

## กรณีศึกษา Airbnb จากธุรกิจการจองห้องพักสู่ธุรกิจไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยว

การออกเดินทางท่องเที่ยวโลกเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ถวิลหา แต่มีคนเพียงหยิบมือที่ได้ทำอย่างใจคิด ส่วนคนที่เหลือถ้าไม่ยุ่งเหยิงกับกองงานก็เป็นคงเพราะเงินในกระเป๋านั้นมีจำกัด แค่เพียงค่าเดินทางก็หนักหนาสาหัสแล้วจะเอาเงินที่ไหนไปจองโรงแรมที่มาพร้อมกับบริการบุฟเฟ่ต์อาหารเช้า สระว่ายน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เราไม่ต้องการ แล้วถ้ามีคนท้องถิ่นเปิดห้องให้คุณอยู่ชั่วคราวพร้อมอาหารเช้ามื้อเล็กๆ ในราคาเพียงไม่กี่ร้อยบาทล่ะ? ในทางกลับกัน ก็น่าจะมีคนท้องถิ่นเปิดห้องพักของคุณซึ่งมีพื้นที่เหลือใช้จะสามารถสร้างรายได้และกลายเป็นค่าเดินทางสำหรับคุณ

ปัจจุบันเว็บไซต์จองที่พักนั้นถือเป็นเรื่องที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีไลฟ์สไตล์เป็นอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวของไทยและต่างประเทศนั้นสามารถเดินทางได้เองและสามารถจัดการจองที่พักได้เอง ซึ่งวิธีการนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวแบบกำหนดไลฟ์สไตล์เองได้ วันนี้จะนำเสนอกรณีตัวอย่างเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเว็บไซต์หนึ่งคือ Airbnb ที่เป็นเว็บไซต์จองโฮสเทลทั่วโลก ซึ่งสำหรับ Airbnb นั้นจริงๆ แล้วหลายคนมองว่า Airbnb กำลังเข้ามาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่จริงๆ Airbnb นั้นถือว่าอยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาตั้งแต่แรก เพราะกลุ่มลูกค้าหลักของ Airbnb คือนักท่องเที่ยวที่หาที่พัก (ไม่ใช่กลุ่มนักธุรกิจที่หาที่พักสำหรับ Business trip) นอกจากนี้ตัวเจ้าของบ้านใน Airbnb เอง ก็มักยินดีกับการต้อนรับแขกนักท่องเที่ยว เรียกได้ว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีความพร้อมอยู่แล้ว อาศัยการเพิ่มธุรกิจอีกโมเดลหนึ่งต่อยอดเข้าไป จากการให้พักอาศัย เจ้าบ้าน local ก็สามารถหารายได้เสริมจากการพาเที่ยวเองด้วย



ที่มา : <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/airbnb-hotels-expansion-travel/>

Airbnb นั้นเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเรื่องการจองที่พักแบบโฮสเทลที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักเดินทาง ซึ่งข้อดีของการจองแบบโฮสเทลนั้นคือการที่นักท่องเที่ยวจะได้พบปะกับเจ้าของบ้าน จากการที่มีการพบปะเจ้าของที่อยู่อาศัยที่เป็นคนท้องถิ่นนั้นจะทำให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนสิ่งที่ได้พบได้เจอ ก่อนหน้านี้นั้นธุรกิจของ Airbnb จะเป็นการหาที่พักเพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบัน Airbnb ได้มีการพัฒนาต่อยอดในส่วนที่ยังขาดคือการนำเที่ยว ซึ่งการนำเที่ยวที่วานั้นเจ้าของที่พักสามารถนำเที่ยวได้เอง โดยการตกลงกับผู้เข้าพักอาศัย ซึ่งการทำลักษณะนี้ถือเป็นการเติมเต็มในส่วนที่ขาดของการท่องเที่ยวได้อย่างดีเยี่ยม เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นหากได้ผู้นำทางซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นนั้นคอยแนะนำก็จะเป็นการแนะนำข้อมูลที่ถูกต้องได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ Airbnb ทำคือการสร้าง Trust หรือความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้ทั้งสองฝ่ายไม่ว่าจะเป็นการยืนยันตัวตนและโปรไฟล์ การรีวิวให้คะแนนรวมถึงมาตรฐานที่ดีในการเป็นโฮสต์ ทุกอย่างถูกออกแบบมาเพื่อให้ผู้คนสะดวกใจที่เข้าไปพักผ่อนและอยู่อาศัยร่วมกันได้อย่างเป็นมิตร ช่วยเหลือเกื้อกูลกันทำให้ผู้ที่มาพักอาศัยไม่รู้สึกรอคอยเดียว นั่นทำให้โฮสต์เป็นส่วนเติมเต็มที่สำคัญในแพลตฟอร์มของ Airbnb

## จุดเริ่มต้นของ Airbnb



ที่มา : <https://www.letsintern.com/>

ในปี 2007 Joe Gebbia และ Brian Chesky ไม่มีเงินสำหรับจ่ายค่าเช่าห้อง และในขณะนั้นเองก็กำลังมีการสัมมนาขนาดใหญ่จัดขึ้น โรงแรมที่พักรอบๆ ถูกจองเต็มหมด เขาสองคนจึงสร้างเว็บไซต์ชื่อ [airbedandbreakfast.com](http://airbedandbreakfast.com) ประกาศให้เช่าที่พักในห้องพักของพวกเขาและฟูกที่นอนสามตัว พร้อมด้วย

อาหารเข้าจากฝีมือพวกเขาเอง หกวันหลังจากนั้นมีแขกทั้งหมด 3 คนเข้ามาใช้บริการ โดยพวกเขาเก็บเงินเพียงคนละ 80 ดอลลาร์สหรัฐ หลังจากที่บอกเล่าแขกทั้งสามคน โจและไบรอันก็รู้แล้วว่านี่เป็นไอเดียที่ดีและจะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับนักเดินทางทั่วโลกท้องถิ่นมีมูลค่าเพราะบ้านน่าจะดีกว่าเสมอ

ก่อนหน้านี้ Airbnb จะเข้ามาขยายวงการที่พักและโรงแรม ย้อนไปสักสามสิบปีที่แล้ว โรงแรมที่เป็นเพียงสถานที่ไว้สำหรับค้างคืน ทุกๆที่มีบรรยากาศที่คล้ายคลึงกันทำให้คนรู้สึกเบื่อ จึงทำให้เกิด Boutique Hotels ที่มุ่งเน้นสร้างความประหลาดใจให้กับผู้เข้าพักด้วยบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเป็นอยู่ตามแต่ละท้องถิ่น และสิ่งใจกับไบรอันค้นพบหลังจากเปิดบริการมานานหลายปีคือทุกคนชอบที่จะอยู่บ้าน ชอบความรู้สึกของบ้านมากกว่าห้องในโรงแรม

ในฝั่งของเจ้าของสินค้า (ในที่นี้คือเจ้าของที่พัก) ซึ่งเป็นสิ่งที่พวกเขามีอยู่เดิมและพักอาศัยอยู่แล้ว จึงเป็นสินค้าที่แทบจะไม่มีต้นทุนและ Airbnb ยังมอบโอกาสให้พวกเขาสามารถเป็นฝ่ายที่กำหนดราคาที่เหมาะสมเองได้เองด้วย

ถึงแม้ว่า Airbnb จะมีลักษณะเดียวกับ Boutique Hotels แต่กลับมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าและยังได้สัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นโดยตรงจากเจ้าของห้องพัก ด้วยหลักการของ Sharing Economy นำทรัพยากรเดิมที่เจ้าของไม่สามารถใช้ได้เต็มศักยภาพ มาแปรรูปเป็นสินค้าชั่วคราวที่ใช้ร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดย Airbnb ใช้พลังของอินเทอร์เน็ตเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจที่เชื่อมต่อระหว่างเจ้าของที่พักกับผู้เข้าพักโดยตรง ผู้เข้าพักสามารถระบุความต้องการของที่พัก เจาะจงรายละเอียดเฉพาะต่างๆ เช่น มีวิวติดทะเล ไปจนถึงสามารถดูรายละเอียดของเจ้าของที่พักได้ว่าเขาสามารถพูดภาษาอะไรได้บ้าง ดูภาพตัวอย่างที่พัก ติดต่อกับผู้เข้าพักได้ ซึ่งตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการจากบุคคลมากกว่าการซื้อจากแบรนด์ใหญ่ๆ ที่มีอำนาจต่อรองมากกว่า ตัดการผูกมัดบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นจนก่อให้เกิดราคาที่สูงเกินจริง เมื่ออินเทอร์เน็ตเป็นผู้นำที่เชิญชวนให้คนมาเข้าพักแทนที่เจ้าของจะต้องลงทุนทำเอง ดังนั้นพวกเขาจึงมีเวลาปรับปรุง ดูแล และสร้างสรรค์การบริการที่ดีและแตกต่างเพิ่มมากขึ้นโดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีคนรู้จักที่พักของพวกเขาหรือไม่และไม่เพียงฝ่ายผู้เข้าพักจะได้พบกับประสบการณ์แปลกใหม่แต่ฝ่ายเดียว เพราะฝ่ายเจ้าของที่พักก็มีโอกาสได้พบปะพูดคุยกับนักเดินทางจากทั่วโลกเช่นกัน

โอกาสและช่องทางทำธุรกิจอยู่รอบตัวหรืออาจจะอยู่ในบ้านของเราแล้วด้วยซ้ำ อยู่ที่ว่าเราจะมองเห็นและลงมือทำหรือไม่ จากที่เคยมีคนมาขอเช่าที่นอนพักของ โจและไบรอันเพียงสามคนเมื่อปี 2007 แต่ปัจจุบันในทุกๆ คืนจะมีผู้ใช้โดยเฉลี่ยห้าแสนคนกำลังอาศัยอยู่ในที่พักของระบบ Airbnb ซึ่งถ้านับรวมๆกันแล้ว

ตลอดเวลาที่ Airbnb เปิดทำการก็น่าจะมีผู้ใช้เสียตหนึ่งร้อยล้านคนแล้ว และกลายเป็นธุรกิจออนไลน์รวบรวมที่พัก 2.2 ล้านแห่ง จาก 192 ประเทศทั่วโลกได้ภายในไม่กี่ปี

## แนวคิดของ Brian Chesky – CEO Airbnb



ที่มา : <https://walkercorporatelaw.com/>

### 1. เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการเพื่อเรียนรู้การแก้ปัญหา

เพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น Brian จะมีกิจวัตรที่ต้องทำทุกคืนคือการเข้าชมเว็บไซต์ของตนเองเพื่อติดต่อ-เชื่อมโยงตัวเขาเองในฐานะผู้ก่อตั้งกับผู้ใช้บริการ โดยเขาเองก็ทำเช่นนี้มาเป็นระยะเวลาหลายปี ทำให้เขาได้รับรู้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นและพร้อมที่จะเรียนรู้ในการแก้ไขปัญหา

### 2. ความสุขที่แท้จริงไม่ใช่การแข่งขัน

การตลาดที่ดีที่สุดของ Airbnb คือเป็นการให้สิ่งที่ดีที่สุดกับผู้ใช้ เพราะผู้จะเป็นคนบอกต่อในสิ่งที่ดีส่งผลให้ธุรกิจของเขาเป็นไปในทางที่ดีขึ้นด้วย เพราะการลงมือทำอะไรเพื่อต้องการเอาชนะคู่แข่ง ไม่ใช่ความสุขที่แท้จริง เห็นได้จากเหตุการณ์พายุเฮอริเคนแซนดี้ ที่โบรอันตัดสินใจใช้เครือข่ายที่เขามีอยู่ทั้งหมด

เปิดพื้นที่ให้ผู้ประสบภัยได้เข้าอยู่อาศัยแบบฟรี ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งคำขวัญประจำตัวของเขา คือ “มักจะให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกค้าเสมอ”

### 3. เปลี่ยนนิสัยให้มีความคิดอย่างมั่นใจ

ไบรอันมักจะบอกว่าเพราะผู้คนมักจะติดนิสัยไม่มั่นใจในความคิดของตนเอง และชอบที่จะเปลี่ยนความคิดและแก้ไขบ่อยครั้ง ทำให้บางครั้งความคิดดีๆ อาจจะถูกกละเลาะออกไป และไม่เชื่อว่าในแต่ละวันจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการมากมายใน 1 คืน กว่า 170 ประเทศทั่วโลก ทั้งๆ ที่มีนักลงทุนหลายคนคิดว่าไม่น่าจะมีใครไปเช่าห้องแบบนี้ได้อยู่ได้

### 4. ยึดถือแนวคิดของตนเองสำคัญเป็นอันดับแรก

ให้ยึดถือแนวคิดของตนเองสำคัญเป็นอันดับแรก แล้วมุ่งความตั้งใจในความพยายามของตนเองไปกับกลุ่มคนที่มีความสำคัญ โดยเริ่มต้นจากขนาดเล็กก่อน เพราะหากคาดหวังว่าจะเข้าถึงผู้คนกลุ่มใหญ่นั้น อาจจะทำให้ไม่มีใจจะพุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายได้ บางครั้งการมุ่งเป้าหมายไปที่จุดเดียวมากเกินไปก็อาจทำให้เกิดการมองข้ามในสิ่งที่เป็นรายละเอียดได้

### 5. หมั่นเติมประสบการณ์ใหม่ๆ

การหมั่นเติมเต็มประสบการณ์ใหม่ๆ ทำให้การทำงานมีความหมายและ เว็บไซต์ Airbnb เป็นหนึ่งในทางเลือก ซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต ไม่ใช่แค่เพียงรูปภาพหรือ เนื้อหาข้อมูล รวมถึงห้องพัก หากแต่เป็นประสบการณ์จากการแบ่งปันของธุรกิจที่ร่วมกับเจ้าของบ้าน เขาเชื่อว่าเป็นกุญแจที่สำคัญสำหรับการมีชีวิตที่จะอยู่ต่อไปบนโลกใบนี้

### 6. อยากรุ่งต้องเข้าหาและเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง

ก่อนมาทำ Airbnb Brian Chesky ก็ไม่ต่างจากคนทั่วไป คือไม่รู้เรื่องอะไรสักนิด การบริหารงานสตาร์ทอัพไม่มีเวลาให้เรียนรู้งานเหมือนบริษัททั่วไป แต่เทคนิคการพัฒนาตัวเองของ Chesky คือการเรียนรู้ประสบการณ์ให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ จากผู้เชี่ยวชาญที่เก่งที่สุดในสาขาต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้จากต้นตอ (going to the sources) เคล็ดลับที่สำคัญคือจงหาคนที่เก่งที่สุดในสาขานั้นๆ แล้วเข้าไปขอความช่วยเหลือโดยตรง หากเลือกถูกคน ก็จะเรียนรู้ได้รวดเร็ว ไม่ว่าจะ Warren Buffet มหาเศรษฐีอันดับต้นๆ ของโลก , Bob Iger ซีอีโอของ Disney , Jonathan Ive จากแอปเปิล, Mark Zuckerberg และ Sheryl

Sandberg จาก Facebook , Jeff Bezos จาก Amazon ,John Donahoe ซีอีโอ eBay, Jeff Weiner ซีอีโอ LinkedIn , Marc Benioff ผู้ก่อตั้ง Salesforce และ George Tenet อดีตผู้อำนวยการ CIA

## 7.CEO ต้องแบกรับกิจตลอดเวลา

ซึ่งจะมีการกิจสำคัญคือ ระวังป้องกันไม่ให้เรื่องจมและเลือกงาน 2-3 อย่างที่คิดว่าชอบและทำได้ดี ส่วนงานที่เหลืออาจจะมอบหมายให้ผู้บริหารคนอื่นดูแล ยกเว้นว่าเป็นปัญหาสำคัญที่อาจจะส่งผลเสียต่อบริษัทเท่านั้น

## 8.หมั่นเติมอาหารสมองพร้อมหาไอเดียใหม่ๆเสมอ

ประสบการณ์บางอย่างสอนให้เขาเรียนรู้ว่าห้วงเวลาวิกฤตเป็นเรื่องที่แย่มากที่สุด จึงต้องเลือกสักทางว่าจะไปทางไหน การหมั่นเติมอาหารสมอง เหมือนการเติมน้ำในอ่างเก็บน้ำ ด้วยการหาไอเดียและประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ ไม่ใช่ทำแต่งงานอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

## 9.ฉีกแนวการให้บริการที่פקแบบเดิม

เขาได้ฉีกแนวการให้บริการที่פקแบบเดิมๆ คือ ใครก็สามารถเปิดบ้านให้คูกุพักได้ เวลาคูกุไปพักคูกุก็เหมือนคูกุไปนอนบ้านเพื่อน เพราะคูกุมีโอกาสที่จะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน รวมถึงรับประทานอาหารกับเจ้าบ้านได้ การทำธุรกิจคูกุไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของกิจการโรงแรม คูกุก็มีโอกาสสร้างรายได้จากการให้เช่าที่พักได้

## 10.การแชร์ทรัพยากร (ที่พัก) ใน Airbnb

การแชร์ที่พัก ใน Airbnb ถือว่าเป็นเรื่องดีทั้งผู้เช่าพัก ผู้ให้เช่า และผู้ให้บริการ เพราะผู้เช่าพักมีตัวเลือกมากขึ้น สามารถหาที่พักราคาประหยัดและถูกกว่าที่เลือกนอนในโรงแรม ส่วนผู้ให้เช่าก็จะมีรายได้จากการให้เช่า แทนที่จะปล่อยให้ห้องว่างทิ้งไว้เฉย ๆ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดรายได้ และผู้ให้บริการก็จะมีรายได้จากการอำนวยความสะดวกสบายต่อการเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้เช่าพักกับผู้ให้เช่า

## 11.เพิ่มไอเดียด้วยการถ่ายภาพสวย

ผู้คนมักจะแชร์ทุกสิ่งอย่างจากโลกออนไลน์สู่โลกออฟไลน์มากขึ้น ลองหันมองดูไอเดียเรื่องการถ่ายภาพเพื่อแบ่งปันในโซเชียลมีเดีย ปรากฏการณ์เหล่านี้มีความน่าสนใจหากผู้คนแบ่งปันเรื่องที่อยู่เพื่อแบ่งปันภาพห้องพัก หรือบ้านพักสวยๆ เพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจ และทำให้คนหันมาสนใจที่พักสไตล์นี้มากขึ้น

## 12. ใช้กลยุทธ์เด็ดด้วยการบอกต่อ

Brain กล่าวว่า กลยุทธ์เด็ดๆ คือการบอกต่อถึงทุกคนที่รู้จัก และคุณสามารถเข้าพักได้ทุกพื้นที่ทุกหนแห่งจากทั่วโลก ซึ่งคุณสามารถเลือกที่จะเช่าได้ตั้งแต่เตียงไปจนถึงปราสาทสวยหรู ค้นหาใน Airbnb เมื่อคุณต้องการห้องพักทุกระดับในระยะเวลาที่ต้องการ

## 13. เขียนโน้ตหรือการ์ดด้วยลายมือให้กับพนักงาน

เขาได้ยึดหลักแนวคิดจาก George Tenet ที่น่าสนใจ ซึ่งได้บอกกับ Brain ว่าซีอีโอต้องไปกินข้าวที่ร้านอาหารทุกวันและเปลี่ยนที่นั่งไปเรื่อยๆ เพื่อได้พูดคุยกับพนักงานหลากหลาย และให้รู้จักเขียนโน้ตหรือการ์ดด้วยลายมือให้กับพนักงาน เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจในตัวซีอีโอด้วย

## 14. จงอย่าให้สิ่งรบกวนมาทำลายสมาธิ

บทเรียนที่เขาได้จาก Warren Buffet เมื่อตอนที่เขาเป็นคนติดต่อเพื่อขอกินข้าวเที่ยงด้วย คือจงอย่าให้สิ่งรบกวน (noise) มาทำลายสมาธิ ซึ่งที่บ้านของ Buffet ไม่มีทีวีในบ้าน

## 15. จงรักษาวัฒนธรรมองค์กรให้ดี

Chesky ได้ขอคำแนะนำจาก Peter Thiel นักลงทุนชื่อดังและผู้ร่วมก่อตั้ง PayPal สิ่งที่เขาได้คือ จงรักษาวัฒนธรรมองค์กรให้ดี เพราะหากวัฒนธรรมองค์กรมีปัญหา แปลว่าโลกในการสร้างผลิตภัณฑ์มีปัญหา

ด้วยข้อคิดนี้จึงทำให้เขาหันมาใส่ใจเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและให้ความสำคัญกับการพบปะพนักงานใหม่ทุกสัปดาห์ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานกล้าคิดกล้าทำสิ่งที่แหกกรอบ Brian Chesky ได้แนวคิดจากนักธุรกิจระดับโลกหลายคน ทำให้เขาเองต้องเรียนรู้วิธีการตั้งคำถามเพื่อตรวจสอบ และค้นหาว่าสิ่งที่เกิดขึ้นจริงๆ คืออะไร และการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปการเข้าไปคุยเพียงอย่างเดียว แต่สามารถเรียนรู้จากหนังสือชีวประวัติของบุคคลสำคัญอย่าง Steve Jobs หรือ Walt Disney

แหล่งที่มา :

Airbnb จากจองที่พัก ธุรกิจ 'ไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยว' และเราเรียนรู้อะไรจากกลยุทธ์ในครั้งนี้ : Techsauce  
Team

<https://techsauce.co/tech-and-biz/airbnb-into-travel-experience/>

Airbnb ธุรกิจแบ่งบ้านให้นักท่องเที่ยวพัก : <http://kidwadee.com/airbnb/>

15 แนวคิดธุรกิจพลิกอุตสาหกรรมห้องพัก Brian Chesky จากหนุ่มถึงแก่ CEO เว็บ Airbnb : Kiattirat  
Jindamanee

<https://taokaemai.com/brian-chesky/>