

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดเชียงราย

The Study of Thai Tourists' Behavior towards the Environmental Policies of Hotel in Chiang Rai Province

นัททกิจ ปิงยศ^{1*}, ชัชชญา ยอดสุวรรณ² และ โอชญญา บัวธรรม³

Natthakit Pingyot^{1*}, Chachaya Yodsuwan² and Ochanya Buatham³

Received: 2 January 2025 Revised: 12 March 2025 Accepted: 29 July 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจระดับการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และ 2) เปรียบเทียบความแตกต่างทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด ด้วยการสุ่มแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent T-Test

ผลการศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมโดยรวมในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมระดับสูง จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักรีสอร์ท จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักโรงแรม และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าพัก 1,500 บาท ขึ้นไป จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าพักน้อยกว่า 1,500 บาท

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม, ธุรกิจโรงแรม, จังหวัดเชียงราย

¹ นักศึกษาปริญญาเอก, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

² อาจารย์, ศูนย์วิจัยเพื่อผู้ประกอบการและความยั่งยืน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

³ อาจารย์, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Ph.D. Student, School of Management (Business Administration Program), Mae Fah Luang University
6771203002@lamduan.mfu.ac.th

² Lecture, Sustainability and Entrepreneurship Research Center (SERC), School of Management, Mae Fah Luang University

³ Lecturer, Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

* Corresponding author: Natthakit Pingyot, Email: 6771203002@lamduan.mfu.ac.th

Abstract

This quantitative research aimed to 1) examine the level of importance placed on hotel environmental policies by Thai tourists, and 2) compare the behavioral differences among Thai tourists regarding these policies. Data were gathered using a questionnaire from 400 Thai tourists, selected through convenience sampling. Descriptive statistics, including frequency, percentage, and mean, were used for data analysis, followed by Independent T-Test for hypothesis testing.

The findings revealed that respondents placed a high overall level of importance on hotel environmental policies, and respondents with different behaviors showed statistically significant differences in the importance placed on environmental policies at the 0.01 level. Specifically, participants who highly value environmental issues place greater importance on hotel environmental policies than those with moderate views. Additionally, resort guests prioritized these policies more than hotel guests, and those spending 1,500 baht or more per stay placed greater emphasis on hotel environmental policies compared to those spending less.

Keywords: Tourists Behavior, Environmental Policies, Hotel Business, Chiang Rai Province

บทนำ

ในปัจจุบัน ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจเนื่องจากส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชากร โดยภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในส่วนที่สร้างผลกระทบ ซึ่งแม้ว่าจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศต่าง ๆ แต่ขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งกำเนิดของมลพิษในหลายมิติ (Puangsang, 2023) ภาคการท่องเที่ยวของไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ การขยายตัวของการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม สุขภาพของประชาชน รวมถึงปัญหามลพิษ ซึ่งนำไปสู่การเสื่อมโทรมด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (Fu et al., 2023; Lane, 2020) ดังนั้น การสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการปกป้องสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต (Narayan et al., 2023)

ธุรกิจโรงแรมถือเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย (Jaroensuk, 2024) อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางวิกฤตสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้น ธุรกิจโรงแรมกลับมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณร้อยละ 1 ของทุกกิจกรรมที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก (Xu et al., 2022) ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมเริ่มให้ความสำคัญกับแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ข้อมูลจากศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทยระบุว่า ผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 52.8 ได้มีการปรับตัวโดยการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอย่างยั่งยืน โดยสภาวะการแข่งขันมีผลต่อการนำแนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้ในธุรกิจโรงแรม (Hashim et al., 2020; Kasikorn Research Center, 2024) ในขณะเดียวกันแนวโน้มของนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียว (Kunchornsiri mongkon & Apichai, 2020) สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซึ่งเป็นโอกาสให้ภาคธุรกิจโรงแรมสามารถส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนและดึงดูดผู้บริโภครายใหม่ที่มีความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การแข่งขันในธุรกิจโรงแรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาการให้บริการที่ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหนึ่งในเมืองท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างเด่นชัดคือจังหวัดเชียงราย ด้วยศักยภาพของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ในขณะเดียวกันจากแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2566 – 2570 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “เชียงราย เมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ สะอาด ปลอดภัย น่ายล” โดยมีเป้าประสงค์ 3 ข้อ ซึ่งครอบคลุมการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์ และสังคมสร้างสรรค์ สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม สอดคล้องกับเป้าหมายของหลักการพัฒนายั่งยืน (SDGs)

อีกทั้ง จังหวัดเชียงรายยังเป็นหนึ่งในจังหวัดเมืองรองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างสูง สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวได้สูงที่สุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย (Sengsoon et al., 2023) และเป็นเมืองรองที่มีอัตราการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดในภาคเหนือ (Nakorn Chiang Rai News, 2024)

จากการสำรวจของ Booking.com (2023) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 92 ให้ความสำคัญกับการเดินทางที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ยังคงมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีข้อกังวลเกี่ยวกับแนวทางการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมากถึงร้อยละ 70 มองว่าทางเลือกในการเดินทางที่ยั่งยืนยังไม่เพียงพอ ร้อยละ 53 เห็นว่าตัวเลือกดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป และร้อยละ 45 ไม่ไว้วางใจว่าที่พักที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนจะดีกว่าทางเลือกอื่น ๆ อย่างแท้จริง นอกจากนี้ กลุ่ม

ผู้บริโภครายใหม่หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเลือกใช้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบที่แตกต่างกัน (Cheunyen et al., 2024; Jaipukdee & Tantivejakul, 2019; Nilauthai, 2019; Thao & Trang, 2018)

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ต่อการให้ความสำคัญของนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมขาดข้อมูลที่จำเป็นต่อการพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการเติมเต็มช่องว่างทางการศึกษา (Research Gap) โดยการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างในระดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวไทยมีต่อกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการโรงแรมปรับปรุงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรม เพื่อสอดคล้องกับเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย และเป้าหมายการพัฒนายั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่แตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจผู้บริโภคในตลาด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ (Manuere et al., 2022) โดยในบริบทของการท่องเที่ยว ผู้บริโภคหมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จะเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Juvan et al., 2017) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อและเลือกใช้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน (Cheunyen et al., 2024; Jaipukdee & Tantivejakul, 2019; Nilauthai, 2019; Thao & Trang, 2018) ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างดังกล่าว ซึ่งเป็นช่องว่างในการศึกษา การวิเคราะห์พฤติกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม จะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม

ความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการตัดสินใจซื้อสินค้า (Ahmad et al., 2021; Tosun et al., 2023) ซึ่งการกระทำพฤติกรรมจนเป็นนิสัย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการเดินทางท่องเที่ยว (MacInnes et al., 2021)

จากผลการศึกษาของ Fenitra et al. (2021) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมที่สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าร้อยละ 74 ของผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Hill ASEAN ที่ระบุว่าร้อยละ 88 ของผู้บริโภคอาเซียนให้ความสำคัญกับแบรนด์รักษ์โลก (Chinnapiya, 2023) และ Booking.com (2023) ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กว่าร้อยละ 92 สนใจสิ่งแวดล้อม แต่ร้อยละ 70 ยังมองว่าตัวเลือกการเดินทางที่ยั่งยืนมีไม่เพียงพอ จากข้อมูลข้างต้น สะท้อนถึงความหลากหลายในพฤติกรรมผู้บริโภค โดย Jaipukdee and Tantivejakul (2019) ศึกษาพบว่ากลุ่มที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในระดับสูงมักมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อมากกว่ากลุ่มระดับปานกลาง

Polonsky (1995, as cited in Oktaviani et al., 2024) ได้จัดกลุ่มผู้บริโภคเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) Dark Green ผู้ที่มีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมสูง 2) Semi/Light Green ผู้ที่มีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมบ้าง แต่ไม่ปฏิบัติตามเคร่งครัด และ 3) non-green ผู้ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดกลุ่มดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นตัวแปรต้นในการศึกษานี้ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและการให้ความสำคัญต่อนโยบายสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนา

กลยุทธ์ทางธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1: นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อกนโยบายสิ่งแวดล้อมของโรงแรมแตกต่างกัน

ในขณะเดียวกัน จากการแบ่งประเภทโรงแรมตามที่ตั้งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2002) สามารถจัดเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ โรงแรม ซึ่งตั้งอยู่ในเมือง เน้นความสะดวกสบาย และรีสอร์ท ซึ่งตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ เหมาะสำหรับการพักผ่อน ความแตกต่างนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยังขาดการเปรียบเทียบระหว่างโรงแรมและรีสอร์ท (Lepanano & Sangpikul, 2023) ทั้งที่รีสอร์ทมีบรรยากาศใกล้ชิดธรรมชาติมากกว่า ซึ่งอาจส่งผลต่อการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า

จากงานวิจัยของ Jentrakulroj et al. (2017) พบว่าผู้เข้าพักรีสอร์ทให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์ธรรมชาติ ขณะที่ Bunrangsee and Pasunon (2018) ชี้ว่าผู้เข้าพักโรงแรมให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและการบริการมากกว่าเรื่องของความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทโรงแรมและรีสอร์ทเป็นตัวแปรต้นในการศึกษานี้ เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบพฤติกรรมการให้ความสำคัญต่อกนโยบายสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม โดยสร้างสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2: นักท่องเที่ยวที่เข้าพักยังโรงแรมประเภทที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อกนโยบายสิ่งแวดล้อมของโรงแรมแตกต่างกัน

นอกเหนือจากนี้ พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของโรงแรม โดยเฉพาะเมื่อประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมีบทบาทมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงขึ้นเพื่อสนับสนุนโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Punsuwan et al., 2018)

ผลการศึกษาข้างต้น สะท้อนว่าการตั้งราคาเป็นหลักสำคัญในการดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของโรงแรม ดังนั้น ผู้วิจัยจะใช้ค่าใช้จ่ายต่อการเข้าพักเป็นการเป็นตัวแปรต้น โดยแบ่งตามอัตราค่าห้องพักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2002) ได้แก่ ไม่เกิน 1,500 บาท 1,501 - 2,000 บาท และ 2,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้ เพื่อความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลและรองรับการทดสอบ Independent T-test ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าใช้จ่ายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่า 1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป โดยสร้างสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3: นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่อการเข้าพักในโรงแรมที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อกนโยบายสิ่งแวดล้อมของโรงแรมแตกต่างกัน

แนวคิดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมเป็นแนวปฏิบัติสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ที่ 6, 7, 12 และ 13 (Abdou et al., 2020) และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ (Pinyot & Yodsuan, 2024)

ในประเทศไทยมีหน่วยงานที่กล่าวถึงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม 3 หน่วยงาน (Thammabutr, 2019) ได้แก่ มูลนิธิใบไม้เขียว

(Green Leaf Foundation, n.d.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [ททท.] (Tourism Authority of Thailand, n.d.) และกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม [สส.] (Department of Climate Change and Environment, n.d.)

นอกจากนี้ Booking.com (n.d.) ยังได้กำหนดแนวทางด้านความยั่งยืนสำหรับที่พักเช่นกัน โดยสามารถสรุปนโยบายจากทั้ง 4 หน่วยงานไว้ในรูปแบบตาราง เพื่อเปรียบเทียบรายละเอียดได้อย่างชัดเจน ดังนี้

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม	มูลนิธิใบไม้เขียว	ททท.	สส.	Booking.com
การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	/		/	
การจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	/	/	/	/
การติดตั้งอุปกรณ์ในการติดตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม	/			
การทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	/			
การพัฒนาบุคลากรในองค์กร	/		/	
การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร	/	/	/	/
การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น	/	/	/	/
การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม			/	
การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	/	/	/	/
การอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า	/	/	/	/

จากตารางที่ 1 พบว่ามีการกำหนดนโยบาย 5 ด้านที่หน่วยงานระบุไว้อย่างสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจะนำนโยบายดังกล่าว มากำหนดเป็นตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อทำการศึกษาระดับการให้ความสำคัญและวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

John Elkington นักวิชาการด้านความยั่งยืน ได้เสนอแนวคิด Triple Bottom Line (TBL) เน้นให้ธุรกิจพิจารณาผลกระทบใน 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนในระยะยาว (Elkington, 1997; Loviscek, 2021) แนวคิดนี้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

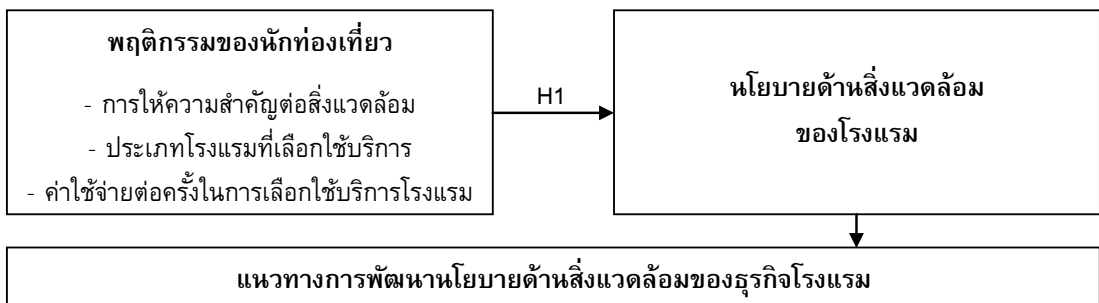
โดยมุ่งตอบสนองความต้องการปัจจุบันโดยไม่กระทบต่ออนาคต ในมิติด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจควรมุ่งเน้นผลกำไรที่ยั่งยืนผ่านการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการลงทุนในเทคโนโลยีสีเขียว มิติด้านสังคม เน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและชุมชน ผ่านการจ้างงานที่มีคุณภาพและกิจกรรมเพื่อสังคม สำหรับมิติด้านสิ่งแวดล้อม องค์กรต้องลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการอนุรักษ์พลังงานและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

แนวคิดความยั่งยืนถูกนำมาใช้ในงานวิจัยการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวในเชิงรายได้ โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Sitikarn, 2021) การนำแนวคิดการ

พัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ในธุรกิจโรงแรมจะช่วยสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาคที่มีการเติบโตด้านการท่องเที่ยว การบูรณาการแนวคิด Triple Bottom Line กับธุรกิจโรงแรม ที่สอดคล้องกับนโยบายท้องถิ่นของเชียงราย จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดในฐานะเมืองท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคมตามแผนพัฒนาจังหวัด

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่ค้นพบ มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา ผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยหรือสนใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ซึ่งไม่ปรากฏจำนวนที่แน่ชัด โดยเลือกใช้ทฤษฎีของ Yamane (1967) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยใช้รูปแบบคำถามปลายปิด (Closed-ended Question) และแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ และท่านเคยหรือสนใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงรายหรือไม่

สำคัญต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ และท่านเคยหรือสนใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงรายหรือไม่ โดยเป็นคำถามแบบให้ตรวจสอบรายการ (Checklist)

สำหรับเกณฑ์การคัดกรองในครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำหรือเป็นบางครั้ง และเคยหรือสนใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงราย จึงจะถือว่าเป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม หากผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม หรือ ไม่เคยและไม่สนใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงราย จะไม่ถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ประเภทโรงแรมที่เลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม โดยเป็นคำถามแบบให้ตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับการให้ความสำคัญต่อนโยบายสิ่งแวดล้อมของโรงแรม โดยใช้คำถามแบบมาตรวัด (Rating Scale) ตัวเลือก 5 ระดับ โดยกำหนดการให้คะแนนตามเกณฑ์มาตรฐานค่าในการศึกษาวิจัยทางการท่องเที่ยวและการโรงแรมของ Silanoi and Chindaprasert (2019) ได้แก่ มากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน มากเท่ากับ 4 คะแนน ปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน น้อย เท่ากับ 2 คะแนน และน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

เมื่อกำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 จึงทำการแบ่งระดับค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20 - 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.19 หมายถึง สำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.60 - 3.39 หมายถึง สำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.80 - 2.59 หมายถึง สำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.79 หมายถึง สำคัญ

น้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนี IOC พบว่าค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งมากกว่า 0.5 จึงเป็นที่ยอมรับในการวิจัย (Rovinelli & Hambleton, 1997) และนำแบบสอบถามทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคแอลฟา พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามส่วนที่ 3 จำนวน 5 ตัวแปร เท่ากับ 0.903, 0.795, 0.818, 0.804 และ 0.722 ซึ่งมากกว่า 0.7 ทุกตัวแปร จึงเป็นที่ยอมรับในการวิจัย (Cronbach, 1970)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 2 วิธี ได้แก่ การลงพื้นที่ และการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ โดยการลงพื้นที่ ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามรูปแบบกระดาษจากกลุ่มตัวอย่างในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ผ่านช่องทางกลุ่มสังคมออนไลน์ที่มีกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือน สิงหาคม ถึงตุลาคม พ.ศ. 2566

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษารวบรวมด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบแบบ Independent T-Test

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้จำนวน 400 ชุด ซึ่งนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ผลการวิจัยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูงจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเข้าพักที่ รีสอร์ท จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมที่มีค่าใช้จ่าย 1,500 บาทขึ้นไปจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาก

ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อรายการ “โรงแรมมีระบบการส่งกำจัดขยะอย่างเหมาะสม” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47

รองลงมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.14 อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อรายการ “โรงแรมมีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่หาได้จากชุมชน” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41

ถัดมา ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร มีค่าเฉลี่ย 3.89 อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อรายการ “โรงแรมมีกิจกรรมตามหลัก 3R” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41

ถัดมา ได้แก่ การอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า มีค่าเฉลี่ย 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อรายการ “โรงแรมมีการใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดพลังงาน” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.74

ลำดับสุดท้าย ได้แก่ การจัดทำนโยบายด้านการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.07 อยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อรายการ “โรงแรมมีการกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ประกอบด้วยสมมติฐาน 3 ข้อย่อย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความแตกต่างพฤติกรรมกับการให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	$\bar{x}$	t	Sig.
การให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม				
ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมระดับสูง	216	4.09	13.1	.001**
ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมระดับปานกลาง	184	3.39		
ประเภทโรงแรม				
โรงแรม	190	3.44	- 11.0	.001**
รีสอร์ท	210	4.06		
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการโรงแรม				
ต่ำกว่า 1,500 บาท	182	3.45	- 9.97	.001**
1,500 บาท ขึ้นไป	218	4.02		

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการทดสอบความแตกต่างแบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-test) ผลการวิเคราะห์ พบว่า การทดสอบระหว่างการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างกับการให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

ของโรงแรม มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมแตกต่างกัน

ในด้านการทดสอบระหว่างประเภทโรงแรม ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้าพักกับการให้ความสำคัญ ต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าว คือ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเข้าพักยังโรงแรมประเภท ที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้าน สิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่แตกต่างกัน

ในด้านการทดสอบระหว่างค่าใช้จ่ายต่อ ครั้งในการใช้บริการโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างกับ การให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ของโรงแรม มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับ สมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีค่า ใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมที่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวให้ ให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะโลกกำลัง เผชิญวิกฤตด้านสิ่งแวดล้อม เป็นผลให้ผู้คนเกิด ความตระหนักถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยนัก ท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 90 คิดว่าจะทำอะไรให้การ ไปท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนมากที่สุด (TAT Academy, 2022) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pingyot and Yodsuwan (2024) ที่ศึกษาพบว่า นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อ สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เป็นเพราะ ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ตามเกณฑ์ของ Polonsky (1995) สอดคล้องกับ

Jaipukdee and Tantivejakul (2019) ที่ศึกษาพบว่ากลุ่มที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมระดับสูง จะมีแนวโน้มใน เลือกสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเข้าพัก รีสอร์ท จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือก เข้าพักโรงแรม ทั้งนี้ เป็นเพราะลักษณะทำเลที่ตั้ง ของรีสอร์ตที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงามแตกต่างจากโรงแรมที่มักจะตั้งอยู่ใจกลางเมือง สอดคล้องกับ Jentrakulroj et al. (2017) ที่ได้ ศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้าพักรีสอร์ต ให้ความสำคัญต่อการจัดวางภูมิทัศน์ของสถานที่ ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด ในขณะที่ Bunrangsee and Pasunon (2018) ได้ศึกษาพบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่ต้องการเข้าพักโรงแรม จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบความปลอดภัย ห้องพัก และการบริการมากกว่าปัจจัยด้านความเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่าย ต่อครั้งในการใช้บริการโรงแรม 1,500 บาทขึ้นไป จะให้ความสำคัญต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการใช้บริการโรงแรมน้อยกว่า 1,500 บาท ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านความเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมได้เข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจของ กลุ่มผู้บริโภค (Ahmad et al., 2021; Tosun et al., 2023) โดยผู้บริโภคมีความเต็มใจในการจ่ายเงิน ในราคาที่สูงขึ้นเพื่อสนับสนุนโรงแรมที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม (Punsuwan et al., 2018)

แม้ว่างานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงประเด็นด้าน สิ่งแวดล้อม แต่หากพิจารณาถึงแนวปฏิบัติตาม แต่ละนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม ข้างต้น จะพบว่ามีความเชื่อมโยงในมิติด้านสังคม และเศรษฐกิจตามแนวคิด Triple Bottom Line (Elkington, 1997) อีกด้วย ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจ สามารถสร้างความสมดุลระหว่างการสร้างผลกำไร

การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ยังส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว (Hamid et al., 2021; Mohamed & Abdulrazak, 2022)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัย ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถพัฒนานโยบายสิ่งแวดล้อมในด้านที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากถึงมากที่สุด อันได้แก่ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมกับชุมชน และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะตลาดคุณภาพสูง อย่างนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม กล่าวได้ว่า เป็นการพัฒนารูทิจในมิติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ จากผลทดสอบสมมติฐานที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกประเภทโรงแรม และพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเข้าพัก จะให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดเชียงรายแต่ละประเภท สามารถที่จะนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ ด้วยการเลือกพัฒนากลยุทธ์ให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายลูกค้าของตนเองได้

โดยผู้ประกอบการรีสอร์ทควรปรับกลยุทธ์โรงแรมให้มียุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง และสามารถกำหนดราคาห้องพักสูงกว่า 1,500 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มี

ความยินดีที่จะจ่ายเพิ่ม อย่างไรก็ดีตาม ด้วยลักษณะทำเลที่ตั้งของรีสอร์ท ทางผู้ประกอบการรีสอร์ท จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม

ในขณะเดียวกัน กลุ่มเป้าหมายหลักของโรงแรม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเลือกใช้บริการโรงแรมน้อยกว่า 1,500 บาท ซึ่งกลุ่มลูกค้าจะยังไม่ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมเท่ากับอีกกลุ่มหนึ่ง แต่ให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายและค่าใช้จ่ายมากกว่า การพัฒนากลยุทธ์โรงแรมให้มียุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม จึงอาจเป็นตัวเลือกของผู้ประกอบการโรงแรม แต่ทั้งนี้ จากแนวโน้มการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการโรงแรมอาจเริ่มดำเนินการพัฒนากลยุทธ์ตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับการให้ความสำคัญในระดับที่สูง และพิจารณาพัฒนายุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตามลำดับ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต

ข้อเสนอแนะคุณค่าเชิงวิชาการ

การวิจัยนี้สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท ออกแบบกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ด้วยการลงทุนในด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถใช้เป็นจุดเด่นในการสร้างจุดขาย (Unique Selling Point) นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งเป็นหลักสำคัญของการบริหารธุรกิจในระยะยาว

นอกเหนือจากนั้น การพัฒนายุทธศาสตร์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ จะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Revisit) และการแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth) ตามทฤษฎีความภักดีในการท่องเที่ยว (Loyalty)

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังช่วยเติมเต็มช่องว่างทางการศึกษา ที่ยังขาดข้อมูลเชิงเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีมุมมองและการให้ความสำคัญต่อนโยบายสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งได้ข้อค้นพบที่สำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ดังที่เห็นได้จากผลการวิจัยว่า กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ท มักจะเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า และมีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักมากกว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจที่พักประเภทโรงแรม

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับธุรกิจโรงแรมในพื้นที่เมืองอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายของประเภทโรงแรม ซึ่งถือเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาด การศึกษานี้จึงมีคุณค่าเชิงวิชาการ และการประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาการบริหารธุรกิจและการจัดการโรงแรม ซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภาคการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

แม้ว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงแรม แต่ยังคงมีข้อจำกัดที่ควรพิจารณาในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และแบบกำหนดโควตา โดยกำหนดสัดส่วนการเลือกนักท่องเที่ยวแต่ละอำเภอในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ ให้มีความสมดุลกัน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกอันจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิจัยไปพัฒนา กลยุทธ์เพิ่มเติม

3. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากมีสภาพแวดล้อม ลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม และบริบทของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Abdou, A.H., Hassan, T.H., & El Dief, M.M. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability*, 2(22), 9624.
- Ahmad, Z., Hassan, N.M., Khattak, M.N., Moustafa, M.A., & Fakhri, M. (2021). Impact of Tourist's Environmental Awareness on Pro-Environmental Behavior with the Mediating Effect of Tourist's Environmental Concern and Moderating Effect of Tourist's Environmental Attachment. *Sustainability*, 13(23), 12998.
- Booking.com. (n.d.). *Join the Certified Accommodations*. <https://partner.booking.com/th/เรียนรู้เพิ่มเติม/ร่วมเป็นที่พักที่ได้รับการรับรอง>
- _____. (2023). *What will Thai people choose between reducing costs or choosing to save the world*. <https://news.booking.com/th-th/what-will-thais-prioritize-between-cost-or-climate-change>

- Bunrangsee, P. & Pasunon, P. (2018). Factors affecting hotel selection of Thai tourist in Bangkok. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12, 193-205.
- Chuenyen, B., Ratree, U., Polsri, C., & Saelee, R. (2024). Consumer Behavior and Marketing Factors that Influence the Decision to Purchase Environmentally Friendly Products of Generation Y. In the Lower Northeastern Region of Thailand. *Journal of Arts Management*, 8(1), 288–307.
- Chinnapiya, N. (2023). Eco-friendly product and branding design: Upcycle. *Design Echo*, 4(1), 55-62.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological test* (5th ed.). Harper Collins.
- Department of Climate Change and Environment (n.d.). *Green Hotel*. <https://greenhotelthai.com/th>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- Fenitra, R.M., Tanti, H., Gancar, C.P., & Indrianawati, U. (2021). Understanding Younger Tourist' Intention Toward Environmentally Responsible Behaviour. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 36(2), 646–653.
- Fu, H., Ma, M., & Zhu, X. (2023). Understanding Thailand's tourism industry from the perspective of tweets: A qualitative content analysis using NVivo 12.0. *Problems and Perspectives in Management*, 21(4), 430-442.
- Green Leaf Foundation. (n.d.). Green Leaf Program. <https://www.greenleafthai.org/green-leaf-programs>
- Hamid, S.R., Cheong, C.B., Shamsuddin, A., Masrom, N.R., & Mazlan, N.A. (2021). Sustainable development practices in Services Sector: A case of the Palace Hotel from Malaysia. *Evergreen*, 8(4), 693-705.
- Hashim, N.A., Satchapappichit, S., Hussin, Z. (2020). Internal factors and their influence on the adoption of green practices among small and medium-sized hotels in Thailand. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Business Management* (pp. 967–978). Sintok.
- Jaipukdee, P., Tantivejakul, N. (2019). Environment Concern and Consumer Behaviour of Generation Y towards Green Brands. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 27(55), 83-109.
- Jaroensuk, A. (2024). Trend of the Hotel Industry in 2030. *Rajamangala University of Technology Tawan-ok Social Science Journal*, 13(1), 48-58.
- Jentrakulroj, V., Pangkesorn, A. & Boonpalit, A. (2017). The design guideline for ecological friendly resorts. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 2642-2652.

- Juvan, E., Omerzel, D., & Maravić, M. (2017). Tourist Behaviour: An Overview of Models to Date. In *Proceedings in Management International Conference* (pp. 23-33). Monastier di Treviso.
- Kasikorn Research Center. (2024). *Hotel and accommodation business revenue continues to improve in 2024, but competition remains high, and recovery is uneven*. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/Hotel-CIS3489-08-05-2024.aspx>
- Kunchornsirimongkon, K., & Apichai, M. (2020). Willingness To Pay for Green Hotels in Bangkok, Thailand. *The EURASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 5(24), 17-27.
- Lane, L. G. (2020). International Tourism as a Threat to Public Health in Thailand. *Binghamton University Undergraduate Journal*, 6(1).
- Lepananon, P. & Sangpikul, A. (2023). The Knowledge Synthesis of Research Works in Regard to Green Hotels in Thailand. *Journal of Social Sciences and Humanities Association of Private Higer Education Institutions of Thailand*, 29(1), 10-23.
- Loviscek, V. (2021). Triple Bottom Line toward a holistic framework for sustainability: A systematic review. *Revista de Administração Contemporânea*, 25(3), e200017.
- MacInnes, S., Grün, B. & Dolnicar, S. (2021) Habit drives sustainable behaviour. *Annals of Tourism Research*, 92, 103329.
- Manuere, H.T., Chikazhe, L., & Manyeruke, J. (2022). Theoretical Models of Consumer Behaviour: A Literature Review. *International Journal of Education Humanities and Social Science*, 5(2), 105-112.
- Mohamed, E., & Abdelrazik, I. (2022). Impact of Using the TBL Model in Supporting Sustainable Performance in the Egyptian Hotels. *International Journal of Tourism, Archaeology and Hospitality*, 2(3), 186-200.
- Nakorn Chiang Rai News. (2024). *Is Chiang Rai ready to become a major city after exceeding 6 million tourists per year*. <https://nakornchiangrainews.com/is-chiang-rai-ready-less-visited-area>.
- Narayan, S., Kumar, D., & Tiwari, A.K. (2023). The systemic risk in Thailand: the role of tourism industry. *Anatolia*, 35, 257-268.
- Nilauthai, S. (2019). *Approaches to Developing Factors Affecting to Selecting Green Hotel* [master's thesis, National Institute of Development Administration]. NIDA Wisdom Repository. <https://repository.nida.ac.th/server/api/core/bitstreams/bfe0157c-034c-47c9-a5dff009332e6f70/content>.
- Oktaviani, R.D., Naruetharadhol, P., Padthar, S. & Ketkaew, C. (2024). Green Consumer Profiling and Online Shopping of Imperfect Foods: Extending UTAUT with Web-Based Label Quality for Misshapen Organic Produce. *Foods*, 13, 1401.

- Pingyot, N., Yodsuwan, C. (2024). The Green Hotel Image Affecting Hotel Selection in Chiang Rai. *Journal of Management Science Chiang Rai Rajabhat University*, 18(2), 173–202.
- Polonsky, M.J. (1995). A stakeholder theory approach to designing environmental marketing strategy. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 10(3), 29-46.
- Puangsang, M. (2023). Low Carbon Tourism: Eco-Friendly Tourism. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus*, 12(2), 615-627.
- Punsuwan, S., Puwittayathorn, T. & Suksri, N. (2018). The causal model development of the factors affecting on customers to the willingness to pay for green hotels. *Journal of Management Science*, 5(2), 106-129.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49-60.
- Sengsoon, A., Veerayangkur, M. & Sirirak, S. (2023). The Influence of Social Media on Thai Fully Independent Travellers' Travel Decision to Emerging Cities. *Nakkhabut Paritat Journal*, 15(2), 128-139.
- Silanoi, L., Chindaprasert, K. (2019). The Use of Rating Scale in Quantitative Research on Social Sciences, Humanities, Hotel and Tourism Study. *Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University*, 8(15), 112-126.
- Sitikarn, B. (2021). Sustainable community-based tourism: impact, challenges and opportunities (the case of Huai Nam Guen Village, Chiang Rai Province, Thailand). *E3S Web of Conferences*. 284. 10006. 10.1051/e3sconf/202128410006.
- TAT Academy. (2022). *Expedia points out that travellers are serious about the environment*. Retrieved from <https://tatacademy.com/th/articles/article/21761c16-9274-4eb9-8e48-5fae828f79be?fbclid=IwAR0U8C D49lw4N0mx4Bztk7-7x0l8w1R0GVYWD8GRFHml0lg-gLRKxOAKbPb4>.
- Thammabutr, A. (2019). Management Strategy Green Hotels for Sustainable Tourism Development. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 6(2), 62-81.
- Thao, N.T., & Trang, B.T. (2018). Characteristics of Green Hotels' Potential Customers: A Case of Vietnamese Domestic Tourists. *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 34(5E 2018), 18-28.
- Tosun, C., Soylu, Y.E., Atay, L., & Timothy, D.J. (2023). Environmentally Friendly Behaviours of Recreationists and Natural Area Tourists: A Comparative Perspective. *Sustainability*, 15(13), 10651.
- Tourism Authority of Thailand. (n.d.). *7 Green Concepts*. <https://7greens.tourismthailand.org/>
แนวคิดสีเขียว-7-ประการ/บริการสีเขียว
- _____. (2002). *Hotel management and administration*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand Publishing.

Xu, L.L., Mohammad, S.J., Nawaz, N., Samad, S., Ahmad, N., & Comite, U. (2022). The Role of CSR for De-Carbonization of Hospitality Sector through Employees: A Leadership Perspective. *Sustainability*, 14, 5365.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper and Row.