

ภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

THE IMAGE OF GREEN HOTELS, WHICH INFLUENCES

THE DECISION TO CHOOSE HOTEL SERVICES

รัชนิกร แซ่เฮ้ง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) ศึกษาปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยสายกรีนที่เคยหรือสนใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ซึ่งใช้ตารางของยามานะ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวทั้ง 3 ด้านคือ ภาพลักษณ์ตราสินค้า ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และภาพลักษณ์องค์กร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 และ (2) ปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวมี 4 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครคือ การจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียว 1 ด้านที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครคือ ด้านการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์โรงแรม โรงแรมสีเขียว การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the factors of green hotels image that have an impact on hotel selection in Bangkok; and (2) to study the factors of green hotels standards that have an impact on hotel selection in Bangkok.

This research was quantitative research. The population is green Thai tourists who have been or are interested in choosing to use green hotels in Bangkok. The exact number is unknown. which uses Yamane's tables by setting the confidence value at 95 percent, a sample of 400 people was obtained using convenience sampling. Using a questionnaire as a tool to collect data. Statistics used in the research include frequency, percentage, mean, and standard deviation. and multiple regression analysis.

Major findings: (1) to have 3 factors regarding the image of a green hotels are brand image product or service image and corporate image it has a significant effect on the decision to use hotel services in Bangkok at the .01 and .05 levels; and (2) there are 4 factors in the green hotels standard framework that affect the decision to choose to use hotel services in Bangkok. Bangkok area is creating an environmentally friendly service policy optimizing the use of resources involvement with local communities and reducing environmental impacts with statistical significance at the .01 level. There is one factor in the green hotel standard framework that does not affect the decision to choose hotel services in Bangkok: energy conservation.

Keywords: Green Hotels Image, Green Hotels, Hotel Selection

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โรงแรมสีเขียวที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 107 แห่ง แต่จากจำนวนโรงแรมที่ได้รับการรับรองฯ ในปี พ.ศ. 2567 มีเพียง 44 แห่งเท่านั้น ที่ได้รับการรับรองฯ จากองค์กรภาครัฐ ซึ่งหากพิจารณาความแตกต่างระหว่างการยื่นขอการรับรอง ฯ ระหว่างองค์กร

ภาครัฐและภาคเอกชน จะพบว่า การขอการรับรองฯ จากองค์กรภาครัฐ จะมีขั้นตอนในการดำเนินการที่ซับซ้อนมากกว่า และเกณฑ์การผ่านมาตรฐานที่ยากกว่า ดังนั้น หากผู้ประกอบการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ทราบถึงว่ากรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวประการใดที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการฯ ในการเลือกพัฒนากลยุทธ์โรงแรม เพียงประการใดประการหนึ่งด้วยเงินทุนที่มีจำกัดได้ โดยจะสามารถยื่นขอการรับรองฯ จากองค์กรภาคเอกชนอย่างถูกต้องทันท่วงที อีกทั้งจะได้รับการประชาสัมพันธ์บนหน้าเว็บไซต์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ จองโรงแรมและที่พักที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของคนไทย (กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม, 2567)

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมต้องปรับกลยุทธ์ให้เป็นโรงแรมสีเขียวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสำคัญกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่จากผ่านมายังมีงานศึกษาวิจัยที่มุ่งศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ด้วยการนำเอาแนวคิดด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวบูรณาการกับกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวไม่มากนัก ไม่มีงานที่ศึกษาในขอบเขตพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดช่องว่างในการศึกษา (Research Gap) ว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวและกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวประการใด ที่มีนัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรมในการนำผลการศึกษาวิจัยไป พัฒนาธุรกิจโรงแรม ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

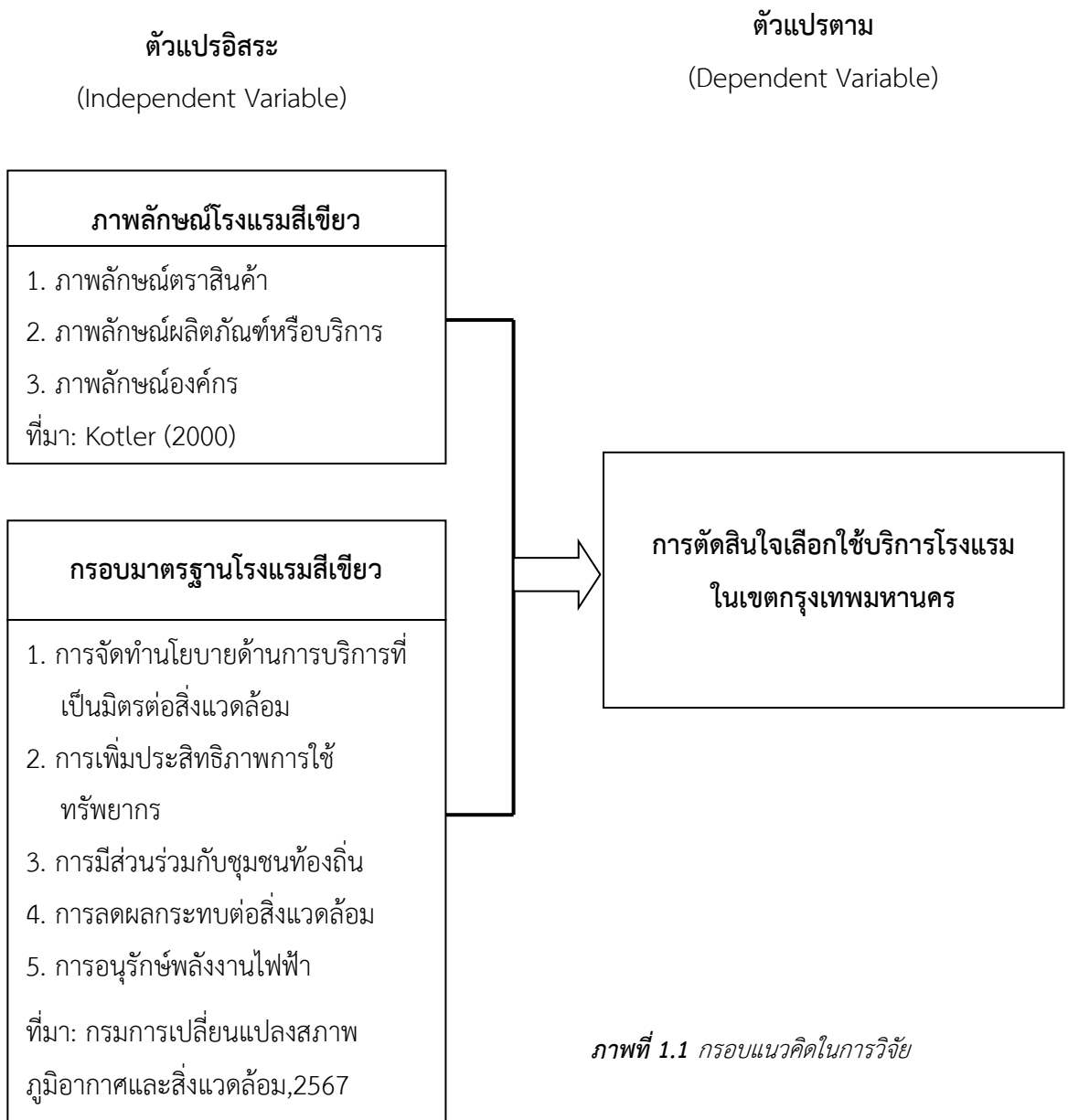
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวของ Kotler (2000) ประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่ (1) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (2) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และ (3) ภาพลักษณ์องค์กร มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สำหรับหลักเกณฑ์ตัวชี้วัดในการดำเนินงานตามกรอบที่พิกอันดับหนึ่งของคนไทย สัญลักษณ์ที่พิกสำหรับเดินทางอย่างยั่งยืน (Travel Sustainable Badge) จากแนวคิดของ กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม (2567) ผู้วิจัยจะนำตัวชี้วัดทั้ง 5 รายการนี้มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ (1) การจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (2) การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร (3) การมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น (4) การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ (5) การอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า ดังนั้นนำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยสายกรีนที่เคยหรือสนใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครภายใน ปี พ.ศ. 2567

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด จึงได้เลือกใช้วิธีเปิดตารางด้วยทฤษฎีของ Yamane (1967) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 จะได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทุกครั้ง เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50

2. สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านภาพลักษณ์องค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.17$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านภาพลักษณ์องค์กร โรงแรมสีเขียวมากที่สุด ($\bar{X} = 4.01$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีนโยบาย การสร้างกิจกรรมช่วยเหลือสังคมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” มากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อระดับปัจจัยด้านภาพลักษณ์

ผลิตภัณฑ์หรือ บริการโรงแรมสีเขียว ($\bar{X} = 3.96$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “ทัศนียภาพของโรงแรม มีการออกแบบโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม” มากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) ลำดับสุดท้าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าโรงแรม สีเขียวน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.17$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีชื่อเสียงด้านความ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” มากที่สุด ($\bar{X} = 3.66$)

3. สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีระบบการส่ง กำจัดขยะอย่างเหมาะสม” มากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.14$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่หาได้จาก ชุมชน” มากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ ทรัพยากร ($\bar{X} = 3.89$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีกิจกรรมตามหลัก 3R” มากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า ($X = 3.30$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีการใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบ ประหยัดพลังงาน” มากที่สุด ($\bar{X} = 3.74$) ลำดับสุดท้าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดทำนโยบายด้านการ บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.07$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการ “โรงแรมมีการกำหนดเป้าหมายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม” มากที่สุด ($\bar{X} = 3.72$)

4. สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อรายการ “ท่านต้องการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” มากที่สุด

($\bar{X} = 3.95$) และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อรายการ “ท่านเปรียบเทียบข้อมูลโรงแรมหลายแห่งก่อนตัดสินใจ เลือกใช้บริการ” น้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.42$)

5. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานในรูปแบบตาราง ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวทั้ง 3 ด้านคือ ภาพลักษณ์ตราสินค้า ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และภาพลักษณ์องค์กร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

2. ปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวมี 4 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครคือ การจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีปัจจัยด้านกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียว 1 ด้านที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครคือ ด้านการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า

อภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรโรงแรมสีเขียวมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องให้บริการลูกค้า จึงทำให้กลุ่มลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับการบริการจากพนักงานที่ดี สอดคล้องประเดมิวุฒิ จันทรทอง และคณะ (2565) ที่ได้ศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจ ร้านคาเฟ่ เมซอน พอร์ แชนส์ มากที่สุดเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นธุรกิจบริการเช่นเดียวกับธุรกิจโรงแรม

ในขณะเดียวกัน จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าภาพลักษณ์องค์กรโรงแรมสีเขียวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับอุดม สมบูรณ์ผล (2564) ที่ได้ศึกษาพบว่าภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ต่างมุ่งสร้างภาพลักษณ์องค์กร ด้วยการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate social responsibility) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับองค์กร อีกทั้งกลุ่ม

ตัวอย่างเอง ยังได้ให้ความสำคัญกับโรงแรมที่มีนโยบายการสร้างกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาลัยการจัดการ (2563) ที่ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 79 มองว่าองค์กรส่วนใหญ่มีการทำ กิจกรรมเพื่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี

อีกทั้ง จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าโรงแรมสีเขียวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครทั้งนี้ เป็นเพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมักมองหา และเลือกใช้บริการจากแบรนด์ที่มีบทบาทในการสนับสนุนประเด็นทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเด็นปัญหาเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (BBDO Asia, 2023) เป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมนั้น ๆ หากโรงแรมนั้น ๆ มีการนำเสนอภาพลักษณ์ตราสินค้าที่สะท้อนถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับศุภวิชญ์ แดงสอน (2562) ที่ได้ศึกษาพบว่าภาพลักษณ์แบรนด์สีเขียวส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักในโรงแรมสีเขียว เช่นเดียวกับสิริภัทร์ โชติช่วง และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจโรงแรม และเป็นเครื่องมือที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

นอกเหนือจากนี้ จากผลการศึกษาที่พบว่าภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการโรงแรมสีเขียวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับอุดมสมบูรณ์ผล (2564) ที่ได้ศึกษาพบว่าภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวต้องการที่จะลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ซึ่งหากพิจารณาถึงข้อคำถามในแบบสอบถาม ทั้งการใช้วัสดุตกแต่งห้องพักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการตกแต่งทัศนียภาพโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นถึงความสำคัญในระดับมากเป็นผลให้หากโรงแรมมีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว จะมีผลให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการ เช่นเดียวกับที่มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาลัยการจัดการ (2563) ได้สำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 74 เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความคิดว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อมได้ในระดับมากที่สุด

2. กรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหลักปฏิบัติที่สามารถทำได้โดยเริ่มจากตนเองได้เลย โดยนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 69 ต้องการเลือกแผนการเดินทางที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) สอดคล้องกับผลสำรวจของมาร์เก็ตติ้งร่วมกับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาลัยโลกคดีศึกษา (Green News, 2022) ที่พบว่า

คนไทยกว่าร้อยละ 62 เห็นว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต และกว่าร้อยละ 41 ที่มองว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากยิ่งขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า

ในขณะเดียวกัน จากผลการศึกษาวิจัย พบว่าปัจจัยด้านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่ม ตัวอย่างเห็นว่าปัญหาเรื่องน้ำเสียและปัญหาเรื่องขยะ เป็นปัญหามลพิษที่มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากที่สุด จึงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกเข้าพักยัง โรงแรมที่มีนโยบายด้านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับกัญญาพิไล กุญชรศิริมงคล และมรกต ดิษฐาอภิชัย (2562) ที่ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้สารทำความสะอาด สะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการบำบัดน้ำเสียของโรงแรมก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะใน ระดับมากที่สุด

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่าปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ โดยหากพิจารณาผลการ ศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรายการการทำกิจกรรมตามหลัก 3R ประกอบด้วย การลดการเกิดขยะ (Reduce) การนำไปใช้ซ้ำ (Reuse) และการตัดแยกเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) มากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะคนไทยมองว่าปัญหาเรื่องขยะเป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อันดับหนึ่ง และมองว่าการลงมือทำกิจกรรมตามหลัก 3R จะนำไปสู่การเกิดความยั่งยืนด้าน สิ่งแวดล้อมได้ อีกทั้ง ภาคธุรกิจต่าง ๆ อย่างร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ ต่างมีนโยบายตามหลัก 3R ไม่ว่าจะเป็นการใช้ถุงพลาสติกซ้ำและการใช้แก้วน้ำซ้ำ เป็นผลผู้บริโภคเกิดความตระหนักในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 51 แยกขยะเพื่อรีไซเคิลเมื่อเดินทางท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 58 ใช้ขวดน้ำที่ใส่ซ้ำได้ในที่พัก และกว่าร้อยละ 43 ใช้ผ้าขนหนูผืนเดิมซ้ำระหว่างเข้าพัก (Booking, 2023) สอดคล้องกับกับศุภวิษญ์ แดงสอน (2562) ที่ได้ศึกษาพบว่า นโยบายการรีไซเคิลของโรงแรมส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในโรงแรมสีเขียวและความตั้งใจใช้บริการโรงแรมสีเขียว

อีกทั้ง จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่าปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสวารินทร์ นิลอุทัย (2562) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เป็นเพราะกระแสการท่องเที่ยวชุมชนมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น โดยจากการสำรวจของ Booking (2023) พบว่ากว่าร้อยละ 86 มองหาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นำเสนอมรดกวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ และกว่าร้อยละ 54 นิยมซื้อสินค้าที่ระลึกจากร้านค้าชุมชนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่นเดียวกับผลสำรวจของ Expedia Group และ Wakefield Research ที่ได้สำรวจพบว่านักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นชุมชน มากถึงร้อยละ

65 อีกทั้งผู้คนยังเห็นว่าโรงแรมที่มีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น จะทำให้ได้รับ ประสบการณ์ที่มีความ เป็นแก่นแท้ดั้งเดิม (Authentic) และยังเป็น การกระจายรายได้สู่ชุมชน Booking (2023)

รวมถึงผลการศึกษาวิจัย ที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ สวรินทร์ นิลอุทัย (2562) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้ บริการโรงแรมสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับโรงแรม ที่มีการ จัดทำนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุด โดยจะต้องมีการกำหนดเป้าหมาย ในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจนและจริงจัง มากไปกว่านั้น ผู้บริโภคยังคาดหวังให้องค์กรต่าง ๆ มีการ เปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (ศุภวิชญ์ กสิกรไทย, 2565) ไม่ใช่การดำเนินนโยบายด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการสร้างภาพลักษณ์เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาวิจัย กลับพบว่าการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า ไม่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ แตกต่างจากศุภวิชญ์ แดงสอน (2562) ที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการใช้พลังงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม สีเขียวอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ เป็นเพราะความแตกต่างของขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา กล่าวคือ ศุภวิชญ์ แดงสอน (2562) ทำการศึกษาวิจัยในขอบเขตของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความ แตกต่างกับจังหวัดเชียงราย ทั้งลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความหนาแน่นของเมือง และ คุณลักษณะเชิงพื้นที่ของการเป็นจังหวัดเมืองหลักและเมืองรอง

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนากลยุทธ์ที่สามารถดำเนินการได้โดยไม่ใช้เงินลงทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครสามารถที่จะเลือกปรับกลยุทธ์โรงแรมภายใต้กรอบ มาตรฐานโรงแรมสีเขียว โดยการจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ที่ควรทำก่อนและหลังตามค่า Beta ที่ปรากฏ ดังต่อไปนี้

1. การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเช่น การคัดแยกขยะก่อนส่งกำจัด การจัดการ น้ำก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ และการใช้สาร ทำความสะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
2. การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น อย่างเช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากชุมชน การทำ กิจกรรมร่วมกับชุมชน และการจัดหาพนักงานเป็นคน ท้องถิ่น เป็นต้น
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร อย่างเช่น การทำตามหลัก 3R และการนำน้ำ ที่ใช้แล้วมาใช้ประโยชน์อีกครั้งอย่างเหมาะสม เป็นต้น

4. การจัดทำนโยบาย ด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเช่น การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการ เป็นต้น เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถเลือกปรับกลยุทธ์โรงแรมให้มีการดำเนินนโยบายตาม กรอบมาตรฐาน ฯ เพียงประการใดประการหนึ่งภายใต้เงินทุนที่มีจำกัด เพื่อยื่นขอการรับรองสัญลักษณ์มาตรฐานสำหรับเดินทางยั่งยืนของบูกกิ้งดอทคอมได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานศึกษาวิจัยนี้เป็นงานศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมด้วยรูปแบบงานศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก อันจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการ ศึกษาวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจโรงแรมสีเขียวเพิ่มเติม

2. งานศึกษาวิจัยนี้ ศึกษาในขอบเขตพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวง ซึ่งได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงที่สุด ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในขอบเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวในปีอื่น ๆ

3. งานศึกษาวิจัยชิ้นนี้ ศึกษาด้วยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยสายกรีน ที่เคยหรือสนใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครควรทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกเจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อให้เห็นถึงผลการศึกษาที่ละเอียดชัดเจน หรือควรมีการศึกษาในลักษณะเชิงเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มที่เคยเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว และกลุ่มที่ไม่เคยแต่สนใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

4.4 งานศึกษาวิจัยนี้มีการศึกษาถึงตัวแปรอิสระจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ภาพลักษณ์โรงแรมสีเขียว และกรอบมาตรฐานโรงแรมสีเขียว ควรมีการศึกษาถึงตัวแปรอิสระเพิ่มเติม เพื่อให้งานศึกษาวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น เช่น แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และแนวคิดด้านการทำการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เป็นต้น

บรรณานุกรม

กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม.(2567).**โครงการโรงแรมที่เป็นมิตรกับ**

สิ่งแวดล้อม (Green Hotel).สืบค้นจาก <https://greenhotelthai.com/th/contact>.

กัญญาพิไล กุญชรศิริมงคล และมรกต ดิษฐาอภิชัย. (2562). ทักษะคติของผู้บริโภคต่อนโยบายที่เป็น

มิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิชาการศรีปทุม**

ชลบุรี,15(4), 57-66.

ธนาคารไทยพาณิชย์ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ. (2565). ส่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละสาย

คุณเป็นสายไหน?.สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/8602>.

- ประเดิมวุฒิ จันทร์ทอง, ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และวราพรรณ อภิศุภะโชค. (2565). การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ การรับรู้ภาพลักษณ์ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านค้ากาแฟ อเมซอนฟอรั แชนส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์, 9(3), 286-298.
- มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาลัยการจัดการ. (2563).เทรนด์ผู้บริโภคโลกสวย ปี 63 พบ “สายกรีนตัวแม่” มากสุดถึงร้อยละ 37.5. สืบค้นจาก <https://mgonline.com/greeninnovation/detail/9630000003750>.
- ศุภวิชญ์ แดงสอน. (2562).ความตั้งใจที่จะเข้าพักโรงแรมสีเขียว : บทบาทของความไว้วางใจในโรงแรมสีเขียว.วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2019/TU_2019_6102034771_11220_12112.pdf
- สวรินทร์ นิลอุทัย. (2562).แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สืบค้นจาก <https://repository.nida.ac.th/server/api/core/bitstreams/bfe0157c-034c-47c9-a5df-f009332e6f70/content>.
- อุดม สมบูรณ์ผล. (2564). การจัดการคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(2), 197-207.
- BBDO Asia. (2023). คนไทยหนุนแบรนด์รักษ์โลก แต่การส่งเสริมความภูมิใจของชาติต่ำสุด เอเชีย.สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1066583>
- Booking. (2023). คนไทยจะเลือกอะไรระหว่าง ลดค่าใช้จ่าย หรือ ตัวเลือกรักษ์โลก?”. Retrieved from <https://news.booking.com/th-th/what-will-thais-prioritize-between-cost-or-climate-change/>
- Green News. (2022). รองจากเรื่องปากท้อง คนไทยหวังสิ่งแวดล้อมที่สุด. Retrieved from <https://greennews.agency/?p=30118>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (the millennium)*. Prentice Hall.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. Harper & Row.