ (Yousaf, et al., 2014) Botman (2015) ได้กล่าวถึงการข้ามผ่านแต่ละภาคส่วนหรือกลุ่มทางเศรษฐกิจหรือแม้แต่ประเทศ ในการสร้างความเติบโตด้านการรับรู้ของผู้บริโภค การเพิ่มจำนวนของเครือข่ายชุมชนการบริโภคร่วมกันผ่านทางระบบปฏิบัติการออนไลน์ (Hamari et al., 2016) กล่าวคือระบบนี้ ทำให้กลุ่มคนสามารถเข้ามามีส่วนในกิจกรรมทางเศรษฐกิจรูปแบบนี้อย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน

นอกจากนั้น Fradkin (2017) ใช้ข้อมูลภายในจาก Airbnb เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของตลาดออนไลน์สำหรับการเช่าที่อยู่อาศัยและผลกระทบของอัลกอริทึมการจัดอันดับที่แตกต่างกันซึ่งผู้ค้าจะจับคู่กัน ดังนั้นการเปลี่ยนของเทคโนโลยี มีส่วนผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างมาก เพราะจะมีผู้เสนอให้บริการมากขึ้นทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ง่ายและสะดวก มีข้อดีคือธุรกิจใหม่ ๆ สามารถเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแทนที่ในอดีต มักเป็นบริษัทขนาดใหญ่เท่านั้น การพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาอย่างยิ่งในระยะต่อไปในแง่ป็นการใช้ทรัพยากรร่วมกันกรณีแท็กซี่ผิดกฎหมาย เสริมสร้างความร่วมมือกันของชุมชน เกิดความรู้สึกลดภัย อุุ่นใจ ลดช่องว่างในการบริโภคสินค้าและบริการในเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

น่าจะมีการศึกษากรณีเศรษฐกิจแบ่งปันที่สำเร็จและล้มเหลวเป็นกรณีศึกษา เพื่อให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ หรือ Startup ลดความเสี่ยงในการเสนอให้บริการ และสามารถออกแบบใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เช่น ผู้สูงอายุ หรือแม้กระทั่งการเข้าร่วมในเศรษฐกิจแบ่งปันของผู้สูงอายุ เช่น การขับรถแท็กซี่หลังเกษียณ เป็นต้น

## บรรณานุกรม

- กันทิมา วงศ์สถาปัตย์. (2558). *Sharing Economy: การบริโภคยุคใหม่ ไร้ซึ่งการครอบครอง*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2831>
- กรมัยพล สิริมงคลรุจิกุล. (2560). *ด้านมืดของเศรษฐกิจแบ่งปัน*. สืบค้นจาก <https://themomentum.com/sharing-economy-dark-side/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรกฤษณ์ สังกิตติวรณ. (2560). *Digital Economy Scorecard: ตัวชี้วัดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ*. สืบค้นจาก <http://www.timeconsulting.co.th/digital-economy-scorecard/>
- เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). *มารู้จักเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ตอนที่ 1 วัฒนาการของเศรษฐกิจดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://www.thaibizchina.com/มารู้จัก-เศรษฐกิจดิจิทัล/>
- ฐากร ปิยะพันธ์. (2561). *Sharing Economy สร้างรายได้จากการพึ่งพากัน*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/sharing-economy-provide-income.html>
- ณกฤษ เสวตนันท์. (2557). *เศรษฐกิจเชิงดิจิทัล (Digital Economy)*. สืบค้นจาก <http://lawyerthailand.com/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8>
- น้ำทิพย์ เกิดน้อย. (2558). *การศึกษาการให้อำนาจของแอปพลิเคชันเพื่อการเดินทางในลักษณะแบ่งปันในมุมมองจากผู้ขับ และผู้โดยสาร กรณีศึกษาแอปพลิเคชันอุเบอร์ (Unpublished Master's thesis)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปรีชา อัสวโกสินชัย. (2560). *Sharing Economy คือระบบเศรษฐกิจที่จะเข้ามาแทนที่ทุกอย่าง*. สืบค้นจาก <http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=725>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558, 10 มิถุนายน). *ก้าวสู่ยุค Sharing Economy ซึ่งตามเงื่อนไขหนุนความสำเร็จ*. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9580000065463>
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2548). *หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอเชีย ออฟ เคอร์รี่มีส์.



## บรรณานุกรม

- กันทิมา วงศ์สถาปัตย์. (2558). *Sharing Economy: การบริโภคยุคใหม่ ไร้ซึ่งการครอบครอง*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2831>
- กรมัยพล สิริมงคลรุจิกุล. (2560). *ด้านมืดของเศรษฐกิจแบ่งปัน*. สืบค้นจาก <https://themomentum.com/sharing-economy-dark-side/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรกฤษณ์ สังกิตติวรธรรม. (2560). *Digital Economy Scorecard: ตัวชี้วัดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ*. สืบค้นจาก <http://www.timeconsulting.co.th/digital-economy-scorecard/>
- เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). *มารู้จักเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ตอนที่ 1 วัฒนาการของเศรษฐกิจดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://www.thaibizchina.com/มา-รู้จัก-เศรษฐกิจดิจิทัล/>
- ฐากร ปิยะพันธ์. (2561). *Sharing Economy สร้างรายได้จากการพึ่งพากัน*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/sharing-economy-provide-income.html>
- ณกฤษ เสวตนันท์. (2557). *เศรษฐกิจเชิงดิจิทัล (Digital Economy)*. สืบค้นจาก <http://lawyerthailand.com/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8>
- น้ำทิพย์ เกิดน้อย. (2558). *การศึกษาการให้อำนาจของแอปพลิเคชันเพื่อการเดินทางในลักษณะแบ่งปันในมุมมองจากผู้ขับ และผู้โดยสาร กรณีศึกษาแอปพลิเคชันอุเบอร์ (Unpublished Master's thesis)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปรีชา อัสวโกสินชัย. (2560). *Sharing Economy คือระบบเศรษฐกิจที่จะเข้ามาแทนที่ทุกอย่าง*. สืบค้นจาก <http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=725>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558, 10 มิถุนายน). *ก้าวสู่ยุค Sharing Economy ซึ่งตามเงื่อนไขหนุนความสำเร็จ*. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9580000065463>
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2548). *หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอเชีย ออฟ เคอร์รี่มีส์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ไวไลพร ทวีลาภพันทอง. (2558). *PwC แนะนำจับตาเทรนด์ เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน ครองตลาดธุรกิจยุคดิจิทัล*. สืบค้นจาก <http://www.pwc.com/th/en/press-room/pressrelease/2015/new-release-29-05-2015-th.html#top>
- ไววิทย์ ยอดประสิทธิ์. (2557). *Digital Economy : รู้ทัน เข้าใจ และนำไปใช้*. สืบค้นจาก <http://www.most.go.th/main/th/product/sciencetalk/4054-digital-economy-.html>
- วารกรณ์ สามโกเศศ. (2557). *Digital Economy*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/606458>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). *เศรษฐกิจดิจิทัล Digital Economy*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/digital-economy.html>
- สิริกัญญา โหมวิไลกุล. (2561). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางแพ่งของธุรกิจในเศรษฐกิจแบ่งปัน : ศึกษากรณีธุรกิจให้บริการส่งของผ่านแอปพลิเคชัน. *วารสารกฎหมาย*, 36 (2), 113-140.
- อิสรัญฐ์ รินไชสง. (2548). *สถิติสำหรับการวิจัยทางการศึกษา*. สืบค้นจาก <http://www.edu.tsu.ac.th/major/administration/data/FE511/>
- Abboud, L., & Wagstaff, J. (2015). *Legal troubles, market realities threaten Uber's global push*. Retrieved from <http://www.reuters.com/article/uber-globalidUSL1N1203IE20151005>
- Alcácer, J., Cantwell, J., & Piscitello, L. (2016). Internationalization in the information age: a new era for places, firms, and international business networks?. *Journal of International Business Studies*, 47 (5), 499–512.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67 (8), 1595–1600.
- Botsman, R. (2013). *The Sharing Economy Lacks A Shared Definition*. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Botsman, R. (2015). *The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms*. Retrieved from <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). Beyond Zipcar: collaborative consumption. *Harvard Business Review*, 88 (10), 30.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Botsman, R. (2015). *The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms*. Retrieved from <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12>
- Brouthers, K.D., Geisser, K.D., & Rothlauf, F. (2016). Explaining the internationalization of ibusiness firms. *Journal of International Business Studies*, 47 (5), 513–534.
- Business Model Toolbox. (2019). Retrieved January 22, 2019, from <http://bmtoolbox.net/patterns/sharing-economy/>
- Cantwell, J. (2014). Revisiting international business theory: a capabilities-based theory of the MNE. *Journal of International Business Studies*, 45 (1), 1–7.
- Choi, J., & Contractor, F.J. (2016). Choosing an appropriate alliance governance mode: the role of institutional, cultural and geographical distance in international research& development collaborations. *Journal of International Business Studies*, 47 (2), 210–232.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization & Environment*, 27 (3), 279-296
- Cuervo-Cazurra, A. (2012). Extending theory by analyzing developing country multinational companies: solving the Goldilocks debate. *Global Strategic Journal*, 2(3), 153–167.
- Daunoriene, A., Draksaite, A., Snieska, V., & Valodkiene, G. (2015). Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models. *Social and Behavioural Sciences*, 213, 836-841.
- Devinney, T.M., McGahan, A.M., & Zollo, M. (2013). A research agenda for global stakeholder strategy. *Global Strategic Journal*, 3 (4), 325–337.
- Diekhoff, G. (1992). *Statistics for the social and behavioral science: univariate, bivariate, multivariate*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown.
- Edelman, B., & Geradin, D. (2016). Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like Airbnb and Uber?. *Stanford Technology Law Review*, 19 (16-026), 293-328.
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. (2011). Platform envelopment. *Strategic Management Journal*, 32 (12), 1270–1285.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Eckhardt, G. M., & Bardhi, F. (2015). The sharing economy isn't about sharing at all. *Harvard Business Review*, 39 (4), 881–98.
- Ernst & Young. (2015). *Global review*. Retrieved from [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY\\_Global\\_review\\_2015/\\$FILE/EY\\_Global\\_review\\_2015.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Global_review_2015/$FILE/EY_Global_review_2015.pdf)
- Felson, M., & Spaeth, J. L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21, 614–24.
- Fraiberger, S. P., & Sundararajan, A. (2015). *Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy*. Retrieved from [http://www.hbs.edu/faculty/conferences/2016-dids/Documents/Fraigerber\\_Sundararajan\\_March2016.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/conferences/2016-dids/Documents/Fraigerber_Sundararajan_March2016.pdf)
- Fradkin, A. (2017). *Search, Matching, and the Role of Digital Marketplace Design in Enabling Trade: Evidence from Airbnb*. Retrieved from <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/SearchMatchingEfficiency.pdf>
- Gawer, A. & Cusumano, M. A. (2014). Industry Platforms and Ecosystem Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 31, 417-433.
- Hagi, A., & Altman, E. (2017). Finding the Platform in Your Product. *Harvard business review*, 95 (4), 94-100.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67 (9), 2047–2059.
- Hymer, S.H. (1976). *The international operations of national firms: a study of foreign direct investment*. MA: MIT Press.
- Kapoor R. (2014). *Lessons from the Sharing Economy*. Retrieved from <http://techcrunch.com/2014/08/30/critical-lessons-from-thesharing-economy>
- Kirca, A.H., Hult, T.M., Roth, K., Cavusgil, S.T., Perry, M.Z., Akdeniz, M.B., . . . , White, R.C. (2011). Firm specific assets, multinationality, and financial performance: A meta-analytic review and theoretical integration. *Academy of Management Journal*, 54 (1), 47–72.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-Global Firm. *Journal of International Business Studies*, 35 (2), 124-141.
- Langley, P., & Leyshon, A. (2016). Platform capitalism: The intermediation and capitalisation of digital economic circulation. *Finance and Society*, 2, 1–21.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological Economics*, 121, 149-159.
- Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review*, 56, 71–77.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14 (3), 193-207.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20-38.
- Horton, J. J., & Zeckhauser, R. J. (2016). *Owning, Using and Renting: Some Simple Economics of the Sharing Economy*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Owning%2C-Using-and-Renting%3A-Some-Simple-Economics-of-Horton-Zeckhauser/8209e50796805d7cb2c9d19a9f7250165d84d8f1>
- Nielsen, C. (2014). *Is sharing the new buying? Reputation and trust are emerging as new currencies*. Retrieved from <http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/apac/docs/reports/2014/Nielsen-Global-Share-Community-Report.pdf>.
- Ozimek, S. (2014). *Advocating for a transitional bilingual education program for english language learners*. Retrieved from <https://digitalcommons.nl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=pa>
- Parente, P. C., Geleilate, J. G., & Rong, K. (2018). The Sharing Economy Globalization Phenomenon: A Research Agenda. *Journal of International Management*, 24 (1), 52–64.
- Posen, H. A. (2015). Ridesharing in the Sharing Economy: Should Regulators Impose Uber Regulations on Uber?. *Iowa Law Review*, 101 (405), 406-433.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- PwC. (2015). *The Sharing Economy*. PwC Consumer Intelligence Series. Retrieved from <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>.
- Ranchordas, S. (2015). Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 16 (1), 413-475.
- Rauch, D., & Schleicher, D. (2015). Like Uber, But for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the Sharing Economy. *George Mason Law & Economics Research*, (15-01), 1-29.
- Rong, K., Hu, G., Lin, Y., & Shi, Y. (2015). Understanding business ecosystem using a 6C framework in Internet-of-Things-based sectors. *International Journal of Production Economics*, 159, 41-55.
- Sudman, S. (1976). *Quantitative Studies in Social Relations*. Netherlands: Elsevier Science & Technology Books.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of crowdbased Capitalism*. Cambridge, London: MIT Press.
- Sung, E., Kim, H., & Lee, D. (2018). Why Do People Consume and Provide Sharing Economy Accommodation?—A Sustainability Perspective. *Sustainability*, 10 (6), 1-17.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28, 1319-1350.
- Tussyadiah, I. (2015). An exploratory on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information & Communication Technologies in Tourism* (pp. 817-830). Switzerland: Springer International Publishing.
- Williamson, O. E. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organization*. New York: The Free Press.
- Yousaf, J., Li, J., Chen, L., Tang, J., & Dai, X. (2014). Generalized multipath planning model for ride-sharing systems. *Frontiers of Computer Science*, 8 (1), 100-118.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Yousef, A. M. F., Chatti, M. A., Wosnitza, M., & Schroeder, U. (2015). A Cluster Analysis of MOOC Stakeholder Perspectives. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(1), 74-90.
- Zander, I., McDougall-Covin, P., & Rose, E.L. (2015). Born globals and international business: evolution of a field of research. *Journal of International Business Studies*, 46 (1), 27–35.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Impact of the Sharing Economy on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54 (5), 687-705.









## แบบสอบถามงานวิจัย

## เรื่อง : เศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย) Sharing Economy in Thailand

## ส่วนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง

2. ระดับการศึกษา

- ( ) ปริญญาเอก ( ) ปริญญาโท  
 ( ) ปริญญาตรี ( ) อนุปริญญาปวท) เทียบเท่า/, ปวศ, อนุปริญญา  
 ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย(ปวช) เทียบเท่า/  
 ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) ประถมศึกษา  
 ( ) ต่ำกว่าประถมศึกษา

3. อาชีพ

- อาชีพอิสระ  
 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง  
 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  
 นิสิต/นักศึกษา

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท  
 15,001-20,000 บาท  
 20,001-30,000 บาท  
 30,001-40,000 บาท  
 40,001 บาทขึ้นไป

5. จำนวนเงินที่ออม (ต่อเดือน)

- ( ) น้อยกว่า 1000 บาท ( ) 1,000-2,000 บาท  
 ( ) 2,001-3,000 บาท ( ) 3,001-4,000 บาท  
 ( ) 4,001-5,000 บาท ( ) มากกว่า 5,000 บาท

**ส่วนที่ 2:** การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด (กำหนดให้ มากที่สุด = 5, ก่อนข้างมาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1)

คำถาม	5	4	3	2	1
Facebook					
Twitter					
YouTube					
Instagram					
Line					
Blog					
WhatsApp					
Google+					
Tagged					
Website อื่น ๆ โปรดระบุ _____					

**ส่วนที่ 3:** ท่านรู้จักและเคยใช้บริการ เศรษฐกิจแบ่งปัน Sharing Economy ใดบ้าง

คำถาม	ไม่รู้จัก	รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ	รู้จักและเคยใช้บริการ
Spotify (เป็นการให้บริการเช่าเพลงออนไลน์)			
Grab (บริการเรียกรถยนต์และรถแท็กซี่ตอบโจทย์ ปัญหาการเรียกรถแท็กซี่ในบ้านเราที่ไม่ยอมไป)			
Airbnb (เป็นการเปิดบ้านส่วนตัวให้คนนอกเข้าพัก และใช้ชีวิตอยู่กับเจ้าของบ้าน)			
Spinlister (บริการให้เช่าจักรยาน)			
DogVacay (การบริการหาที่พักให้กับสุนัข)			
TaskRabbit (ตลาดแรงงานออนไลน์ ที่เน้นการสร้างงานกับคนในชุมชนและละแวกใกล้เคียง)			

Bellhops (บริษัทรับเคลื่อนย้ายสิ่งของตามบ้านเรือน)			
LeftoverSwap (บริการเลือกที่จะให้อาหารเหลือทิ้งกับคนที่ต้องการได้)			
Lending Club (ให้บริการสินเชื่อ/เงินกู้ออนไลน์ระหว่าง “บุคคลกับบุคคล” โดยผู้กู้ไม่ต้องทำเรื่องผ่านธนาคาร)			
ธุรกิจให้เช่าสินสอด (ลักษณะให้เช่าสินสอดวันแต่งงาน ทั้งเงินสด ทองแท่งและรถเบนซ์)			
อื่น ๆ โปรดระบุ _____			

#### ส่วนที่ 4: ความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy)

ข้อที่	คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1	Sharing Economy คือรูปแบบเศรษฐกิจที่ใครมีอะไรก็เอาออกมาแชร์ในรูปแบบการเช่า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินทรัพย์	/	
2	แนวคิด “เศรษฐกิจแบ่งปัน” เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการย่อโลกทั้งใบด้วย “อินเทอร์เน็ต” ทำให้ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการด้วยการเช่า/ยืมได้ในทุกที่ทุกเวลา	/	
3	โมเดลการก่อสร้างสร้าง เศรษฐกิจแบ่งปัน นี้ ส่วนใหญ่เป็นการริเริ่มธุรกิจจากการสร้างทรัพยากรใหม่มาปล่อยให้ซื้อหรือเช่า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินทรัพย์นั้น ๆ		X
4	ระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปันสามารถส่งเสริมให้เกิดการบริโภคสินค้าอย่างยั่งยืนมากขึ้นด้วย (Sustainable Consumption) เพราะสินค้าจากผู้บริโภคหนึ่งคนสามารถใช้งานโดยผู้บริโภคคนอื่น ๆ ได้ จึงไม่จำเป็นต้องซื้อหรือเป็นเจ้าของสินค้ากันทุกคน จึงช่วยลดปริมาณทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตสินค้าในระบบเศรษฐกิจลง	/	
5	หลังจากการเข้ามาของเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ก่อให้เกิดดิสรปชั้นที่สร้างทั้งข้อดีและข้อเสีย แต่ไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว		X

6	ข้อดีที่สำคัญของ Sharing Economy ลดค่าใช้จ่ายแทนการซื้อสินทรัพย์ หรือการเช่าสินทรัพย์จากผู้ให้เช่าในรูปแบบเดิม และ ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการคำนึงถึงความคุ้มค่า และการจัดสรรทรัพยากรที่ดีขึ้น	/	
7	Sharing Economy คือธุรกิจที่สามารถจับคู่ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถจัดสรรช่วงเวลาเพื่อแบ่งปันสินค้า หรือการบริการนั้น ๆ ขณะที่ผู้บริโภคก็สามารถเลือกและเข้าถึงสินค้า หรือการบริการดังกล่าวโดยจำเป็นต้องเสียเงินเข้ามา		X
8	แนวคิด Sharing Economy ได้รับการยอมรับมากขึ้นมาจากการเข้าถึง ข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์และการประมวลผลแบบ Cloud Computing ที่เพิ่มขึ้น	/	
9	เพื่อรองรับ Sharing Economy แล้ว รัฐบาลไทยในปัจจุบันได้กำหนดให้ มีการใช้หรือปรับแก้กฎหมาย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว		X
10	ประเทศไทยได้ให้การสนับสนุนและเอื้อให้ประชาชนสามารถทำมหา เลี้ยงชีพหารายได้เพิ่มขึ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ตามแนว Sharing Economy		X



## การใช้แอปพลิเคชันผ่านเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย

### Using Application through the Sharing Economy in Thailand

อัญชลี เอียดเจริญ / Aunchalee Iedjaroen

มหาวิทยาลัยรังสิต / Rangsit University, Thailand

Email: aunchalee\_1507@icloud.com

ธัญพัทธ์ ไคร้วานิช / Tanpat Kraiwanit

มหาวิทยาลัยรังสิต / Rangsit University, Thailand

Email: tanpat.k@rsu.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทยและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการใช้แอปพลิเคชันในชีวิตประจำวันผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เงินออมต่อเดือน อาชีพ ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และ ความรู้ความเข้าใจ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling Method) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 882 ชุด โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมพหุคูณ (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์เกือบทุกตัวมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ยกเว้นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตัวแปรด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เกือบทุกตัวมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปันเช่นเดียวกัน โดยมีค่า R-squared เท่ากับ .531 ข้อเสนอแนะควรจะมีการศึกษากรณีเศรษฐกิจแบ่งปันที่สำเร็จและล้มเหลว เพื่อให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่หรือ Startup ลดความเสี่ยงในการเสนอให้บริการ และสามารถออกแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ เช่น ผู้สูงอายุ หรือแม้กระทั่งการเข้าร่วมในเศรษฐกิจแบ่งปันของผู้สูงอายุ

**คำสำคัญ:** เศรษฐกิจแบ่งปัน, แอปพลิเคชัน, ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

## Abstract

This study explores the acceptance level of economy sharing in Thailand and the factors intention to the change of the use of application in daily life with the service provider through the economy sharing. The findings indicated that demographic factors such as gender, educational background, status, average monthly earnings, savings per month, occupation, social networking channels and knowledge and understanding in economy sharing. The convenience sample comprised 882 participants and the data were gathered via online questionnaire and analyzed through multivariate analysis of variance (MANOVA) to test the hypotheses. The variance analyzed in terms of almost all demographic factors revealed that the sharing economy had a significance level of 0.05., except, the average monthly earning and social networking channels, with R-squared equal .531. The suggestion is that there should be a study of the successful and failed of sharing economy as a case study to allow new entrepreneurs or startup to reduce the risk of offering services and can design new ones to present new consumer groups such as the elderly or even participating in the sharing economy of the elderly.

**Keywords:** Sharing Economy, Application, Digital Platform

## บทนำ

เทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดนทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงการนำสิ่งที่มีอยู่มาแบ่งปันกันจากเพื่อน ไปสู่เพื่อน โดยไม่ต้องเสียเงินก่อนโตเพื่อเจ้าของ แต่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินนั้นได้โดยเน้นสร้างโอกาสให้คนที่ไม่มีโอกาสได้มีโอกาส และยังถือว่าเป็นตัวขับเคลื่อนทำให้เกิดการเข้าสู่“เศรษฐกิจแบ่งปัน” นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราการขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (ผู้จัดการออนไลน์, 2558) ของการทำธุรกรรมไร้พรมแดนระหว่างคนในท้องถิ่นกับคนต่างชาติทั่วโลกมี 3 รูปแบบใหญ่ๆ คือ รูปแบบที่ 1 เป็นลักษณะการนำของส่วนตัวมาให้เช่า หรือมาแชร์กัน ตัวอย่างคือ รูปแบบของ Airbnb เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงคนที่มีที่พักและเปิดให้นักเดินทางคนไหนก็ได้ในโลกซึ่งกำลังมองหาที่พักว่าง โดยเจ้าของที่พักมีการนำบ้าน อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดมิเนียม มาให้เช่ากับนักท่องเที่ยว รูปแบบที่ 2 มีลักษณะเป็นการนำของส่วนตัวมาขายหรือมาแลกเปลี่ยน (เปลี่ยนมือ) ซึ่งมีเว็บไซต์อีกประเภทที่ทำการขึ้นมารองรับ มีการจัดหมวดหมู่ บรรยายรายละเอียด และคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน ทั้งเพื่อการจำหน่ายสินค้า เช่น อีเบย์ เว็บไซต์ที่เป็นตลาดซื้อ-ขาย-ประมูลสินค้าแบบออนไลน์และเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนรูปแบบที่ 3 เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีแนวคิดเหมือน ๆ กัน หรือมีความสนใจเหมือน ๆ กัน มา



ทำงานร่วมกันเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น กลุ่มคนที่มีความสนใจจะทำเรื่องเดียวกันแต่ไม่มีเงินทุนจึงมารวมตัว เรียกร หรือหาทุนเพื่อจะทำสิ่งนั้น (Crowd Funding) แนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจแบ่งปันในประเทศไทย ที่กำลังเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะที่มาจากที่ทำให้เศรษฐกิจแบ่งปันเกิดขึ้นมานั้นเพราะมีเทคโนโลยีในยุคโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้คนมีพฤติกรรมที่มีความร่วมมือและการช่วยเหลือกัน (ผู้จัดการออนไลน์, 2558) หากนำเศรษฐกิจแบ่งปันมาใช้ให้ดียิ่งขึ้นจะช่วยเศรษฐกิจดีขึ้นได้และตอบโจทย์โลกที่เปิดกว้างในยุคนี้ด้วยเช่นกัน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทย เพื่อที่จะศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสามารถใช้เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลในการจับคู่ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) รวมทั้งการเตรียมความพร้อมรับมือกับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่เกิดจากแนวคิดสังคมเศรษฐกิจแบบแบ่งปันและสามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงการบริการหรือประยุกต์ใช้ในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทย และ 2) เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในชีวิตประจำวันกับผู้ใช้บริการผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

### การทบทวนวรรณกรรม

เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) หรือ Gig Economy เป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน โดยได้รับการกล่าวถึงครั้งแรกโดย Felton and Spaeth (1978) แนวคิดนี้สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างรายได้ที่มาจาก การแลกเปลี่ยนการบริโภคสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจจากทรัพยากรที่ไม่ได้ใช้แล้วระหว่างบุคคลและกลุ่มคนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มรูปแบบต่าง ๆ โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับมากขึ้นมาจาก 2 ปัจจัย คือ

1) สภาพเศรษฐกิจที่อ่อนแอภายหลังจากวิกฤตการเงินโลกในปี 2008 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียอัตรการว่างงานสูง

2) การเข้าถึงข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์และการประมวลผลแบบ Cloud Computing ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจสามารถใช้เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลในการจับคู่ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถจัดสรรช่วงเวลาเพื่อแบ่งปัน

สินค้าหรือการบริการนั้นๆ ขณะที่ผู้บริโภคก็สามารถเลือกและเข้าถึงสินค้าหรือการบริการดังกล่าว โดยไม่จำเป็นต้องเสียเงินซื้อมาเป็นเจ้าของ เช่น รถยนต์ ที่อยู่อาศัย จักรยาน หรือเครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น ตัวอย่างของธุรกิจยอดฮิตในแบบ Sharing Economy ที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ได้แก่ Airbnb และ Uber โดย Airbnb เป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการที่ก่อตั้งขึ้นมาในปี 2008 และให้บริการที่พักในหลายรูปแบบ ตั้งแต่ห้องพักเดี่ยวสำหรับ 1 คืน ที่พักในปราสาทสำหรับ 1 สัปดาห์ หรือที่พักในวิลล่าสำหรับ 1 เดือน ปัจจุบันมีเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมถึง 34,000 เมือง ใน 191 ประเทศ (กันทิมา วงศ์สถาปัตย์, 2558).

ในประเทศไทยเศรษฐกิจแบ่งปัน หรือ Sharing Economy ก็ได้มีการใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้นเรื่อยๆ แอปพลิเคชันที่รู้จักกันโดยทั่วไปมีทั้งเกี่ยวกับการเดินทางอย่าง Uber, Grab, Taxi, Lyft หรือ All Thai Taxi เกี่ยวกับที่พักมี Airbnb, Home Away, Vrbo, Homestay, Love Home Swap ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ให้คำนิยามของเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) หมายถึงเป็นการบริโภคแบบร่วมมือกัน (Collaborative Consumption) หรือการทำธุรกิจจากบุคคลสู่บุคคล (Peer to Peer) คือ ธุรกิจรูปแบบใหม่ สามารถสร้างรายได้จากสิ่งของหรือทรัพย์สินที่ตนมีโดยทำการแลกเปลี่ยนแบ่งปันสินค้าหรือบริการกับผู้อื่น ซึ่งไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน แต่สามารถทำการแลกเปลี่ยนร่วมกันได้ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม แอปพลิเคชันหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ขบคิดคอตคอม, 2561)

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ความหมายของแอปพลิเคชันผ่านเศรษฐกิจแบ่งปันหมายถึง Airbnb ก่อตั้งโดย Blecharczyk, Chesky และ Gebbia เป็นแพลตฟอร์มที่ต่อยอดบริการ Bed and Breakfast คือเป็นการเปิดบ้านส่วนตัวให้คนนอกเข้าพัก และใช้ชีวิตอยู่กับเจ้าของบ้าน พร้อมอาหารเช้าให้ทานร่วมกัน มีเครือข่ายการให้บริการใน 190 ประเทศ ข้อดีของ Airbnb คือบางครั้งคุณได้ที่พัก ซึ่งราคาและขนาดห้องดีกว่าจ่ายเงินค่าโรงแรมเสียอีก Grab เป็นโมเดลเดียวกับ Uber แต่ Grab เป็นบริการจากมาเลเซียสามารถทำธุรกิจในเขตอาเซียน และแก้ปัญหาปัญหาการเรียกรถแท็กซี่ ที่มักปฏิเสธผู้โดยสาร ซึ่งแนวคิดของ Grab Taxi จะแตกต่างกับ Uber ตรงที่ Grab Taxi จะต้องบอกจุดหมายปลายทาง เพื่อให้เป็นการพอใจกันทั้งคนใช้และผู้ให้บริการ ส่วน Uber คนขับจะไม่รู้จุดหมายปลายทาง จนกว่าจะกดปุ่มรับผู้โดยสาร Spotify เป็นสิ่งที่เข้ามาทดแทนซีดีเพลงทั้งอัลบั้ม เพราะด้วยอินเทอร์เน็ตที่แรงขึ้นเรื่อยๆ และสมาร์ตโฟนที่มีความจุแบบเก็บเพลงได้เป็นพันเพลง Spotify สามารถใช้ได้อย่างดี โดยเป็นการให้บริการเช่าเพลงออนไลน์ แล้วเสียค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน มีเพลงให้เลือกฟังหลากหลายแนว สามารถจัดกลุ่มเป็น Playlist ได้ ลบออกแล้วใส่เพลงใหม่เข้าไปได้ และยังสามารถฟังแบบออฟไลน์ได้อีกด้วย Spinlister เป็นบริการให้เช่าจักรยาน ถ้าคุณมีจักรยานเป็นของตัวเอง แล้วบางครั้งไม่ได้ใช้ หรืออยากแบ่งปันให้คนอื่นยืมไปขี่บ้าง โดยได้ค่าตอบแทนเป็นเงิน ซึ่ง Spinlister ตอบโจทย์ดังกล่าวได้อย่างดี โดยสามารถถ่ายรูปจักรยานของคุณ

อัปโหลดผ่านเว็บไซต์ Spinlister ระบุระยะเวลา สถานที่ตั้ง และราคาให้เช่า ซึ่งคนที่อยากเช่าจักรยานก็สามารถเปิดแอปพลิเคชันดูได้ว่าในบริเวณใกล้เคียงมีจักรยานให้เช่าใกล้เคียงอยู่ตรงไหนบ้าง Lending Club จะให้บริการสินเชื่อ/เงินกู้ออนไลน์ระหว่างบุคคลกับบุคคลโดยผู้กู้ไม่ต้องทำเรื่องผ่านธนาคาร เป็นการจับคู่กันระหว่างผู้กู้กับผู้ให้กู้ผ่านระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม (แฟร์ไฟแนนซ์ไทยแลนด์, 2560)

### กรอบแนวคิดการวิจัย

**ตัวแปรอิสระ** ลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เงินออมต่อเดือน อาชีพ ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และ ความรู้ความเข้าใจ

**ตัวแปรตาม** การใช้ 5 แอปพลิเคชันผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทยคือ Spotify, Airbnb, Spinlister, Lending Club และ Grab

### วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลผ่านเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในประเทศไทยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling Method) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 882 ชุด โดยแบบสอบถามออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ที่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ Multivariate Analysis of Variance (MANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมพหุคูณ (Neuendorf, 2018) ซึ่งในงานวิจัยนี้กำหนดให้ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่รู้จักและ/หรือเคยใช้บริการแอปพลิเคชันต่างๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และความรู้ความเข้าใจ เป็นตัวแปรอิสระ โดยมีตัวแปรตามเป็น 5 แอปพลิเคชันในเศรษฐกิจแบ่งปัน

### ผลการวิจัย

ปัจจัยประชากรศาสตร์เกือบทุกตัวมีอิทธิพลต่อการใช้เศรษฐกิจแบ่งปันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ยกเว้นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตัวอย่างส่วนมากรู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน ในขณะที่ตัวอย่างส่วนมากที่ไม่รู้จักและรู้จักและใช้บริการมีจำนวนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 1 การใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน Sharing Economy

Sharing Economy	ไม่รู้จัก	รู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการ	รู้จักและใช้บริการ	รวม
Spotify (เช่าเพลงออนไลน์)	253 28.7%	373 42.3%	256 29.0%	882 100.0%
Airbnb (เช่าที่พัก)	401 45.5%	372 42.2%	109 12.4%	882 100.0%
Spinlister (เช่าจักรยาน)	368 41.7%	390 44.2%	124 14.1%	882 100.0%
Lending Club (เงินกู้ออนไลน์)	416 47.2%	363 41.2%	103 11.7%	882 100.0%
Grab (รถเช่าส่วนบุคคล)	91 10.3%	394 44.7%	397 45.0%	882 100.0%

ผลการศึกษาจากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 882 ราย รู้จักและใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปันผ่านแอปพลิเคชัน Grab มากที่สุดร้อยละ 45, รองลงมา Spotify ร้อยละ 29.0, Spinlister ร้อยละ 14.1, Airbnb ร้อยละ 12.4 และ Lending Club ร้อยละ 11.7 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักบริการเศรษฐกิจแบ่งปันผ่านแอปพลิเคชัน Lending Club มากที่สุดร้อยละ 47.2, Airbnb ร้อยละ 45.5, Spinlister ร้อยละ 41.7, Spotify ร้อยละ 28.7 และ Grab ร้อยละ 10.3

ตารางที่ 2 สหสัมพันธ์ของเศรษฐกิจแบ่งปัน Sharing Economy (ตัวแปรตาม)

ตัวแปรตาม	Spotify	Airbnb	Spinlister	Lending Club	Grab
Pearson Correlation		.377(**)	.215(**)	.195(**)	.265(**)
Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
N	882	882	882	882	882

Airbnb	Pearson					
	Correlation	.377(**)		.548(**)	.529(**)	.179(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
	N	882	882	882	882	882
Spinlister	Pearson					
	Correlation	.215(**)	.548(**)		.668(**)	.137(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
	N	882	882	882	882	882
Lending Club	Pearson					
	Correlation	.195(**)	.529(**)	.668(**)		.169(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000
	N	882	882	882	882	882
Grab	Pearson					
	Correlation	.265(**)	.179(**)	.137(**)	.169(**)	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	882	882	882	882	882

\*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ผลการศึกษาจากตารางที่ 2 พบว่าความรู้ความเข้าใจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจแบ่งปันและมีทิศทางบวก และสหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปร มีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ทุกตัวแปร ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการใช้สถิติ MANOVA

ตารางที่ 3 การทดสอบความแปรปรวน (Variance) โดย Box's Test of Equality of Covariance

Matrices<sup>(a)</sup>

<b>Box's M</b>	<b>965.561</b>
F	3.195
df1	275
df2	59014.849
Sig.	.000

ทดสอบสมมติฐานเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมที่สังเกตได้ของตัวแปรตามมีค่าเท่ากันในกลุ่มต่าง ๆ

- a. (เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระ) Intercept + ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ + ความรู้ความเข้าใจ

ผลการศึกษาจากตารางที่ 3 พบว่า ค่าความแปรปรวนของตัวแปร มีความแตกต่างของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามเงื่อนไข (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลง ทำให้การทดสอบสถิติ MANOVA ปกติจะใช้ค่า Wilk's Lambda (Tabachnick and Fidell, 2001) หากมีการฝ่าฝืนตามเงื่อนไข ให้ใช้ค่า Pillai's Trace แทนซึ่งมีค่าความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกันดังตารางถัดไป

**ตารางที่ 4** ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยประชากรศาสตร์โดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>

	Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.448	60.314(b)	10.000	743.000	.000
	Wilks' Lambda	.552	60.314(b)	10.000	743.000	.000
	Hotelling's Trace	.812	60.314(b)	10.000	743.000	.000
	Roy's Largest Root	.812	60.314(b)	10.000	743.000	.000
Score ความรู้ ความเข้าใจ	Pillai's Trace	.101	8.359(b)	10.000	743.000	.000
	Wilks' Lambda	.899	8.359(b)	10.000	743.000	.000
	Hotelling's Trace	.113	8.359(b)	10.000	743.000	.000
	Roy's Largest Root	.113	8.359(b)	10.000	743.000	.000
Gender เพศ	Pillai's Trace	.026	2.018(b)	10.000	743.000	.029
	Wilks' Lambda	.974	2.018(b)	10.000	743.000	.029
	Hotelling's Trace	.027	2.018(b)	10.000	743.000	.029
	Roy's Largest Root	.027	2.018(b)	10.000	743.000	.029
Education การศึกษา	Pillai's Trace	.079	2.025	30.000	2235.000	.001
	Wilks' Lambda	.922	2.029	30.000	2181.528	.001
	Hotelling's Trace	.082	2.033	30.000	2225.000	.001
	Roy's Largest Root	.046	3.463(c)	10.000	745.000	.000

Career	Pillai's Trace	.086	1.635	40.000	2984.000	.007
อาชีพ	Wilks' Lambda	.917	1.639	40.000	2819.225	.007
	Hotelling's Trace	.089	1.643	40.000	2966.000	.007
	Roy's Largest Root	.043	3.198(c)	10.000	746.000	.000
Saving	Pillai's Trace	.119	2.283	40.000	2984.000	.000
เงินออม	Wilks' Lambda	.885	2.314	40.000	2819.225	.000
	Hotelling's Trace	.126	2.344	40.000	2966.000	.000
	Roy's Largest Root	.086	6.393(c)	10.000	746.000	.000

a. Design: Intercept + ความรู้ความเข้าใจ+เพศ + การศึกษา + อาชีพ+ เงินออม

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level

d. Computed using alpha = .05

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์เกือบทุกตัวมีอิทธิพลต่อการใช้เศรษฐกิจแบ่งปันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ยกเว้นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสามารถดูจากค่า Pillai's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wilks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ส่วนการทดสอบ อิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์ต่อการเลือกใช้เศรษฐกิจแบ่งปัน โดยวิธี Tests of Between-Subjects Effects พบว่าไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงไม่ได้ทำเสนอตารางทดสอบอิทธิพลไว้

ตารางที่ 5 การทดสอบความแปรปรวน (Variance) โดย Box's Test of Equality of Covariance

Matrices <sup>(a)</sup>	
<b>Box's M</b>	<b>464.200</b>
F	3.944
df1	110
df2	115843.052
Sig.	.000

ทดสอบสมมติฐานแรกพบว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมที่สังเกตได้ของตัวแปรตามมีค่าเท่ากันในกลุ่มต่าง ๆ

a. (เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระ) Intercept + ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ผลการศึกษาจากตารางที่ 5 พบว่า ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ ด้านการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีความแตกต่างของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามเงื่อนไข (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลงนั่นเอง ทำให้การทดสอบสถิติ MANOVA ปกติจะใช้ค่า Wilk's Lambda หากมีการฝ่าฝืนเงื่อนไข ให้ใช้ค่า Pillai's Trace แทนซึ่งมีค่าความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกัน

ตารางที่ 6 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยวิธี Multivariate Tests<sup>a</sup>

	Effect	Value	F	Hypothesis	Error df	Sig.
				df		
Intercept	Pillai's Trace	.420	45.621(b)	10.000	631.000	.000
	Wilks' Lambda	.580	45.621(b)	10.000	631.000	.000
	Hotelling's Trace	.723	45.621(b)	10.000	631.000	.000
	Roy's Largest Root	.723	45.621(b)	10.000	631.000	.000
Score	Pillai's Trace	.052	3.436(b)	10.000	631.000	.000
	Wilks' Lambda	.948	3.436(b)	10.000	631.000	.000
	Hotelling's Trace	.054	3.436(b)	10.000	631.000	.000
	Roy's Largest Root	.054	3.436(b)	10.000	631.000	.000
Facebook	Pillai's Trace	.221	3.710	40.000	2536.000	.000
	Wilks' Lambda	.795	3.725	40.000	2394.534	.000
	Hotelling's Trace	.237	3.732	40.000	2518.000	.000
	Roy's Largest Root	.104	6.587(c)	10.000	634.000	.000
Twitter	Pillai's Trace	.205	3.421	40.000	2536.000	.000
	Wilks' Lambda	.809	3.446	40.000	2394.534	.000
	Hotelling's Trace	.220	3.464	40.000	2518.000	.000
	Roy's Largest Root	.111	7.029(c)	10.000	634.000	.000
Line	Pillai's Trace	.247	4.177	40.000	2536.000	.000
	Wilks' Lambda	.771	4.247	40.000	2394.534	.000



	Hotelling's Trace	.274	4.307	40.000	2518.000	.000
	Roy's Largest Root	.160	10.154(c)	10.000	634.000	.000
Youtube	Pillai's Trace	.183	3.037	40.000	2536.000	.000
	Wilks' Lambda	.828	3.050	40.000	2394.534	.000
	Hotelling's Trace	.194	3.058	40.000	2518.000	.000
	Roy's Largest Root	.082	5.191(c)	10.000	634.000	.000
Instagram	Pillai's Trace	.232	3.899	40.000	2536.000	.000
	Wilks' Lambda	.786	3.934	40.000	2394.534	.000
	Hotelling's Trace	.252	3.960	40.000	2518.000	.000
	Roy's Largest Root	.125	7.955(c)	10.000	634.000	.000

a. Design: Intercept + Facebook + Twitter + Line + Youtube + Instagram

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level

d. Computed using alpha = .05

ผลการศึกษพบว่า การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Line, Youtube และ Instagram มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจสู่ดิจิทัลได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยสามารถดูจากค่า Pillai's Trace นอกจากนั้นค่าสถิติอื่น Wilks' Lambda และ Hotelling's Trace หรือ Roy's Largest Root ก็แสดงค่าการทดสอบออกมาสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

**ตารางที่ 7** การทดสอบอิทธิพลด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยวิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source/ Independent	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Spotify	280.434(a)	241	1.164	3.258	.000
	Airbnb	234.411(b)	241	.973	3.479	.000
	Spinlister	249.122(c)	241	1.034	3.772	.000
	Lending Club	237.727(d)	241	.986	3.709	.000
	Grab	202.656(e)	241	.841	3.004	.000
Intercept	Spotify	39.416	1	39.416	110.373	.000
	Airbnb	37.037	1	37.037	132.482	.000
	Spinlister	37.255	1	37.255	135.954	.000

	Lending Club	41.525	1	41.525	156.149	.000
	Grab	71.997	1	71.997	257.159	.000
Facebook	Spotify	7.955	4	1.989	5.569	.000
	Airbnb	7.493	4	1.873	6.700	.000
	Spinlister	2.592	4	.648	2.364	.052
	Lending Club	1.730	4	.433	1.627	.166
	Grab	1.674	4	.419	1.495	.202
Twitter	Spotify	7.525	4	1.881	5.268	.000
	Airbnb	2.476	4	.619	2.214	.066
	Lending Club	.421	4	.105	.395	.812
	Grab	3.104	4	.776	2.772	.026
Line	Spotify	12.457	4	3.114	8.721	.000
	Airbnb	4.255	4	1.064	3.805	.005
	Spinlister	2.987	4	.747	2.725	.029
	Lending Club	6.902	4	1.725	6.488	.000
	Grab	6.120	4	1.530	5.465	.000
Youtube	Spotify	6.234	4	1.559	4.364	.002
	Airbnb	3.118	4	.780	2.788	.026
	Spinlister	3.889	4	.972	3.548	.007
	Lending Club	5.793	4	1.448	5.446	.000
	Grab	6.566	4	1.641	5.863	.000
Instagram	Spotify	7.170	4	1.793	5.019	.001
	Airbnb	6.048	4	1.512	5.409	.000
	Spinlister	8.006	4	2.001	7.304	.000
	Lending Club	3.193	4	.798	3.001	.018
	Grab	3.333	4	.833	2.976	.019

a R-squared = .551 (Adjusted R-squared = .382)

b R-squared = .567 (Adjusted R-squared = .404)

c R-squared = .587 (Adjusted R-squared = .431)

d R-squared = .583 (Adjusted R-squared = .426)

e R-squared = .531 (Adjusted R-squared = .354)

ผลการศึกษาจากตารางที่ 7 พบว่าตัวแปรด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์เกือบทุกตัวมีอิทธิพลต่อการใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยมีค่า R-squared เท่ากับ .531 หรือสามารถอธิบายการให้บริการเศรษฐกิจแบ่งปันได้ 53.10 เปอร์เซ็นต์ยกเว้น Facebook ที่ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้ Spinlister, Lending Club และ Grab กับ Twitter ที่ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้ Airbnb กับ Lending Club

### สรุปผลและอภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าตัวแปรด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งเป็นสื่อกลางในการนำผู้ซื้อและผู้ขายมารวมกัน สามารถจ่ายเงินและใช้บริการโดยผ่านแอปพลิเคชัน นั่นคืออุปกรณ์มือถือเช่นสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่ให้ผู้คนที่เชื่อมต่อกันได้ทุกที่ทุกเวลา ลักษณะของการแบ่งปันเศรษฐกิจ (PwC, 2015) การเติบโตของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันนั้น ถูกเติมเต็มด้วยอินเทอร์เน็ต และสื่อกลางทางสังคม ซึ่งเป็นการดำเนินงานในรูปแบบระบบธุรกิจที่แตกต่างจากเดิมโดยใช้รูปแบบทำให้ผู้บริโภคได้พบกันตัวต่อตัว (Peer-to-Peer) เพื่อที่จะกระจายความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรของผู้อื่นได้ (Tussyadiah, 2015) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างกลุ่มคนต่างๆ เป็นปัจจัยที่เป็นกุญแจของกิจกรรมที่เกิดขึ้นร่วมกัน (Morgan & Hunt, 1994) โดยไปที่กระบวนการผสมผสานดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้อย่างต่อเนื่องในโครงสร้างทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Daunoriene, Draksaitė, Snieska and Valodkiene, 2015, Martin, 2016) เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ลดค่าดำเนินการทางธุรกิจ และช่วยลดระยะทางในการติดต่อสื่อสารให้ถูกลงและมีประสิทธิภาพมากขึ้นสอดคล้องกับการค้นพบของการทำวิจัยครั้งนี้ รูปแบบธุรกิจแบบแบ่งปันนั้นเกิดขึ้นมาเป็นเวลามากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไปมีบทบาทอย่างมากในการทำให้การติดต่อสื่อสาร และการสร้างความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ หลากหลายงานวิจัยที่กล่าวถึงการเข้าไปมีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการขับเคลื่อนการทำงานภายใต้แนวคิดการบริโภคร่วมกัน หรือเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เพื่อที่จะเอื้อให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงซึ่งทรัพยากรร่วมกันได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วขึ้น (Botman and Roger, 2010) การนำ Web Technology และ Mobile Technology มาใช้เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินแต่ละคนให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมภายใต้รูปแบบธุรกิจบุคคลสู่บุคคล (P2P) (Cohen and Kietzmann, 2014) เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยยกระดับเครือข่าย และการบริการแบบกลุ่มเมฆ (Cloud) เปิดโอกาสให้ผู้คนที่

เข้าถึงทรัพยากรที่ต้องการ และเชื่อมโยงให้คนเข้ากับทรัพยากรได้ง่ายและสะดวกขึ้นผ่านการคลิกเพียงครั้งเดียว (Posen, 2015) กิจกรรมการได้รับ การให้ และการแบ่งปันในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นกับรูปแบบบุคคลสู่บุคคล เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารกันบนบริการออนไลน์ (Hamari, Sjöklint, and Ukkonen, 2016) โดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นสื่อกลางของเศรษฐกิจแบบแบ่งปันที่มุ่งให้ความสนใจไปที่การหาวิธีในการเข้าถึงสิ่งต่างๆ ให้ง่ายและรวดเร็วขึ้น (Kapoor, 2014) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกรณีศึกษาในงานวิจัยที่เลือกใช้ออพพลิเคชันอูเบอร์ซึ่งเป็นอพพลิเคชันมือถือที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ที่มียานพาหนะเข้ากับผู้โดยสารเป็นวิธีการที่สะดวกสบายและมีประสิทธิภาพการเชื่อมต่อผ่านทางสมาร์ตโฟนทำให้ผู้คนสามารถเสนอและจองการเดินทางได้เมื่อไหร่หรือที่ไหนก็ตามที่ต้องการ จากการแข่งขันทางด้านบริการขับขี้อย่างมีประสิทธิภาพ (Yousaf, Li, Chen, Tang and Dai, 2014, Botsman, 2015) ได้กล่าวถึงการข้ามผ่านแต่ละภาคส่วนหรือกลุ่มทางเศรษฐกิจหรือแม้แต่ประเทศ ในการสร้างความเติบโตด้านการรับรู้ของผู้บริโภค การเพิ่มจำนวนของเครือข่ายชุมชนการบริโภคร่วมกันผ่านทางระบบปฏิบัติการออนไลน์ (Hamari et al., 2016) กล่าวคือระบบนี้ทำให้กลุ่มคนสามารถเข้ามามีส่วนในกิจกรรมทางเศรษฐกิจรูปแบบนี้ได้อย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างมาก เพราะจะมีผู้เสนอให้บริการมากขึ้นทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ง่ายและสะดวก มีของดีราคาถูกแข่งได้ก็มีโอกาสเกิดได้ แทนที่ในอดีตจะต้องเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่เท่านั้น การพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาอย่างยิ่งในระยะต่อไปในแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เสริมสร้างความร่วมมือกันของชุมชน เกิดความรู้สึกลดอคภัย อุ่นใจ ลดช่องว่างในการบริโภคสินค้าและบริการในเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน

#### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรจะมีการศึกษากรณีเศรษฐกิจแบ่งปันที่สำเร็จและล้มเหลวเป็นกรณีศึกษาเพื่อให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่หรือ Startup ลดความเสี่ยงในการเสนอให้บริการ และสามารถออกแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ เช่นผู้สูงอายุ หรือแม้กระทั่งการเข้าร่วมในเศรษฐกิจแบ่งปันของผู้สูงอายุ เช่น การขับรถแท็กซี่หลังเกษียณ เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

- กันทิมา วงศ์สถาปัตย์. 2558. **Sharing Economy: การบริโภคยุคใหม่ ไร้ซึ่งการครอบครอง**. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2831>
- ขบคิดคอตคอม. 2561. **สร้างรายได้จาก-sharing-economy-เศรษฐกิจแบ่งปันที่กำลังกำเนิดในยุคดิจิทัล**. สืบค้นจาก <https://www.kobkid.com/เรื่องน่ารู้/สร้างรายได้จาก-sharing-economy-เศรษฐกิจแบ่งปันที่กำลังกำเนิดในยุคดิจิทัล>
- ผู้จัดการออนไลน์. 2558. **ก้าวสู่ยุค Sharing Economy ซ้ำสามเงื่อนไขหนุนความสำเร็จ**. สืบค้นวันที่ 19 มกราคม 2562 จาก <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9580000065463>
- พัฒนา เหลืองนฤมิตชัย. 2559. **Disruptive Technology** กับการลงทุน. สืบค้นจาก [http://optimise.kiatnakin.phatra.com/investment\\_5.php](http://optimise.kiatnakin.phatra.com/investment_5.php)
- แฟร์ไฟแนนซ์ไทยแลนด์. 2560. **รู้จักกับ LENDING CLUB**. สืบค้นวันที่ 19 มกราคม 2562 จาก <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.472458376433649.1073741841.343435366002618&type=3>
- Botsman, R. 2015. **The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms**. Retrieved from <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12>
- Botsman, R. and Rogers, R. 2010. **What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. New York: HarperCollins.
- Cohen, B., and Kietzmann, J. 2014. "Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy." **Organization & Environment** 27 (3): 279-296.
- Daunoriene, A., Draksaite, A., Snieska, V. and Valodkiene, G. 2015. "Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models." **Social and Behavioural Sciences** 213: 836-841.
- Felson, M., and Spaeth, J. L. 1978. "Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach". **American Behavioral Scientist** 21: 614-24.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. 2016. "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption." **Journal of the Association for Information Science and Technology** 67 (9): 2047-2059.
- Kapoor R. 2014. **Lessons from the Sharing Economy**. Retrieved from <http://techcrunch.com/2014/08/30/critical-lessons-from-thesharing-economy>

- Morgan, R. M. and Hunt, S. D. 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing". **Journal of Marketing** 58 (3): 20-38.
- Martin, C. J. 2016. "The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?". **Ecological Economics** 121: 149-159.
- Neuendorf, K. 2018. **MANOVA/MANCOVA**. Retrieved 19 January 2019 from <https://academic.csuohio.edu/kneuendorf/c63114/PresMAN.pdf>
- Posen, H. A. 2015. "Ridesharing in the Sharing Economy: Should Regulators Impose Uber Regulations on Uber?". **Iowa Law Review** 101 (405): 406-433.
- PwC. 2015. **The Sharing Economy**. Retrieved 19 January 2019 from <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. 2001. **Using Multivariate Statistics**. 4<sup>th</sup> ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Tussyadiah, I. 2015. An exploratory on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. In I. Tussyadiah, and A. Inversini (Eds.), **Information & Communication Technologies in Tourism**. Switzerland: Springer International Publishing.
- Yousaf, J., Li, J., Chen, L., Tang, J. and Dai, X. 2014. "Generalized multipath planning model for ride-sharing systems". **Frontiers of Computer Science** 8 (1): 100-118.

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	อัญชลี เอียดเจริญ
วัน เดือน ปีเกิด	5 ตุลาคม 2534
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและ ภัตตาคาร, 2557 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจ ดิจิทัล, 2562
ที่อยู่ปัจจุบัน	37 หมู่ที่ 5 ตำบลสินปุน อำเภอพระแสง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84210
สถานที่ทำงาน	ธนาคารทหารไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าอาวุโส ธนาคารทหารไทย