แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

สวรินทร์ นิลอุทัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2562

แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

สวรินทร์ นิลอุทัย

คณะการจัดการการท่องเที่ยว

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. รสิตา สินเอกเอี่ยม)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แสงแข บุญศิริ)

..... คณบดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

_____/_____/_____

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสวรินทร์ นิลอุทัย
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
ปีการศึกษา	2562

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ผ่านเนื้อหาครอบคลุมปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยมีสมมติฐานว่าเนื้อหาดังกล่าวส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นแขกผู้เข้าพักในโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงโดยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครถึงแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมายเป็นหลัก

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ภูมิลำเนาส่วนใหญ่มาจากทวีปเอเชีย โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง ตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากการแนะนำของเพื่อน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าพักอยู่ที่ 1-3 วัน และเข้าถึงแหล่งที่พักจากอินเตอร์เน็ต สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้พำนักมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน และ ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

ผู้วิจัยคาดหวังถึงประโยชน์จากการศึกษาครั้งนี้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและผู้ที่สนใจ

สามารถนำไปผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากแขกผู้เข้าพักกลุ่มใหม่ๆ ลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว และสร้างเอกลักษณ์ให้บริการของโรงแรมในการสร้างความแตกต่างจากธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน และเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจจากภาพลักษณ์การบริการที่เป็นมิตรต่อโลก ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

ABSTRACT

Title of Thesis	Approaches to Developing Factors Affecting to Selecting Green Hotel
Author	Sawarin Nilauthai
Degree	Master of Arts (Integrated Tourism Management)
Year	2019

This study: Approaches to Developing Factors Affecting to Selecting Green Hotel is Mixed Method Research based on the Quantitative Research and Qualitative Research that has purposes to study the characteristics, behaviours affacting to selecting green hotel, the environmental factors affecting to the selecting decision of foreign tourists's viewpoints for green hotel and to study approaches to developing factors affecting to selecting green hotel. Quantitative Research collected data by a questionnaire from foreign tourists of green hotel in Bangkok area, the sample size was 400 while Qualitative Research collected data by purposeful selection: individual interview from green hotel's executives in Bangkok area.

The study found that the majority of foreign tourists were female with age ranging from 25 to 34 years old. The average level of education was Bachelor’s degree while their domicile was Asia. Besides, most of them work as employee with the average income over than 25,001 USD. Regarding the results of green hotel selecting decision behavior analysis, it showed that the objective of the trip of most foreign tourists was to relax, they need comfortable transportation. Furthermore, most of foreign tourists

decided on hotel by friend, the average duration of stay was between 1 to 3 days and foreign tourists also reserved room via online booking (internet). The characteristics: gender, age, education, occupation and average monthly income affected to selecting green hotel. Besides, the behavioral factors: objective of travel and duration for staying affected to to selecting green hotel. Lastly, the environmental factors: policy and communication, energy performance and consumption and the participation with community and local affected to the selecting decision of foreign tourists for green hotel in Bangkok area.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะผู้วิจัยได้รับโอกาส การส่งเสริมสนับสนุนให้แสวงหาความรู้ในสิ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ อาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมทั้งได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้ คำปรึกษาแนะนำอย่างละเอียด ขอขอบคุณคณะกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.อรรธิกา พังงา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง และอาจารย์ ดร.รสิตา สินเอกเอี่ยม รวมถึงคณะผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรักษ์ สุเฌอ และคุณวรวรรณ ประชาเกษม ที่ได้ให้คำแนะนำการปรับปรุงการศึกษาให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณาจารย์คณะการจัดการการท่องเที่ยวทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และประสบการณ์ครอบคลุมทั้งเชิงวิชาการและในทางจริยธรรมอันมีประโยชน์ยิ่งในการนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูล ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบคุณครอบครัว เพื่อนร่วมรุ่น และรุ่นพี่รุ่นน้องร่วมสถาบัน สำหรับกำลังใจ ขอขอบคุณบุคลากรคณะการจัดการการท่องเที่ยว และบุคลากรสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการสละเวลาให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำที่ดีเสมอมา

สวรินทร์ นิลอุทัย

ตุลาคม 2562

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก
ABSTRACT ..... ค
กิตติกรรมประกาศ ..... จ
สารบัญ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ช
สารบัญภาพ ..... ซ
บทที่ 1 บทนำ 1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา 1
1.2 คำถามการวิจัย 4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4
1.4 ขอบเขตการวิจัย 5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ 6
1.7 กรอบการวิจัย 8
1.8 สมมติฐานการวิจัย 9
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม 10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ 10
2.2 แนวคิดด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว 13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวและการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) 19
2.4 แนวและคิดทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 41
2.5 ความหมายและแนวคิดทฤษฎีด้านการตัดสินใจ 47

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 52
บทที่ 3 วิธีการวิจัย 60
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 60
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 65
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 69
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 70
บทที่ 4 ผลการศึกษา 73
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 74
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของแขกผู้เข้าพักโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครฯ 78
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว 81
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร 88
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติเชิงอนุมาน และผลการทดสอบสมมติฐาน 89
4.6 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร 129
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 135
5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 135
5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร 136
5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร 136
5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร 137
5.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน 137
5.6 อภิปรายผล 143
5.7 ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ 149
ภาคผนวก 153

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย 154

บรรณานุกรม 162

ประวัติผู้เขียน 178

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ..... 39
ตารางที่ 3.1 แสดงขนาดห้องและรูปแบบการบริหารงานของโรงแรมที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูลวิจัย..... 65
ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพ..... 65
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ..... 74
ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ..... 75
ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา..... 75
ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา..... 76
ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ..... 76
ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 77
ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการ..... 78
ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว... 79
ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการโรงแรม..... 80
ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะพำนัก..... 80
ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พัก... 81
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของนโยบายและการสื่อสาร..... 82
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการจัดการของเสีย..... 83
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพและประสิทธิภาพน้ำ..... 84
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของผลกระทบต่อระบบนิเวศ..... 85
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน... 86
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น..... 87
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการเลือกใช้โรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร..... 88
ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบเพศตามปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test)..... 89

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบอายุกับปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)..... 90
ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอายุต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร..... 91
ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอายุต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ..... 92
ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบของระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)..... 93
ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านนโยบายและการสื่อสาร..... 95
ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ..... 95
ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน..... 96
ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบของภูมิลำเนาต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) 97
ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรด้านอาชีพต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) 99
ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอาชีพต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านการจัดการของเสีย..... 100
ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอาชีพต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ..... 101

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงการเปรียบเทียบรายได้ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) 103
ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร.....104
ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ.....105
ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ.....106
ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน.....107
ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น.....108
ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบเพศ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test).....109
ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบอายุต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....109
ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....110
ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบปัจจัยภูมิลำเนาต่อพฤติกรรมของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....111
ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงการเปรียบเทียบอาชีพต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....111
ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงการเปรียบเทียบรายได้ ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....112

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านความต้องการ ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....113
ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....114
ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบค่าชองความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อปัจจัย**สิ่**งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านนโยบายและการสื่อสาร..... 115
ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....117
ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมด้านผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร.....118
ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....119
ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร.....120
ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรม ด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการของเสีย.....121
ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) จากพฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน.....121
ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่โดยการใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) จากพฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น.....122
ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเข้าถึงแหล่งที่พัก ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....123
ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม ด้านความต้องการ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....124

ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงค่าการเปรียบเทียบพฤติกรรม ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว จากแบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) 125
ตารางที่ 4.56 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านผู้มีส่วนตัดสินใจใช้บริการโรงแรม ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) 125
ตารางที่ 4.57 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test).....126
ตารางที่ 4.58 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พัก ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) 127
ตารางที่ 4.59 แสดงการวิเคราะห์หาปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในแบบปกติ (Multiple Regression Analysis) 128
ตารางที่ 4.60 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร.....129
ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....137

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 การเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิของแผ่นดินและมหาสมุทรของโลกระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม ในปี ค.ศ. 2015.....2
ภาพที่ 2.1 สัดส่วนโดยเฉลี่ยในการใช้พลังงานของธุรกิจโรงแรม.....20
ภาพที่ 2.2 กระแสการใส่ใจสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกา.....23
ภาพที่ 2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....31
ภาพที่ 2.4 รูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค.....44
ภาพที่ 2.5 กระบวนการตัดสินใจ.....49
ภาพที่ 3.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่.....61

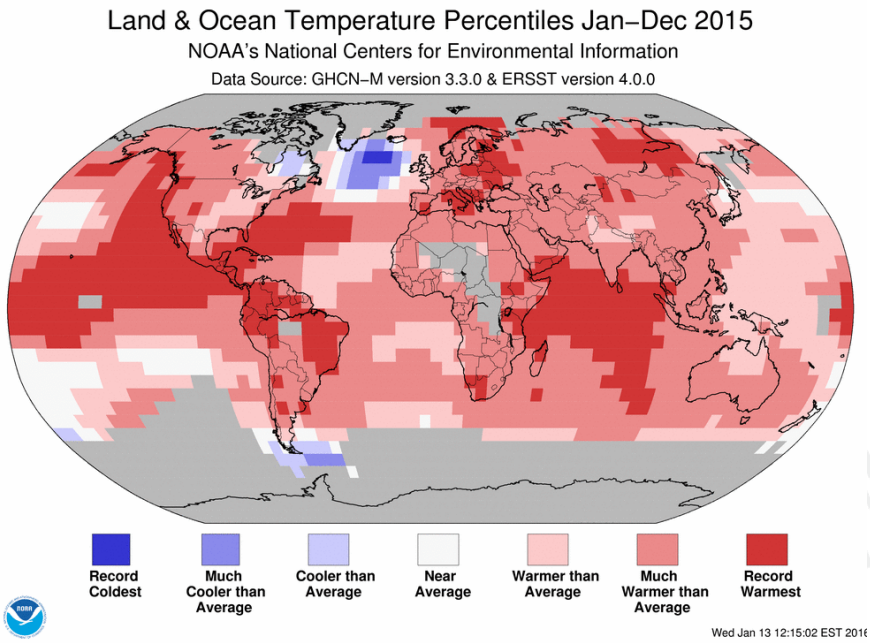
บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

หากกล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจทั่วโลกแล้ว สามารถกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตในอัตราค่อนข้างสูง ซึ่งสำหรับในประเทศไทยนั้น มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP: TDGDP) ประมาณร้อยละ 5.45 เมื่อเทียบกับ GDP รวมของประเทศ สัดส่วนดังกล่าวนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ และก่อให้เกิดการจ้างงานในไตรมาสที่ 3 ของปี 2558 ประมาณ 4.45 ล้านคน หรือร้อยละ 11.64 ของการจ้างงานของประเทศโดยรวม และดุลการท่องเที่ยวเกินดุลถึง 284.22 ล้านบาท ซึ่งในไตรมาสที่ 3 ของปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 357,050.76 ล้านบาท โดยกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยสูงสุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก (207,865.26 ล้านบาท) และรองลงมาได้แก่ ภูมิภาคยุโรป (76,960.74 ล้านบาท) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้และอาชีพในแหล่งท่องเที่ยว แต่ก็บริโภคพลังงานและทรัพยากรต่างๆรายใหญ่ของโลกเช่นกัน (Lam & Ng, 1994) สอดคล้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญคือ ภาวะโลกร้อน (Global Warming)

การท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาก็เช่นกัน ปัจจุบันมีสิ่งที่กำลังเป็นปัญหาได้แก่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ซึ่งสั่งสมมานานจากการเร่งส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว โดยขาดการเตรียมพร้อมและประเมินความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying Capacity) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักๆของประเทศ ประกอบกับธุรกิจท่องเที่ยวและที่พักแรมขยายการลงทุนอย่างรวดเร็ว จึงเกิดการบุกรุกพื้นที่ ขยะ น้ำเสีย มลพิษ ระบบนิเวศวิทยาเสื่อมโทรม อีกทั้งนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นกระจุกตัวอยู่ในแหล่งเดิมๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)



ภาพที่ 1.1 การเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิของแผ่นดินและมหาสมุทรของโลกระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม ในปี ค.ศ. 2015

แหล่งที่มา: (NOAA's National Centers for Environmental Information, 2016)

ภาพที่ 1 แสดงอุณหภูมิโลกในช่วงระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม ค.ศ. 2015 พื้นที่โทนสีฟ้าคือจุดที่โลกมีอุณหภูมิลดต่ำลง ในขณะที่พื้นที่โทนสีขาวไปจนถึงสีแดงกำลังมีอุณหภูมิสูงขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2014 (Smith, et al, 2008) องค์กรการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ประมาณไว้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี ค.ศ. 2006 ซึ่งอุตสาหกรรมที่พักแรมปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึงร้อยละ 21 (UNWTO-UNEP-WMO, 2008) ทั่วโลกจึงหันมาให้ความสำคัญต่อการจัดการธุรกิจที่พักแรมที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น (จิรพล สินธุนาวา, 2545) อย่างไรก็ตาม Kelly และ Williams (Kelly & Williams, 2007) ได้ทำการศึกษาและพบว่าปัจจุบันผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรมในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เริ่มมีความสนใจที่จะปรับการดำเนินธุรกิจที่พักแรมให้มิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยผลดีที่จะเกิดกับตัวธุรกิจเองก็คือ ภาพลักษณ์ที่ดี ลดต้นทุนในกระบวนการผลิตได้ ช่วยเพิ่มมูลค่า (Value added) ให้กับธุรกิจ และยังช่วยเพิ่ม

ความแตกต่าง (Differentiate) อีกทั้งยังเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค (Customer Satisfaction) ได้อีกด้วย (Kang, et all., 2012)

สอดคล้องกันกับพันธกิจในข้อที่ 3 ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ.2554 ซึ่งเกี่ยวข้องกับส่งเสริมธุรกิจภายในประเทศให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์พลังงาน ได้แก่ การพัฒนาฐานการผลิตและการบริการให้เข้มแข็งและมีคุณภาพบนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา สร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและที่พักแรมในประเทศไทยก็ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินการธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ก่อให้เกิดการพัฒนามาตรฐานที่พักแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางช่วยด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดการใช้พลังงาน และช่วยให้โรงแรมสามารถลดต้นทุนได้ในระยะยาว สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่หันมาให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแบบการท่องเที่ยวสีเขียวมากขึ้น (มูลนิธิใบไม้เขียว, 2551)

ปัจจุบันประเทศไทยมีมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่เป็นที่ยอมรับอยู่หลายมาตรฐานด้วยกัน อาทิ มาตรฐานใบไม้เขียว และมาตรฐานโรงแรมสีเขียว มาตรฐานเหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมที่ดำเนินงานภายใต้รูปแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการที่ควบคู่กับการบริหารจัดการโรงแรมให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจในแง่ของการตลาดด้วย (จิธพล สินธุนาวา, 2545) โดยความสำคัญของมาตรฐานโรงแรมสีเขียว คือ จะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางหรือกรอบในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมโรงแรม ธุรกิจโรงแรมมีการจัดการและบริการงาน ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นไปตามที่มาตรฐานกำหนด ตระหนักถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และมีความรู้ความเข้าใจในการเข้าสู่การบริหารงานอย่างมีมาตรฐาน (มูลนิธิใบไม้เขียว, 2551) โดยตั้งแต่ปี ค.ศ.2009 จนถึงปัจจุบัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งฝั่งยุโรป อเมริกา และเอเชียเองก็กำลังอยู่ในกระแสอนุรักษ์และอยากจะร่วมเป็นส่วนนึงในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยจากกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่า 80% มีความสนใจและเต็มใจที่จะใช้บริการธุรกิจและเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าสินค้าปกติ (Joel Makower, 2009) สอดคล้องกับการศึกษาของ Foster และคณะ ที่พบว่า 77% ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศมีความคาดหวังว่าโรงแรมที่เข้าพักมีวิธีการนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้ (Foster, et al, 2000) ซึ่งการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตร

ต่อสิ่งแวดล้อม ต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมของผู้ให้และผู้รับบริการ ที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้เกิดการร่วมกันพัฒนาไปสู่การเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สานิตย์ หนูนิล และประสบชัย พสุนนท์, 2557) หมายถึง การกระทำหรือแสดงออกของบุคลากรในองค์กรและการรับรู้ของผู้รับบริการ มีความจำเป็น และมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างความเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปในหลากหลายประเทศในปัจจุบันก็มีความสำคัญไม่ต่างจากฝั่งผู้ให้บริการ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม การรับรู้และความเข้าใจในเรื่องการใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีความน่าสนใจ

ดังนั้น การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว การตัดสินใจ และสามารถทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมสีเขียวในประเทศไทยสามารถนำเอาผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง วางกลยุทธ์ และวางแผนทางการตลาดเพื่อพัฒนาโรงแรมสีเขียวเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานของโรงแรมในระยะยาวได้อีกด้วย

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครฯ หรือไม่

1.2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว หรือไม่

1.2.3 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.4 ความเป็นโรงแรมสีเขียวสามารถนำมาพัฒนาด้านการตลาด การโฆษณา ลดต้นทุนในระยะยาว และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแขกผู้เข้าพักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของแขกผู้เข้าพักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

1.3.3 เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

1.3.4 เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แนวคิดเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีเขียว 6 ปัจจัยด้วยกันที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านนโยบายและการสื่อสาร 2) ปัจจัยทางด้านการจัดการของเสีย 3) ปัจจัยทางด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ 4) ปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ 5) ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และ 6) ปัจจัยทางด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาในโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 53 โรงด้วยกัน

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ประชากรที่ใช้ในการทำการศึกษาในครั้งนี้จึงอนุมานตัวเลขดังกล่าวมาใช้เป็นจำนวนประชากร

ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamanae (สุวรีย์ ศิริโภคาภิรมย์, 2546) จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 19,079,586 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามความคาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 400 คน

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ อยู่ช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2561

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ทราบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ได้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.3 ได้ทราบถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.5.4 การนำไปประยุกต์ใช้ ผู้ประกอบการโรงแรม เช่น โรงแรมสีเขียว หรือโรงแรมที่กำลังให้ความสนใจเข้ารับการประเมินเป็นโรงแรมสีเขียว สามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการวางแผนทางการตลาด และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของแขกผู้เข้าพักได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5.5 หน่วยงานภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นๆ สามารถประยุกต์ผลที่ได้จากการศึกษาเพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้เข้ากันกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจได้

1.5.6 นักวิจัย นักศึกษา สถาบันการศึกษา หรือผู้ที่สนใจศึกษาประเด็นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการทำธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 โรงแรมสีเขียว คือ สถานที่ประกอบกิจการให้บริการด้านที่พักแรม ซึ่งหมายถึงโรงแรมที่มีมาตรฐานการันตีว่ามีการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการสืบสานอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น อันเป็นการเสริมสร้างการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว ตามแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน (กมล รัตนวิระกุล, 2549)

1.6.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศ ที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์อื่น ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็น หลักแหล่งหรือมาตั้งรกรากอยู่ประจำ

1.6.3 มาตรฐานใบไม้เขียว คือ สิ่งที่เปรียบเสมือนเครื่องยืนยันความสำเร็จด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือกันเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจด้วยการจัดการมาตรฐานในการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งในภาพรวมจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยก้าวหน้าและสามารถเทียบได้กับนานาประเทศจนเป็นที่ยอมรับในด้านศักยภาพการดำเนินงาน โดยมีการพิจารณาหลักเกณฑ์ตามมาตรฐานของสถานประกอบการที่พักสีเขียวผ่านปัจจัยที่ใช้พิจารณาด้วยกัน 18 ปัจจัย

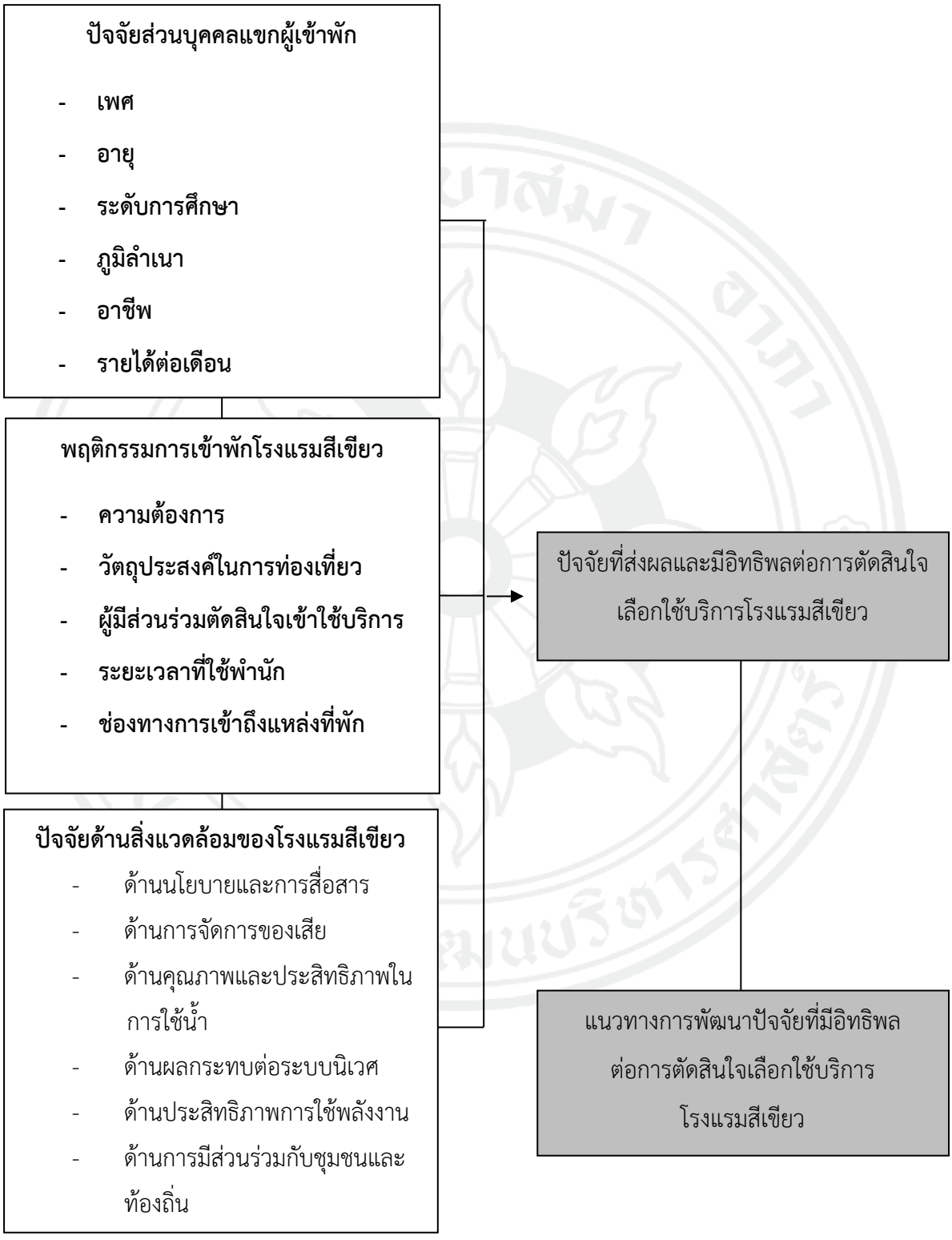
1.6.4 การตัดสินใจ การใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมที่สุด เพื่อเป้าหมายที่ชัดเจน

1.6.5 พฤติกรรมผู้บริโภค การที่บุคคลตระหนักหรือรับรู้องค์ประกอบต่างๆ เช่น การได้ทดลองใช้ประสบการณ์ในการซื้อหรือใช้บริการ จนทราบถึงข้อดีและข้อเสีย ซึ่งส่งผลให้ตัวผู้บริโภคเองเกิดกระบวนการประเมินและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการซ้ำอีกครั้งในอนาคต

1.6.6 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การแสดงออกของบุคคลที่มีโอกาสได้ใช้สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง จนทราบข้อดีและข้อเสีย และมีกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกว่าจะใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำอีกครั้งในอนาคต

1.6.7 ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว เป็นแนวทางในการตรวจสอบพัฒนาการและความก้าวหน้าในการดำเนินงานของสถานประกอบการตามมาตรฐานของเกียรติบัตรใบไม้สีเขียว ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัย 18 ตัวด้วยกันที่ถูกนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์และตัวชี้วัด แต่ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสกัดปัจจัยออกมาเหลือ 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางด้านนโยบายและการสื่อสาร ปัจจัยทางด้านการจัดการของเสีย ปัจจัยทางด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ ปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ ปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และปัจจัยทางด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

1.7 กรอบการวิจัย



1.8 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ ความต้องการ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้พำนัก และช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว ได้แก่ นโยบายและการสื่อสาร การจัดการของเสีย คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ ผลกระทบต่อระบบนิเวศ ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ การท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสีเขียว พฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกใช้บริการ และข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียว เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญตามลำดับได้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียว (Green Hotel)
2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

2.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง ศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร เนื่องจากคำว่า Demo คือ People ซึ่งแปลว่า ประชากร หรือ ประชาชน ส่วนคำว่า Graphy คือ Writing Up หรือ Description ซึ่งแปลว่า ลักษณะ ฉะนั้น เมื่อพิจารณาจากรากศัพท์ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ประชากรศาสตร์ หรือ Demography คือ ศาสตร์ หรือวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และ ณรงค์ เทียนส่ง, 2521 หน้า 2)

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวถึงความหมายของ ประชากรศาสตร์ (Demographic) ไว้ว่า เป็นปัจจัยต่างๆซึ่งเปรียบเสมือนเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะของประชากรที่อยู่ในบุคคลนั้นๆ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว การศึกษา รายได้ อาชีพ ชีวิตครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (Social Class)

Hanna and Wozniak และ Shiffman and Kanuk ได้ให้ความหมายของคำว่า ประชากรศาสตร์เอาไว้อย่างคล้ายคลึงกันว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เชื้อชาติ และศาสนา โดยข้อมูลเหล่านี้ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว นักการตลาดมักใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นลักษณะพื้นฐานในการพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ด้วยการนำมาเชื่อมโยงกับความสนใจ ความต้องการ และอัตราการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค (Hanna and Wozniak, 2001), (Kanuk and Shiffman, 2003)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548 : 22) ได้อธิบายถึงความหมายของคำว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) เอาไว้ว่า เป็นลักษณะทางประชากร ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ระดับรายได้ ประสบการณ์ เชื้อชาติ สัญชาติ อาชีพ ซึ่งทั้งหมดล้วนมีผลต่ออุปสงค์และปริมาณในการซื้อสินค้าและบริการของบุคคล

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ยุบล เบญจรงค์กิจ ได้กล่าวถึงแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ว่าเป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ แรงกระตุ้นหรือแรงบังคับจากภายนอก ส่งผลให้มนุษย์เกิดพฤติกรรมต่างๆขึ้น โดยมีความเชื่อว่า คุณสมบัติที่แตกต่างกันของประชากรแต่ละคน ย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 44-52) โดยแนวความคิดนี้สอดคล้องกันกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) (Defleur and Bcll-Rokeaoh, 1996) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ลักษณะต่างๆของบุคคล หรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ย่อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล โดยสามารถจำแนกเป็นกลุ่มได้ เนื่องจากบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน มักจะจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ กล่าวคือ บุคคลที่อยู่ในชั้นทางสังคมระดับเดียวกัน มักมีการตอบสนองและรับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในยุคก่อนๆ โดยถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ลักษณะของผู้รับสารที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อความสนใจที่มีต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้กล่าวถึงแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demography) เอาไว้ว่า เป็นเกณฑ์ที่มักใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ประกอบไปด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพครอบครัว โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นสามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย เพราะมีลักษณะเป็นสถิติที่วัดได้ ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความรู้สึกและความคิดของกลุ่มเป้าหมาย จึงกล่าวได้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันเช่นกัน ซึ่งตัวแปรที่สำคัญของประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538 หน้า 41-42) มีดังต่อไปนี้

2.1.2.1 เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ เพราะปัจจุบัน เพศเป็นตัวแปรที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค เพศที่ต่างกัน มักจะมีความแตกต่างในด้านทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ

2.1.2.2 อายุ (Age) ผู้บริโภคที่มีช่วงวัยแตกต่างกัน ย่อมมีการตอบสนองต่อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากอายุเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ มนุษย์ในแต่ละช่วงอายุย่อมมีประสบการณ์ วิธีคิด และสิ่งที่สนใจแตกต่างกัน อายุจึงเป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้ หรือแสดงถึงความเชื่อ ความคิด และวิธีการในการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆของบุคคล

2.1.2.3 รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation) ถือเป็นสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นอีกตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด มีแนวโน้มความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันในเชิงเหตุและผล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง โดยบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ มักมีรายได้ต่ำ เนื่องจากโอกาสที่จะสามารถหางานในระดับสูงนั้นเป็นไปได้ยาก ในขณะที่การเลือกซื้อสินค้าและบริการอาจมีผลมาจาก รูปแบบการดำเนินชีวิต อาชีพ ระดับการศึกษา ค่านิยม ฯลฯ โดยมักมีการโยงเกณฑ์ทางด้านรายได้รวมกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ด้านอื่นๆ เช่น อาชีพ และอายุ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.1.2.4 สถานภาพครอบครัว (Marital Status) ประกอบไปด้วยลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าสู่ชีวิตสมรส (อายุสมรสแรกเริ่ม) การแตกแยกของชีวิตสมรส (เนื่องจากการเสียชีวิต การแยกกันอยู่ หรือการหย่าร้าง) และการสมรสใหม่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538) โดยสถานภาพครอบครัวนับเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล อาทิ คนโสดจะมีอิสระในการคิดมากกว่าคนที่สมรสแล้ว ทำให้คนโสดตัดสินใจในเรื่องต่างๆได้รวดเร็วเพราะไม่มีความรับผิดชอบหรือภาระผูกพันเหมือนคนที่สมรสแล้ว

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างด้านความต้องการของผู้บริโภค โดยสิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์จะประกอบไปด้วย การเพิ่มขึ้นและการลดลงของประชากร ช่วงอายุของประชากร การย้ายถิ่นฐาน สถานภาพของครอบครัว ระดับ

การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ สัญชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งจากแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ประกอบแนวทางการศึกษาวิจัย เนื่องจากปัจจัยของบุคคลตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ นับเป็นพื้นฐานของการกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยจะได้นำทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์มาเป็นส่วนหนึ่งของกรอบการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้บริการโรงแรมสีเขียวต่อไป

2.2 แนวคิดด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

มีผู้นิยามความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist) เอาไว้มากมาย โดยความหมายของทั้งสองคำนี้เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคสมัย เมื่อบริบท สิ่งแวดล้อม หรือภาวะเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนไป ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ก็ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องและเป็นปัจจุบันมากขึ้นเช่นกัน ผู้วิจัยใคร่แจกแจงนิยามความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว โดยอิงตามความหมายที่ถูกบัญญัติไว้โดยผู้เขียนหลายท่าน และองค์การต่างๆ ดังต่อไปนี้

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า หมายถึงการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 2 - 3)

2.2.1.1 มีการเดินทาง (Travel) หมายถึง มีการวางแผนการเดินทางโดยสมัครใจจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางใกล้หรือระยะทางไกล

2.2.1.2 มีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีสถานที่ที่เลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้ผู้ มาเยือน

2.2.1.3 มีความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่เป็นประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่น

ฉันทัช วรรณถนอม (2552: 59) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า หมายถึง การเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน เที่ยวชม เพลิดเพลิน หรือวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบสัมมาอาชีพ

นิศา ชัชกุล (2551: 2) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่ง ที่มีการเดินทางจากจุดหนึ่ง ไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งจุดเริ่มต้นของการเดินทางไปจนถึงจุดมุ่งหมายในการเดินทาง จะต้องมีปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อยประกอบกัน ได้แก่ การเดินทาง การพักค้างแรม และมีการรับประทานอาหารนอกบ้าน

ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 29) ได้อ้างอิงนิยามของการท่องเที่ยว จากองค์การสหประชาชาติในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 โดยระบุความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องด้วยกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การเดินทาง และจุดหมายปลายทาง

นิคม จารุมณี (2535: 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไข 3 ประการ คือ การเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่ใดๆเป็นการชั่วคราว โดยเดินทางด้วยความเต็มใจ ด้วยความสมัครใจ มิได้ถูกบังคับขู่เข็ญ และมิใช่การเดินทางเพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ

McIntosh และ Goeldner (1986: 4) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าหมายถึง ผลของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ (การกระทำซึ่งกันและกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าบ้าน ซึ่งเป็นการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ

Coltman (1989) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการเดินทางของคนเพื่อความเพลิดเพลินใจ เพื่อหลีกหนีความจำเจและสิ่งแวดล้อมประจำวัน

อาทิตย์ ศิริธร (2541) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุด รวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปร่วมประชุมวิชาการ ทางการเมืองหรือการประชุมทางธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการศึกษาวิจัย โดยที่ผู้มาเยือนสามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ

ไพฑูรย์ และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2542) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

ธนกฤต สังข์เฉย (2550) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว ไม่ได้หมายถึงการเดินทางเพียงอย่างเดียว หรือเฉพาะมุมมองของผู้เดินทางเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว

จากคำจำกัดความต่างๆข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกนอกถิ่นฐานของตนเองโดยการคมนาคมในรูปแบบต่างๆ เป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมง เพื่อพบเจอประสบการณ์ใหม่ วัฒนธรรมใหม่ ผู้คนใหม่ โดยกิจกรรมของการเดินทางนั้นอาจเป็นได้หลายอย่าง อาทิเช่น พักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาเล่าเรียน ประชุมสัมมนา ช็อปปิ้ง ชมทิวทัศน์ ชมกีฬา ฯลฯ โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องไม่ก่อให้เกิดรายได้ กล่าวโดยสรุปคือ การเดินทางออกนอกถิ่นฐานของตนเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง โดยจุดประสงค์ที่ไปจะต้องไม่ได้ไปแสวงหารายได้ ซึ่งกิจกรรมที่เรียกว่าการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกิจกรรมนี้ขึ้น รวมถึงกระบวนการในการดึงดูดและต้อนรับผู้มาเยือนด้วย

2.2.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ: IUOTO (1950) ได้ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางข้ามประเทศ โดยตั้งใจมาท่องเที่ยว รวมถึงผู้ที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาจากต่างประเทศด้วย

องค์การสหประชาชาติ: UN (1963) ได้ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางที่จัดเป็นประเภทหนึ่งของผู้มาเยือน โดยเป็นผู้มาเยือนชั่วคราว ที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี และจะต้องเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การติดต่อธุรกิจ การศึกษา การพักผ่อนหย่อนใจ การเยี่ยมญาติมิตร การประชุมสัมมนา การกีฬา เป็นต้น แต่มิใช่เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพ หารายได้ หรือไปอยู่ประจำ ได้แก่ ผู้ที่ถือสัญชาติของประเทศนั้น ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน ผู้ที่เป็นลูกเรือและได้เข้าไปพักค้างคืน

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2522) ได้กำหนดไว้ในมาตราที่ 4 โดยให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

อาทิตย์ ศิริธร (2541) ได้ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนที่ต่างถิ่นอันมิใช่ถิ่นพำนักอาศัยประจำของผู้นั้น เป็นการเดินทางไปเยือนชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิได้เดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อสุขภาพ หรือเดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่ของตนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง

ธนกฤต สังข์เฉย (2550) ได้ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ โดยที่วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไปเยือน

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ได้ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปค้างคืนยังอีกสถานที่หนึ่ง อย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างค่าตอบแทน จากสถานที่ตนไปเยือน ได้แก่ ผู้มาเยือนชั่วคราว โดยพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง

จากคำจำกัดความต่างๆข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่ของตนเองไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่งซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางด้วยความสมัครใจ เป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมงเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพเพื่อได้มาซึ่งรายได้ โดยวัตถุประสงค์ที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางจะเป็นตัวแบ่งกิจกรรมและประเภทของจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวไปเยือน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มของประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เขตกรุงเทพมหานคร

2.2.3 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมหลากหลายขนาดที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการสนับสนุนต่างๆ ซึ่งได้มีผู้กำหนดแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเอาไว้ ดังต่อไปนี้

2.2.3.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 องค์ประกอบด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 4 - 8)

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) จัดเป็นสินค้าหลัก หรือจุดมุ่งหมายปลายทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจึงควรมีคุณสมบัติที่ดึงดูด หรือสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ โดยสามารถกล่าวได้ว่า ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวก็เปรียบเสมือนสิ่งต่างๆที่อยู่รอบๆตัวเรา ที่อยู่ในรูปของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศาสนา หรือมีลักษณะพิเศษและแตกต่างในด้านของสถาปัตยกรรม มีศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนเอกลักษณ์ในกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของมวลมนุษย์ เป็นต้น (ฉันทัช วรรณถนอม, 2552: 59)

2) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) คือ ความพยายามของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่สามารถ

ขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วจึงใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาช่วยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เนื่องจากการที่มนุษย์เราจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม ย่อมต้องมีสิ่งจูงใจให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่นั้น ถึงแม้ว่าชุมชนจะมีสิ่งที่สวยงาม น่าสนใจเป็นจำนวนมากแค่ไหน แต่หากสถานที่แห่งนั้นไม่ได้ถูกนำออกไปเผยแพร่หรือบอกต่อให้แก่บุคคลอื่น สิ่งเหล่านั้นก็จะไม่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆได้เลย ฉะนั้น ตลาดท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งช่วยชักจูง กระตุ้นให้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังที่ใดที่หนึ่ง เพราะนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องศึกษาเสียก่อนว่า สถานที่นั้น มีสิ่งไหนน่าสนใจบ้าง โดยที่การตลาดท่องเที่ยวจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน

3) นักท่องเที่ยว (Tourist) จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก เพราะการท่องเที่ยวจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลยหากปราศจากนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจและความสะดวกสบาย หากไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็จะไม่มีผู้ใดมาใช้บริการทางการท่องเที่ยวซึ่งเกิดขึ้นมาโดยผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว โดยความหมายของนักท่องเที่ยว ก็คือ ผู้มาเยือน (ไม่ว่าจะเป็นผู้มาเยือนภายในประเทศนั้นๆ หรือผู้มาเยือนจากต่างประเทศก็ตาม) โดยผู้มาเยือนจะต้องมีการพักค้างคืนในแหล่งที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นอย่างน้อย 1 คืน (อนันต์ วัฒนกุลจรัส, 2555: 11)

4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) คือ การดำเนินธุรกิจให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ธุรกิจใหญ่ๆ ดังนี้

(1) ธุรกิจทางตรง คือ ธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ในที่นี้จะกล่าวถึงธุรกิจทางตรงที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 5 ธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ (ฐิรชญา มณีเนตร, 2553: 7)

- ธุรกิจการขนส่ง (Transportation) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งในธุรกิจการขนส่งจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ การขนส่งด้วยรถยนต์ การขนส่งด้วยรถไฟ การขนส่งด้วยเรือ และการขนส่งด้วยเครื่องบิน เป็นต้น

- ธุรกิจอาหารและบันเทิง (Food and Entertainment) ถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพราะต้องทานอาหารอย่างน้อย 3 มื้อ และถือได้ว่า เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อชิมรสชาติอาหารที่อร่อย พิเศษ แปลก หรือเป็นอาหาร

ประจำท้องถิ่น โดยธุรกิจอาหารมักจะถูกแบ่งย่อยๆ ออกเป็น 7 ประเภท เช่น ธุรกิจอาหารจานด่วน ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ธุรกิจอาหารบุฟเฟ่ต์ ธุรกิจคอฟฟี่ชอป ธุรกิจคาเฟทีเรีย ธุรกิจอาหารกูเมร์ และธุรกิจอาหารเฉพาะกลุ่มเชื้อชาติ เป็นต้น

- ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (Tourist Guide) เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการในธุรกิจนี้จะคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในเรื่องของการเดินทาง ที่พัก อาหาร และมีมัคคุเทศก์คอยให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แก่นักท่องเที่ยว

- ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation) ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนชั่วคราวระหว่างการเดินทางได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย ซึ่งธุรกิจที่พักแรมจะถูกแบ่งออกตามเกณฑ์ต่างๆ อาทิ ทำเลที่ตั้ง ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

- ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Souvenir) เป็นธุรกิจที่ให้บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อนำกลับไปเป็นของฝากญาติพี่น้อง เพื่อนสนิท ที่อยู่ในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งสินค้าที่ระลึกที่มีจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆนั้นมักจะเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ใช้วัสดุ หรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆด้วย จึงส่งผลให้สินค้ามีราคาไม่แพงมากนัก

(2) ธุรกิจทางอ้อม คือ ธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้า และบริการแก่บุคคลทั่วไป และให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น บริการสาธารณสุข โทรคมนาคมไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ธุรกิจการรักษาพยาบาลและเสริมสุขภาพ ธุรกิจเสริมความงาม ร้านขายของชำ ร้านขายเสื้อผ้าเป็นต้น

2.2.3.2 ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะที่สำคัญซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆอยู่ 6 ประการ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 12 - 13)

1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ ไม่สามารถนำส่งให้กับลูกค้าหรือผู้ซื้อเหมือนสินค้าประเภทอื่นๆได้ นักท่องเที่ยว หรือผู้ซื้อบริการ จะต้องเป็นฝ่ายเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เช่น นักท่องเที่ยวต้องออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเยี่ยมชมความงดงามของสถาปัตยกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆด้วยตัวเอง เป็นต้น

2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีข้อจำกัดในการผลิตและจัดจำหน่าย เพราะวัตถุดิบก็คือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในสถานที่นั้นๆแต่เดิมแล้ว สิ่งที่ต้องการก็เพียงแค่การพัฒนาและ

อนุรักษ์อย่างเหมาะสมเท่านั้น ที่จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขับเคลื่อนและให้ผลผลิตตอบแทนได้อย่างต่อเนื่อง

3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ยากจะควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของการผลิต เพราะปัจจัยภายในและภายนอกเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งปัจจัยบางอย่างควบคุมได้ยาก ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ เช่น สภาวะอากาศ การจราจร อุบัติเหตุต่างๆ เป็นต้น นอกจากนั้น การบริการก็ไม่สามารถทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดได้ เพราะแต่ละครั้งที่มีการบริการย่อมแตกต่างกันออกไปตามผู้ให้บริการแต่ละคน ทำให้คุณภาพในการบริการไม่คงที่

4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะอีกประการคือ สูญเสียง่าย และไม่สามารถเก็บรักษาสภาพไว้ได้ เช่น จำนวนห้องพักในโรงแรม หากไม่สามารถขายให้หมดได้ในหนึ่งวัน วันต่อไปก็ไม่สามารถนำเอาอัตราห้องว่างในวันนั้นกลับมาขายได้อีกในวันถัดไป หรือการให้บริการรถโดยสาร หากที่นั่งในเที่ยวนี้มีเหลือว่างเยอะ เที่ยวรถเที่ยวต่อไปก็ไม่สามารถนำเอาอัตราที่ว่างในเที่ยวก่อนหน้ามาจำหน่ายได้อีก เป็นต้น

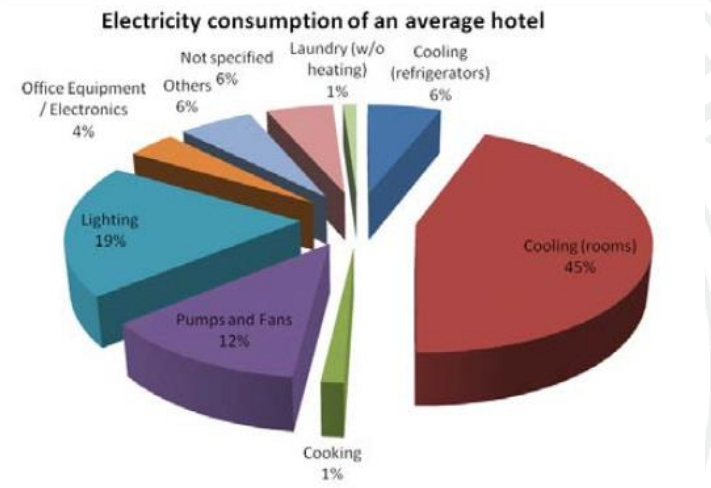
5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีอุปสงค์ไม่แน่นอน เนื่องจากอุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวมักจะขึ้นลงตามฤดูกาล บางฤดูกาลอาจจะมีนักท่องเที่ยวมาก ในขณะที่บางฤดูกาลอาจจะมีนักท่องเที่ยวน้อย เช่น ฤดูหนาวที่ภาคเหนือของประเทศไทย จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับอากาศที่หนาวเย็น ในขณะเดียวกัน ฤดูฝนของภาคใต้ของประเทศไทย มักจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยจากลมมรสุมพายุฝน เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยจะนำเอาเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นแบบสอบถามต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวและการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism)

เนื่องด้วยการศึกษานี้ มีขอบเขตทางด้านพื้นที่และกลุ่มประชากรที่เจาะจงว่าจะทำการศึกษาถึงธุรกิจโรงแรมสีเขียว จึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดของโรงแรมสีเขียว ซึ่งธุรกิจโรงแรม ถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพราะเป็นธุรกิจที่ทำรายได้หลักให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกๆปี ซึ่งธุรกิจโรงแรมเองถือเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในกระบวนการดำเนินงานเป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังสร้างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในวงกว้างด้วย ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นในธุรกิจโรงแรมเกี่ยวข้องกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ ปัญหาด้านการจัดการขยะเป็นพิษที่ไม่ถูกวิธี ปัญหามลภาวะ

ทางน้ำและอากาศ เป็นต้น (Yeung, 2004) จากภาพที่ 2.5 แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนในการใช้พลังงานของธุรกิจโรงแรมโดยเฉลี่ย โดยกิจกรรมที่ใช้พลังงานเยอะที่สุดได้แก่ เครื่องปรับอากาศเพื่อให้ความเย็นภายในห้องพัก สัดส่วนอยู่ที่ 45% และอันดับสอง ได้แก่ ไฟฟ้าที่ให้แสงสว่างภายในโรงแรม สัดส่วนอยู่ที่ 19% รองลงมาได้แก่ ระบบน้ำและใบพัด สัดส่วนอยู่ที่ 12% ตามด้วยตู้ทำความเย็น และกิจกรรมอื่นๆที่ไม่สามารถระบุได้ อย่างละ 6% ตามด้วยไฟฟ้าและอุปกรณ์ต่างๆภายในสำนักงานอยู่ที่ 4% และสองกิจกรรมที่ใช้พลังงานน้อยที่สุด ได้แก่ การซักรีดแบบไม่ใช่พลังงานความร้อนและกิจกรรมในครัว อยู่ที่สัดส่วน 1%



ภาพที่ 2.1 สัดส่วนโดยเฉลี่ยในการใช้พลังงานของธุรกิจโรงแรม

แหล่งที่มา (Energy Policy and Planning Office: Ministry of Energy, 2010)

จากภาพที่ 2.1 จะเห็นได้ว่า ธุรกิจโรงแรมมีการใช้พลังงานเป็นจำนวนมากในทุกกิจกรรม ประกอบกับธุรกิจโรงแรมมีลักษณะการให้บริการแบบ 24 ชั่วโมง ปัญหาดังกล่าวจึงได้เกิดกระแสให้ธุรกิจโรงแรมหันมาให้ความสนใจกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น ซึ่งจัดอยู่ในหมวดหมู่ของธุรกิจสีเขียว (Green Business) โดยมีชื่อเรียกเฉพาะว่า โรงแรมสีเขียว (Green Hotel) ผ่านการดำเนินงาน อาทิ การกำหนดมาตรฐานใบไม้เขียว (Green Leaf) มาตรฐาน Green Globe มาตรฐาน Green Check เป็นต้น แม้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทางธุรกิจโรงแรมเองจะต้องมีการลงทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อนำเอาเทคโนโลยีต่างๆที่สามารถช่วยในการประหยัดพลังงานมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงธุรกิจเพื่อให้ใช้พลังงานน้อยลงอย่างมีประสิทธิภาพอย่างสมบูรณ์และยั่งยืนในระยะยาว โดยมีคุณภาพในการบริการที่คงเดิม (Buckley Ralf, 1995) ซึ่งในบางครั้ง ด้วยความที่เทคโนโลยีต่างๆมีราคาสูง และยังมีต้นทุนในการซ่อมบำรุง และดูแลรักษา การอบรมพนักงานเพื่อใช้เทคโนโลยีดังกล่าว อาจทำให้

ประเด็นดังกล่าวกลายเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จนทำให้การปฏิบัติตามแนวทางที่ต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งจุดนี้ ธุรกิจเองต้องพิจารณาความคุ้มค่าของการนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาใช้ ซึ่งแน่นอนว่า หากพิจารณาข้อดีในการลงทุนปรับเปลี่ยนรูปแบบของโรงแรมเพื่อให้ดำเนินไปในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว นอกเหนือจากการลดต้นทุนได้ในระยะยาว และช่วยประหยัดพลังงานได้แล้วนั้น ยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างผลประโยชน์ด้านการตลาด และเพิ่มจุดขายให้นักท่องเที่ยวผู้เข้าพักเกิดความประทับใจว่าได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติได้อีกด้วย

จากจุดเริ่มต้นดังกล่าว ผู้เขียนจึงได้ศึกษานิยามและความหมายของโรงแรมสีเขียว ซึ่งได้มีนักวิชาการและนักวิจัยได้ให้ความหมายเอาไว้ ดังต่อไปนี้

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2558) ได้กล่าวถึงความหมายของสถานประกอบการที่พักสีเขียวว่า หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการให้บริการด้านที่พักแรม ซึ่งหมายรวมถึง โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล บ้านเช่า และเกสต์เฮ้าส์ เป็นต้น โดยเน้นสถานประกอบการที่มีการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการสืบสานอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น อันเป็นการเสริมสร้างการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว ตามแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2554) ได้กล่าวถึงแนวคิดโรงแรมสีเขียว ว่าแตกต่างจากโรงแรมทั่วไปว่าด้วยการเพิ่มแนวคิดด้านการอนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งในเจตนารมณ์ในการบริหารธุรกิจโรงแรม ซึ่งโรงแรมมีการประกาศและการดำเนินงานอย่างจริงจังเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว สามารถนามาใช้นำเสนอเพื่อประกอบการพิจารณาขององค์กรธุรกิจเหล่านี้ได้แก่การมีใบประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบัน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ก็ย่อมที่จะทำให้มีน้ำหนักเพิ่มมากขึ้น และจะได้รับการพิจารณาได้ง่ายขึ้น

กมล รัตนวิระกุล (2549) ได้กล่าวถึงแนวคิดโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) หรือโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมว่า มีการเริ่มขึ้นในประเทศไทยในปลายทศวรรษ 1990 เมื่อองค์การเพื่อสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Program) UNEP ได้สนับสนุนการก่อตั้งมูลนิธิใบไม้เขียว (Green Leaf Foundation) ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2541 โดยสมาคมโรงแรมไทยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักในการสนับสนุนการกำหนดมาตรฐานสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม และมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้โรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ ในประเทศไทยเข้าร่วมโครงการเพื่อรับการประเมินมาตรฐานสิ่งแวดล้อมเพื่อรับรางวัลใบไม้เขียว

2.3.1 การท่องเที่ยวสีเขียวกับโรงแรมสีเขียว

เนื่องจากผู้วิจัยได้สนใจศึกษาเกี่ยวกับบริบทของโรงแรมสีเขียว ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า โรงแรมเป็นหน่วยอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขับเคลื่อนไปได้ และโรงแรมสีเขียวก็ได้พัฒนาต่อยอดมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีการต่อยอดมาจากแนวคิดการพัฒนาสีเขียว (Green Growth) เป็นการผลักดันเศรษฐกิจของโลกให้เติบโตไปในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2558) เนื่องจากสภาพของสิ่งแวดล้อม รวมถึงทรัพยากรทางธรรมชาติต่างๆ เริ่มเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลง ทำให้มนุษย์ในปัจจุบันเริ่มหันมาใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น โดยมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นไปในทิศทางที่มีความอยากเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์และปกป้องสิ่งแวดล้อมด้วยความเต็มใจ ทำให้แนวความคิดเกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคของมนุษย์โดยใส่ใจสิ่งแวดล้อมกลายเป็นกระแส (Trend) ขึ้นมา เพื่อให้โลกมีความน่าอยู่มากขึ้น และเพื่อจะสามารถส่งต่อทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปสู่คนรุ่นหลังได้ (หงสกุล เมสนุกูล, 2555) จากความต้องการดังกล่าว จึงได้เกิดอุปสงค์ (Demand) ในตลาดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขึ้น โดยตัวอย่างของอุปสงค์ดังกล่าว ได้แก่ การประหยัดพลังงาน การเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การหมุนเวียนใช้ทรัพยากรเพื่อลดขยะ หรือสามารถกล่าวได้ว่า เป็นอุปสงค์ที่สอดคล้องกับหลัก 3R : Reduce,Reuse, Recycle นั่นเอง

ภายหลังจากกำเนิดแนวคิดการพัฒนาสีเขียวแล้ว จึงได้มีแนวคิด ธุรกิจสีเขียว (Green Business) เกิดขึ้น โดยเป็นองค์กรภาคธุรกิจที่มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจของตนโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสมอและมีการกำหนดเป้าหมายให้มีการป้องกันทางสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อกระตุ้นให้ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็สามารถลดต้นทุน และเพิ่มพูนผลกำไรได้ (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2558) และธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business) เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวได้แก่ บริการด้านการเดินทาง อาหาร ที่พักแรม และการบริการนำเที่ยว (นิศา ชัชกุล, 2551) ดังนั้น ธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism Business) จึงเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการด้านการเดินทาง อาหาร ที่พักแรม และการบริการนำเที่ยว โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสมอและมีการกำหนดเป้าหมายให้มีการป้องกันทางสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อกระตุ้นให้ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็สามารถลดต้นทุน และเพิ่มพูนผลกำไรได้ ทำให้เกิดการรวมตัวของธุรกิจท่องเที่ยวควบคู่กับกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเหมาะกับสถานการณ์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและวิกฤตภาวะโลกร้อน ซึ่งในประเทศไทยเองก็นับเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ภาพที่ 2.2 กระแสการใส่ใจสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกา
แหล่งที่มา : (Joel Makower, 2009)

จากภาพที่ 2.2 จะเห็นได้ว่า ในปี ค.ศ. 2009 มีสถิติมากมายที่เกี่ยวกับกระแสของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยระบุว่า

- 80% ของผู้บริโภคนั้นยืนยันว่าจะให้การสนับสนุนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 34% ของผู้บริโภคมีแนวโน้มจะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าสินค้าและบริการปกติ 44% แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมในการใช้จ่ายเพื่อเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพวกเขายังคงไม่เปลี่ยนแปลง
- 40% ของผู้บริโภคกล่าวว่า ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมหรือคุณค่าของบริษัทผู้ผลิต มีส่วนทำให้พวกเขาพิจารณาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ
- 77% ของผู้บริโภคอธิบายถึงพฤติกรรมของพวกเค้าว่า เข้าข่ายเป็นนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ในขณะที่อีก 57% กล่าวว่า 6 เดือนให้หลัง พวกเขาเลือกซื้อแต่สินค้าที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (Joel Makower, 2009)

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาวิจัยมากมายถึงวิธีการที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาของ Lonely Planet ในปี ค.ศ. 2007 แสดงให้เห็นว่า 80% ของนักท่องเที่ยวนั้นให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Shugg, et al, 2007, p.127) ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ คือ การที่พวกเขาได้รู้สึกว่า มีส่วนในการอนุรักษ์และดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการได้เข้าพักในที่พักแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย จนกลายเป็น ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Foster, et al, 2000) ซึ่งต้องการ

ให้โรงแรมที่พวกเขาเข้าพัก มีบทบาทในด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่

- การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น (More environmental friendly)
- มีการเพิ่มกฎระเบียบเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกระดับให้สูงขึ้น (Increase environmental regulation at all jurisdictional levels)
- มีการคำนึงถึงจริยธรรมและคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ (Concerns about business ethics)
- มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจ (Socially responsible business practices)

(Tinsley, 2001) ได้อธิบายเอาไว้ว่า มีปัจจัยสำคัญอยู่ 5 ประการด้วยกันที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวนั้นเลือกใช้บริการในธุรกิจของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ “Green Service” ได้แก่

- The media ได้แก่ สื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์
- Pressed groups ได้แก่ กลุ่มอนุรักษ์ เช่น กลุ่ม Friends of Earth, กลุ่ม Tourism Concern
- Government and destination countries ได้แก่ รัฐบาลและประเทศที่มีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว
- The tourism industry itself ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การบริหารจัดการ

ธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยความเป็นมืออาชีพ

- Personal first-hand experience by the travelers and friends or family ได้แก่ ประสบการณ์ตรงของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นของนักท่องเที่ยว กลุ่มเพื่อน หรือประสบการณ์ส่วนบุคคล

การท่องเที่ยวสีเขียว คือ การท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าบ้าน โดยมาจากคำว่า Ecotourism ซึ่งเป็นคำผสมกันระหว่าง Ecology หรือ นิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism ซึ่งแปลว่าการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆให้คงไว้ซึ่งสภาพเดิมมากที่สุด นอกจากนี้ ยังมีคำอื่นๆที่เป็นการกล่าวถึงการท่องเที่ยวสีเขียวมากมาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ การท่องเที่ยวสีเขียว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อบ่งบอกว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ราณี อิสิชัยกุล, 2546) ดังนั้น หากกล่าวถึงนิยามของคำว่าการท่องเที่ยวสี

เขียว ก็สามารถอธิบายโดยอิงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ อย่างไรก็ตาม เพื่อขยายความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยใคร่ขอแจกแจงความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หรือการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ที่นักวิชาการได้ให้ไว้ในที่ต่างๆ ดังต่อไปนี้

Ceballos Lascurain (1991) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

Gunn, A., Clare (1994; 48) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความสำคัญไปที่ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น โดยคำนึงถึงเศรษฐกิจด้วย

Christ, Costas (2002; 23) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ ควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีให้ชุมชนท้องถิ่น และยังกล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักสับสนระหว่างคำว่าการท่องเที่ยวธรรมชาติ กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งต่างกัน เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามาเกี่ยวข้อง สร้างความยั่งยืนให้แก่ชีวิตและธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และยังมีการบริจาคเงินเพื่อสมทบทุนในการอนุรักษ์ และเพื่อสร้างความเป็นอยู่ในชุมชนให้ดีขึ้น

Elizabeth Boo (1991) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

Elizabeth Stark (1993; 78) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการพัฒนารูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการไม่ใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็น ไม่ฟุ่มเฟือย ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม หรือเรียกอีกอย่างว่า การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Travel)

Ceballos Lascurain (1991; 118) แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources: IUCN) เป็นบุคคลแรกๆให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สัตว์ป่า พืชพันธุ์ตลอดจนวัฒนธรรมในแหล่งธรรมชาตินั้น

Western (1993) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกระทัดรัด แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ "การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น"

The Common Wealth Department of Tourism (1994) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน คำว่า ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมยังครอบคลุมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นด้วย ส่วนคำว่าการรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนนั้นหมายถึง “การปันผลประโยชน์ต่างๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ”

นักวิชาการไทย 3 ท่าน (วัลลีพันธ์ สถิตยุทธการ; สำอาง หิรัญบูรณะ; และพยอม ธรรมบุตร. 2538; 3) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งความสำคัญไปที่ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านั้น รวมถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมและเอกลักษณ์ในท้องถิ่นให้ดีที่สุด เพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยพยายามให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ในขณะเดียวกันก็ต้องมุ่งสร้างจิตสำนึกให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การวางแผน และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวก็ต้องได้รับความพึงพอใจด้วยเช่นกัน

เสรี วังส์ไพจิตร (2537; 22) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบการเติบโตในทิศทางที่เหมาะสม ด้วยการรักษาความเป็นดั้งเดิมที่ดีงามของสภาพแวดล้อมเอาไว้ควบคู่กันกับการอนุรักษ์คุณค่าทางธรรมชาติ โดยถือว่าการท่องเที่ยวคือส่วนหนึ่งของระบบนิเวศ ที่ดึงประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงต้องไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวที่บ่อนทำลายหรือเปลี่ยนแปลงความเป็นดั้งเดิม

สุวิทย์ ยอดมณี (2536; 3) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า มีความหมายเดียวกับคำว่า นิเวศทัศนา ซึ่งหมายถึง การพานักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ โดยสามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ว่า สิ่งต่างๆมีความสัมพันธ์กันอย่างไร

พงศธร เกษสำลี (2530; 40) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า มีความหมายเดียวกันกับ อีโคทัวร์ (Ecotour) หรือนิเวศสัญจร ซึ่งหมายความว่า การใช้การท่องเที่ยวมาผนวกเข้ากับความรู้ความเข้าใจในหลักวิชาด้านนิเวศวิทยา นอกจากการท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังมีการมุ่งศึกษาสภาพแวดล้อมระหว่างเส้นทางอีกด้วย เพื่อความเพลิดเพลินและได้รับความรู้ไปพร้อมๆกัน

ภราเดช พยัฆวิเชียร (2537; 29) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ พยายามให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด ในขณะเดียวกันจะต้องสามารถมอบความรู้และความเข้าใจให้กับทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

ศรีพร สมบุญธรรม (2536; 53) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า มีความหมายเดียวกันกับการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งการท่องเที่ยวจะต้องมีผลกระทบจากกิจกรรมต่อสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานโบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น “การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย”

สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ หรือ The International Ecotourism Society : TIES (1990) ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง การเดินทางแบบมีความอนุรักษ์และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และช่วยปรับปรุงให้ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นดีขึ้น นอกจากนี้ TIES ยังกล่าวถึงหลักแนวคิดเบื้องต้นเพื่อระบุถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีลักษณะของการอนุรักษ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ได้แก่

- ส่งผลกระทบน้อยที่สุด
- ช่วยสร้างความตระหนักในสภาพแวดล้อม และให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ
- สร้างประสบการณ์ที่เป็นบวกให้กับทั้งผู้มาเยือนและประชาชนในท้องถิ่น
- สร้างผลประโยชน์ทางด้านการเงินควบคู่ไปกับการอนุรักษ์
- สร้างความตระหนักด้วยการหยิบยกประเด็นของความอ่อนไหวด้านกฎหมายสิ่งแวดล้อมและสภาพสังคมให้กับเจ้าของประเทศ หรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ในท้องถิ่น

รวมถึงวัฒนธรรม และมีความเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ และเกิดการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยอยู่ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

องค์การสิ่งแวดล้อมสหประชาชาติ (United Nation Environment Programme: UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO, 2008) ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวในรูปแบบที่ไม่รบกวนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา มีความพึงพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ มีความเข้าใจในวัฒนธรรม ความเป็นมาของท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนระบบนิเวศ แต่ก็สามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจได้ ทำให้ประชากรในท้องถิ่นมีจิตสำนึกที่ต้องการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่นของตนเอง (สุมาลี เทพสุวรรณ อ้างถึงใน ไพฑูรย์ พงศะบุตร, 2544, หน้า 39)

ในขณะที่ Gibson, Dodds, Joppe & Jemieson (2003) ระบุว่า สมาคมการท่องเที่ยวสีเขียวแห่งประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวสีเขียวที่แตกต่างจากความหมายที่มีผู้กำหนดไว้ กล่าวคือ การท่องเที่ยวสีเขียวสามารถเกิดขึ้นได้ในเขตเมือง มิใช่เพียงต้องอยู่แต่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเท่านั้น โดยตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตเมือง ได้แก่ เมืองโตรอนโต้ ของประเทศแคนาดา อย่างไรก็ตาม สมาคมการท่องเที่ยวสีเขียวแห่งประเทศแคนาดา ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวสีเขียว โดยประยุกต์จากคำนิยามที่องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้เคยระบุเอาไว้ว่า การท่องเที่ยวสีเขียว คือการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความอยู่รอดให้กับชุมชน (Vitality) ใส่ใจในวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่เต็มเปี่ยม (Experiencial Richness)

Buckly Raph (1995: 3) ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่พึ่งพิงผลิตผลทางธรรมชาติ มีการจัดการที่ยั่งยืน และมีองค์ประกอบทางด้านการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย (สฤษฎ์ แสงอรัญ, 2548)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นซึ่งไม่จำกัดว่าเป็นเขตเมืองหรือชนบท โดยมีการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นให้คงอยู่เอาไว้ โดยสามารถสร้างรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนในท้องถิ่นได้ด้วย

2.3.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียว

2.3.2.1 หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวสีเขียว

จากความหมายข้างต้น สถาบันการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ให้ลักษณะสำคัญซึ่งเป็นหลักการของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าอยู่บนหลักพื้นฐาน 5 ประการ (สฤษฎ์ แสงอรัญ, 2548) รายละเอียดดังนี้

1) มีธรรมชาติเป็นพื้นที่ฐาน (Nature-Based Tourism) กล่าวคือมีการศึกษาเรื่องการอนุรักษ์ มีการวางแผนและการพัฒนาเพื่อจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีพื้นฐานก็คือธรรมชาติและวัฒนธรรม

2) สร้างความยั่งยืนให้ระบบนิเวศ (Ecological Sustainable Tourism) นับเป็นกุญแจสำคัญในการนำไปสู่การจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การจัดการธรรมชาติ และพัฒนาศักยภาพในการรองรับ (Carrying Capacity) เพื่อเพิ่มคุณภาพและความคงอยู่ของสิ่งแวดล้อมเอาไว้ ให้เสียหายน้อยที่สุด

3) มีการศึกษาสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ (Environmentally Educative Tourism) สร้างความสนุกสนานและให้ประสบการณ์ที่มีความหมายแก่นักท่องเที่ยว ดึงดูด และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาความคิดและจิตใจให้รู้สึกชื่นชมต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการศึกษานี้จะช่วยให้เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และวัฒนธรรม

4) สร้างรายได้ให้ชุมชน **(**Locally Beneficial Tourism**)** โดยดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อช่วยพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยการให้ความรู้ บริการ อำนวยความสะดวก และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพื่อเลี้ยงดูตัวเอง และจัดการ อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และยังส่งผลดีต่อสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีเงินบริจาคไว้เป็นทุนในการพัฒนาโครงการอนุรักษ์ เช่น การให้ความร่วมมือกับนักวิจัยที่เข้ามาช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

5) สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) McIntosh (1986; 176)

กล่าวว่ามนุษย์มี Fulfillment Needs เรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งเรียกว่า Travel Needs Ladder ซึ่งได้แก่ ลำดับขั้นในความพึงพอใจ เช่น ด้านความปลอดภัย ความมั่นคงในสังคม ความพอใจในข้อมูลที่ได้รับพอใจกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว พอใจกับความคาดหวังที่บรรจบกันกับการรับรู้ ซึ่งความพึงพอใจควรอยู่ในลำดับหลังจากความรู้สึกด้านการอนุรักษ์

2.3.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียว

การท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นแนวคิดของการท่องเที่ยวที่มุ่งพัฒนาให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าครอบคลุมองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

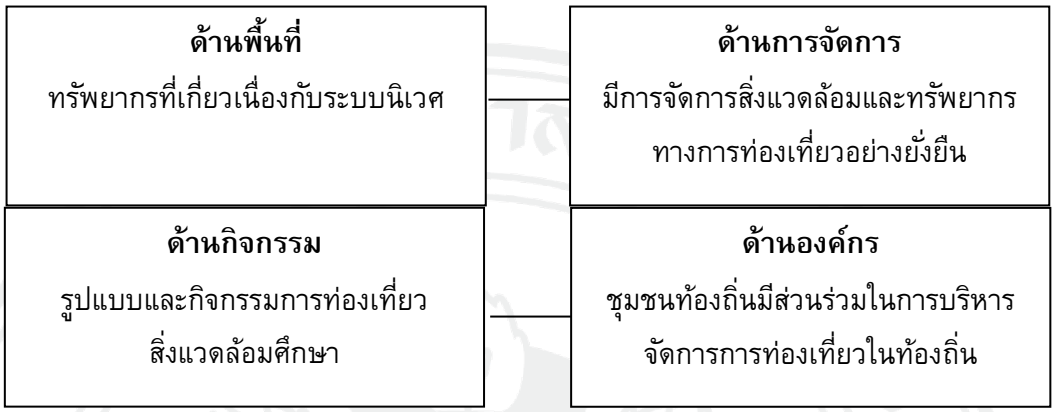
1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับธรรมชาติเป็นหลักกล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Audemic or Endemic or Unique) ทั้งนี้ รวมถึงต้องมีแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ (Eco-system)

2) องค์ประกอบด้านการจัดการ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่อยู่บนความรับผิดชอบ (ResponsibleTravel) ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ การป้องกัน การกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism) เป็นการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมให้น้อยที่สุด

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ กล่าวคือ เกิดกระบวนการเรียนรู้ (LearningProcess) ด้วยการ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ รวมถึงสร้างความประทับใจจนนำไปสู่การมีจิตสำนึกที่ดี และมีความตระหนักต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างถูกต้องของประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง หรือเรียกอีกแบบว่า เป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-Base Tourism)

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม โดยผนึกการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ในการร่วมกันคิด วางแผน และปฏิบัติตามแผน ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างผลประโยชน์ให้ท้องถิ่น กระจายรายได้ และเพิ่มคุณภาพชีวิต รวมถึงได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับไปบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย ท้องถิ่นก็จะมีส่วนร่วมในการควบคุมและพัฒนาการ

ท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีคุณภาพ โดยเริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Glass Root) จนถึงการปกครองในระดับท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จนกลายเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation-Base Tourism) ดังภาพ



ภาพที่ 2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
แหล่งที่มา : (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

2.3.2.3 แนวโน้มของการท่องเที่ยวสีเขียว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวสีเขียวหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับการผลักดันส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสามารถใช้เป็นมาตรการในการส่งเสริมเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรทางชีวภาพได้ โดยมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเหล่านั้นจะเสื่อมโทรมเนื่องจากเป็นผลของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จากแนวโน้มสองประการ คือ แนวโน้มเกี่ยวกับการอนุรักษ์และความเปลี่ยนแปลงเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงได้เกิดแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวสีเขียวหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Elizabeth Boo, 1991; 148) โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1) แนวโน้มเรื่องการอนุรักษ์ สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนานั้น มีความพยายามผสมผสานการอนุรักษ์เข้ากับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ด้วยการใช้ประโยชน์จากพื้นที่อนุรักษ์เพื่อเป็นแหล่งพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ โดยมีความเชื่อว่า การท่องเที่ยวสีเขียว จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยเปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและก่อให้เกิดรายได้ในระดับชุมชนท้องถิ่นไปจนถึงระดับชาติได้ อีกทั้งยังเป็นแรงผลักดันให้กลุ่มอนุรักษ์และประชาชนทั่วไปตระหนักว่า การวางแผน

2) การท่องเที่ยวที่ดี ส่งผลให้ศักยภาพดังกล่าวสามารถเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

3) แนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยว แนวโน้มดังกล่าวปรากฏชัดในระยะ 7-8 ปีที่ผ่านมา โดยการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลมีการเปลี่ยนแปลง อยากผจญภัยและมีส่วนร่วมจากการสัมผัสกับความเป็นดั้งเดิมซึ่งถือเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีสาเหตุมาจากการให้ความสนใจและตื่นตัวด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ

2.3.2.4 การจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนั้นถือว่ามีอยู่ในปริมาณที่จำกัด ส่งผลให้เกิดการแย่งชิงทรัพยากรขึ้น เป้าหมายของการหาทางออกก็คือการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเหมาะสมที่สุด ในขณะเดียวกัน ก็ต้องสามารถตอบรับกับกระแสการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้ง 2 กระแส อ้างอิงจากเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545; 21-22) ได้แก่

กระแสที่ 1 คือ กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสีเขียวก็คือการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อคงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ เพราะนักท่องเที่ยวจากฝั่งตะวันตกสนใจที่คุณภาพและการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสีเขียว หรืออย่างเหมาะสม

กระแสที่ 2 คือ กระแสในการพัฒนาคน ด้วยการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งสามารถใช้เป็นหลักประกันได้ว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่จะเป็นไปอย่างถูกต้อง และมีทิศทางที่ชัดเจนเหมาะสม นำไปสู่การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

จากกระแสดังกล่าวนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน คือ สามารถตอบสนองทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของทรัพยากร และยังสามารถช่วยปกป้องอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเหล่านั้นเอาไว้ได้

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า หลักการในการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในบริบทของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การจัดการทรัพยากรเชิงระบบเพื่อสนองความจำเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งสุนทรียภาพ เอกลักษณ์และวัฒนธรรม รวมถึงความสมบูรณ์ของระบบนิเวศวิทยานั่นเอง ซึ่งเป้าหมายสูงสุดก็คือ เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.3.3 แนวทางการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวสีเขียว

แนวทางการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวสีเขียว มี 2 ประการ คือ การสร้างสมดุลระหว่างความต้องการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ กับความจำเป็นในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด และการผลักดันและให้การสนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน อ้างอิงจากเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545; 23-24)

2.3.3.1 การสร้างสมดุลระหว่างความต้องการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ กับความจำเป็นในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการ ประชาชนในท้องถิ่น นักวิชาการ นักอนุรักษ์ รัฐ รวมถึงนักท่องเที่ยว ร่วมมือกันใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อปัจจุบันและอนาคต ดังนั้น จะต้องมีการดำเนินการ และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในขอบเขตของความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่

1) จัดการตามขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ หมายถึง การจัดการให้มีจำนวนคนมากที่สุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของสิ่งแวดล้อม และไม่ทำให้ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวลดลงจนเกินจะยอมรับได้

2) การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับด้านการตลาด หมายถึง การจัดการที่จำนวนคนไม่เยอะเกินจนไปขัดขวางความสามารถของการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านการให้ประสบการณ์ที่เปี่ยมคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพราะหากเกินความสามารถในการรองรับจะส่งผลให้ตลาดทางการท่องเที่ยวเกิดวิกฤต

3) การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน หมายถึง มีการจัดการขีดความสามารถในการรองรับแตกต่างกันไปตามทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างพอดี เพื่อไม่ให้ชุมชนรู้สึกอึดอัดหรือสูญเสียความเป็นตัวตนจากผลกระทบที่เกิดขึ้นได้

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า แนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด โดยใช้ในปริมาณที่ไม่เยอะจนเกินไปเพื่อไม่ให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวถูกทำลายหรือเสื่อมโทรม ซึ่งใช้ประโยชน์ให้เกิดผลกระทบทางลบในระดับต่ำที่สุด จะได้มีการสูญเสียอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด

2.3.4 การท่องเที่ยวสีเขียวในประเทศไทย

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เป็นบริบทเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียว เพื่อจะได้ทราบอย่างถ่องแท้ ถึงต้นกำเนิด ลำดับเหตุการณ์และช่วงเวลาที่สำคัญที่เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดจากการท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกำเนิดขึ้นเมื่อ 40 ปีก่อน ซึ่งประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนาในยุคของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรีคนที่ 11 ซึ่งมองเห็นโอกาสในการทำรายได้มหาศาลจากการท่องเที่ยว จึงพิจารณาว่าประเทศไทยมีศักยภาพมากพอ และออกพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2503 และได้ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้มารู้จักแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงวัฒนธรรมและประเพณีของประเทศไทย ต่อมาเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างล้นหลามโดยที่ทางภาครัฐไม่ได้มีการวางแผนรับมือและป้องกันปัญหาเอาไว้ล่วงหน้าถึงผลกระทบที่จะเกิดจากการท่องเที่ยว ทำให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมีความเสื่อมโทรมเนื่องจากเกินความสามารถในการรองรับ เกิดปัญหาพื้นที่ถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ระบบนิเวศอ่อนแอ และความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ จำนวนสิ่งมีชีวิตลดลง รวมถึงความเสียหายที่เกิดต่อวัฒนธรรมและชุมชนด้วย (มนัส สุวรรณ, 2549; 167-171)

ต่อมาประเทศไทยจึงมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน ด้วยการใช้การท่องเที่ยวสีเขียว หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพร้อมกับวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกๆ ระยะเวลา 5 ปี โดยมีการวางแผนการอนุรักษ์ไว้ และยังมีนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น (พรเพ็ญ จรัญนฤมล , 2542; 22) ดังต่อไปนี้

1) ด้านการลงทุน ผลิต หรือบริการต้องมีความเสมอภาค และกระทบสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

2) มีการจัดเครือข่ายครอบคลุมทุกระดับ ดำเนินการอย่างอิสระภายใต้กรอบที่ตั้งไว้

3) ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ ติดตาม ประเมินผล และได้รับผลประโยชน์

4) ส่งเสริมองค์กรนิติบุคคล และไม่ใช่นิติบุคคล ดูแลสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวสีเขียว

5) แก้ไขปรับปรุง ข้อบังคับ กฎระเบียบ และพัฒนากฎหมาย รวมถึงจัดงบประมาณให้เอื้อต่อความร่วมมือของหน่วยงานในท้องถิ่นและประชาชน ให้การช่วยเหลือในการมีส่วนร่วมเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของรัฐบาล และมีการจัดเก็บรายได้เพื่อฟื้นฟูท้องถิ่น

6) ปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้ประชาชน รวมถึงให้ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

7) องค์กรพัฒนาเอกชนต้องดูแลการจัดตั้งธุรกิจของประชาชนอย่างสร้างสรรค์

ในส่วนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ได้มีการจัดลำดับกลยุทธ์ในการอนุรักษ์เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของรัฐบาล ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

สำหรับความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวสีเขียวของประเทศไทยในปัจจุบันนั้น (สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542; 4-77) กล่าวว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่พักแรมในประเทศไทยอยู่ในระดับพอใช้ (53.8%) ซึ่งดีกว่าในอดีต เพราะนักท่องเที่ยวยังขาดจินตนาการด้านการสร้างสรรค์และการอนุรักษ์ ซึ่งบางครั้งก็สวนทางกับแนวทางการพัฒนาของรัฐบาล ดังนั้น วิธีการแก้ไขของรัฐบาลก็คือ ต้องไม่ให้ความสำคัญกับวัตถุมากเกินไป และควรมีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ประชาชน

2.3.5 มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมสีเขียวและเกณฑ์ตัวชี้วัด

เนื่องจากในปัจจุบันนี้การอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมในแวดวงต่างๆหลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศในแถบเอเชีย รวมถึงประเทศไทยก็ได้มีการนำเอาแนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรวมถึงทรัพยากรทางธรรมชาติต่างๆ มาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานทั้งในประเทศและระหว่างประเทศจากภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีการนำเอาเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ต้องคำนึงถึงเมื่อมีการดำเนินงานใดๆเกิดขึ้นกับหน่วยงานหรือธุรกิจของตน อุตสาหกรรมที่มีการใช้พลังงานเป็นจำนวนมากจนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มีของเสียจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงส่งผลกระทบต่อชุมชนแวดล้อมอย่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ รวมถึงอุตสาหกรรมที่พักแรมก็เช่นเดียวกัน โดยจากการศึกษาของ Kelly และ Williams (Kelly & Williams, 2007) แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรมเริ่มมีความกระตือรือร้นที่จะกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงการประหยัดพลังงานเพื่อต้นทุนในการผลิตที่ลดลง

ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่พักและโรงแรม มีความเต็มใจและยินดีที่จะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเมื่อนโยบายของธุรกิจต่างๆในภาคการท่องเที่ยวและการบริการ ดำเนินควบคู่ไปกับพฤติกรรมที่ต้องการอนุรักษ์และใส่ใจสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่เป็นไปในทิศทางที่เป็นประโยชน์ต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้

อย่างไรก็ตาม สำหรับมาตรฐานของโรงแรมสีเขียวที่มีชื่อเสียงจนเป็นที่ยอมรับและมีการใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย ก็คือมาตรฐานโรงแรมใบไม้เขียว โดยมูลนิธิใบไม้เขียว สำหรับในประเทศไทยแล้ว มูลนิธิใบไม้เขียว (Green Leaf Foundation) เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือในด้านการสนับสนุนธุรกิจที่พักแรมให้มีการดำเนินงานอย่างอนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมูลนิธิใบไม้เขียวนี้ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2541 โดยยึดถือวิสัยทัศน์ในการช่วยพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม ร่วมกับองค์กรชั้นนำที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับประเทศและภูมิภาค ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมโรงแรมไทย โครงการสิ่งแวดล้อมสหประชาชาติประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สำนักงานการจัดการด้านการใช้ไฟฟ้า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการประปานครหลวง

ซึ่งมูลนิธิใบไม้เขียวนั้นมีลักษณะการดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม ภายใต้ชื่อ “โครงการใบไม้เขียว” ซึ่งโครงการนี้ อยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการส่งเสริมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวหรือ คสสท. ซึ่งได้มีการจัดทำแบบประเมินการรักษาสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานของโรงแรมเอาไว้ โดยให้โรงแรมตรวจสอบการปฏิบัติงานของธุรกิจตน เพื่อให้คณะกรรมการ คสสท.ได้ทำการตรวจสอบและประเมินผล เพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ทางคณะกรรมการ คสสท.ได้จัดทำขึ้นจากโรงแรมอ้างอิง และมีการออกแบบแนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมใบไม้เขียว (Green Leaf Hotel) ซึ่งนำเอาหลักแนวคิดที่ว่า (รู้ประหยัด รักษ์สิ่งแวดล้อม) อันมีวัตถุประสงค์ในการวางมาตรฐานทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม พัฒนาประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน และคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พักแรม จากนั้น จึงมีการจัดอันดับโรงแรมต่างๆ เพื่อมอบเกียรติบัตรใบไม้สีเขียว (The Green Leaf Certificate) ซึ่งมีการเรียงอันดับตั้งแต่ 1-5 ใบ ตามความสามารถของโรงแรมด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการหรือเจ้าของ และทีมพนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนสนับสนุนทางด้านการดำเนินธุรกิจที่พักแรมว่าจะมีการร่วมกันจัดการการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปในทิศทางที่อนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังเพื่อให้เป็นที่ประจักษ์แก่องค์กรต่างๆทั่วโลก ซึ่งในปัจจุบัน มีโรงแรม 202 แห่งทั่วประเทศ ได้รับเกียรติบัตรแห่งความสำเร็จด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของโครงการใบไม้เขียว มีดังต่อไปนี้

2.3.5.1 ผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการพัฒนามาตรฐานการดำเนินงานให้มีการส่งเสริมคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม

2.3.5.2 พัฒนามาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาประสิทธิภาพของเทคโนโลยี

2.3.5.3 ส่งเสริมการมีบทบาทและส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

2.3.5.4 พัฒนาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของโรงแรมและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยแนวทางในการตรวจสอบพัฒนาการและความก้าวหน้าในการดำเนินงานของสถานประกอบการตามมาตรฐานของเกียรติบัตรใบไม้สีเขียว ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวซึ่งถูกนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดซึ่งมีเนื้อหาตามกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโรงแรมสีเขียวรวม 18 ปัจจัยด้วยกัน (มูลนิธิใบไม้สีเขียว, 2551) ครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

1) นโยบายและการสื่อสาร อาทิ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในโรงแรมและผู้เข้าพักด้านการประหยัดไฟฟ้า

2) การพัฒนาบุคลากร เช่น การส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงาน ลูกค้า และผู้ประกอบการในการรักษาสิ่งแวดล้อม

3) คณะกรรมการ มีกระบวนการประเมินผลกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

4) เป้าหมายและแผนปฏิบัติการ อาทิ มีแผนการส่งเสริมกิจกรรมการป้องกันและอนุรักษ์โดยการสร้างจิตสำนึก

5) การจัดการของเสีย ได้แก่ การส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีส่วนในการแยกขยะและส่งเสริมพนักงานโรงแรมในด้านการจัดการขยะอันเนื่องมาจากลูกค้า

6) ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน ผ่านกิจกรรมการประหยัดพลังงานและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน เพื่อลดการใช้พลังงานในโรงแรม

7) ประสิทธิภาพการใช้น้ำ ได้แก่ การจัดทำโครงการให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมในการประหยัดน้ำ และนำน้ำที่บำบัดแล้วมาใช้รดน้ำต้นไม้

8) ครัว และห้องอาหาร มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นตามฤดูกาลเพื่อประกอบเมนูอาหารต่างๆ

9) ห้องซักรีด ส่งเสริมการใช้วิธีการที่เหมาะสมในการบำบัดน้ำเสียจากกิจกรรมซักรีด

10) การจัดซื้อ มีการส่งเสริมการใช้สินค้าท้องถิ่นเพื่อใช้ในการดำเนินงานโรงแรม เช่น สินค้างานฝีมือต่างๆ

11) มีการติดตั้งมิเตอร์ตรวจวัดการใช้พลังงาน รวมถึงคุณภาพอากาศภายในอาคาร มลพิษทางอากาศ และเสียง

12) น้ำและคุณภาพน้ำ ด้วยการประเมิน และจัดทำแผนงานการป้องกันน้ำเสียจากสาเหตุต่างๆ

13) สปา และการนวดเพื่อสุขภาพ มีการให้ความสำคัญต่อการบำรุงรักษาอุปกรณ์ปรับอากาศ

14) สถานที่ออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และกิจกรรมกลางแจ้ง ด้วยการดูแลความพร้อมของอุปกรณ์ และพื้นที่สาธารณะ อุปกรณ์ปรับอากาศ รณรงค์ให้ทุกคนร่วมรักษาความสะอาดและใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า

15) ความปลอดภัยในโรงแรม มีการให้ความสำคัญต่อการซ่อมบำรุงพื้นที่ให้มีความปลอดภัย ควบคุมปริมาณการใช้สารเคมีต่างๆ และตรวจสอบความพร้อมของระบบต่างๆในโรงแรมเสมอ

16) ผลกระทบต่อระบบนิเวศ รณรงค์และส่งเสริมการคัดแยกประเภทสารเคมี จัดทำป้ายหรือสัญลักษณ์ของสารประกอบที่เป็นพิษให้ชัดเจน

17) การมีส่วนร่วมกับชุมชน และองค์กรท้องถิ่น ผ่านการส่งเสริมอาชีพให้กับผู้คนในท้องถิ่น

18) การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ด้วยการใช้วัสดุตกแต่ง ออกแบบอาคารให้สื่อได้ถึงการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม โครงการใบไม้เขียว จัดเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานของมูลนิธิใบไม้เขียวที่กระตุ้นความใส่ใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติให้มีความเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยมีโรงแรมทั่วประเทศที่ผ่านการประเมินและได้รับการรอบรองโดยเกียรติบัตรเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือกันเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจด้วยการจัดการมาตรฐานในการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งในภาพรวมจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยก้าวหน้าและสามารถเทียบได้กับนานาประเทศจนเป็นที่ยอมรับในด้านศักยภาพการดำเนินงาน (Energy Policy and Planning Office, 2010)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว พบปัจจัยที่ผู้วิจัยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับต้นๆในการตัดสินใจเข้าพัก จากทั้งมุมมองของนักท่องเที่ยว ผู้บริหารโรงแรม หรือพนักงานโรงแรมซึ่งเป็นผู้ให้บริการ มีดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ

ลำดับและรายชื่อผู้วิจัย	ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว								
	นโยบายและการสื่อสาร	เป้าหมายและแผนปฏิบัติการ	การจัดการของเสีย	คุณภาพ, ประสิทธิภาพการใช้น้ำ	การจัดซื้อ	คุณภาพอากาศ, การควบคุมมลพิษ	มลพิษทางเสียง	ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น	ปัจจัยอื่นๆ
1. Roiamarin A, Yueh Hxiu Lin (2013)	√	√	√					√	√	
2. สมพงศ์ โสทะรักษ์, กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์ (2013)		√		√		√		√	√	
3. ธนะวิทย์ เพียรดี, มาฆฤกษ์ ชูช่วย (2559)	√			√		√	√	√		
4. บุศริน วงศ์วิวัฒนา (2559)	√	√						√		ซักรีด
5. กตวรรณ วารีรินสิริ (2556)	√	√		√				√	√	
6. ปิยะดา วชิระวงศกร, อุษณีย์ ทีมสูงเนิน (2558)	√	√		√		√				
7. วันวิสา วัลย์ดาว (2553)				√	√		√		√	

ลำดับและรายชื่อผู้วิจัย	ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว									
	นโยบายและการสื่อสาร	เป้าหมายและแผนปฏิบัติการ	การจัดการของเสีย	คุณภาพ, ประสิทธิภาพการใช้น้ำ	การจัดซื้อ	คุณภาพอากาศ, การควบคุมเสียง	มลพิษทางเสียง	ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น	ปัจจัยอื่นๆ
8. สานิตย์ หนูนิล, ประสพชัย พสุนนท์ (2557)	√		√	√		√				
9. Lauren Dobern (2013)	√	√						√	√	
10. ธนวรรณ มงคล, ยุพวรรณ วรรณวาณิชย์ (2013)		√		√				√	√	
11. ภราเดช พยัฆวิเชียร (2551)	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
12. หงสกุล เมสนุกูล (2555)	√	√	√	√	√					
รวม	9	9	4	9	3	5	3	8	7	2

จากตารางที่ 2.1 ทำให้สามารถระบุได้ถึงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว 6 อันดับที่มีความสำคัญสูงสุดจากการทบทวนวรรณกรรม และจะถูกนำมาใช้ในการออกแบบแบบสอบถามที่จะใช้วิจัย โดยเป็นตัวแปรต้น และหนึ่งในกรอบปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่

1) ปัจจัยทางด้านนโยบายและการสื่อสาร

2) ปัจจัยทางด้านการจัดการของเสีย

3) ปัจจัยทางด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ

4) ปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ

5) ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน

6) ปัจจัยทางด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น

2.4 แนวและคิดทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, อ้างถึงใน กัลยา กมลรัตน์, 2553: 19-20) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคทำการคิด วิเคราะห์ หาเหตุผล โดยส่งผลไปสู่การประเมินความต้องการในสินค้าและบริการต่างๆของบุคคล โดยหลังจากที่ผู้บริโภคทำการคิด วิเคราะห์ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ก็จะทำการตัดสินใจว่าจะเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ หรือไม่ และภายหลังจากซื้อสินค้าและบริการแล้ว หากพบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามความคาดหวังต่างๆ ก็จะเกิดทัศนคติในทางลบ หรือมีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการลดน้อยลงทันทำ ส่งผลให้ไม่ซื้ออีกในอนาคต

สุกัญญา พยุงสิน (2556: 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นการกระทำต่างๆที่ผู้บริโภคปฏิบัติ เช่น ตัดสินใจใช้บริการ ตัดสินใจซื้อสินค้า หรือพิจารณาผลประโยชน์และความต้องการที่จะได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการนั้นๆ

สุภาพร พุ่มสิโล (2556: 1) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นการแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยองค์ประกอบสำคัญก็คือกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั่นเอง นอกจากนี้ยังมีกระบวนการประเมินทางเลือกเพื่อประเมินความต้องการของตัวผู้บริโภคเอง เป็นต้น

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2557) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือการแสดงออกของบุคคลในการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการต่างๆ โดยองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ เป้าหมายในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ความต้องการของผู้บริโภค และประโยชน์ของสินค้าและบริการในการนำไปใช้

จากความหมายที่มีผู้นิยามไว้ข้างต้น จึงสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือการที่บุคคลตระหนักหรือรับรู้องค์ประกอบต่างๆ เช่น การได้ทดลองใช้ ประสบการณ์ในการซื้อหรือใช้บริการ จน

ทราบถึงข้อดีและข้อเสีย ซึ่งส่งผลให้ตัวผู้บริโภคเองเกิดกระบวนการประเมินและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการซ้ำอีกครั้งในอนาคต

นอกจากนี้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) สามารถกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภค อีกทั้งควรมีการตระหนักถึงสินค้าและบริการของตนเป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งจัน และจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้ และยังสามารถใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยเฉลิมเกียรติ สูงสว่าง (2552: 9-13) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสามารถจำแนกสาเหตุของพฤติกรรมผู้บริโภคได้เป็น 3 ประการด้วยกัน ได้แก่

1) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากสาเหตุต่างๆ อาทิ สาเหตุของการซื้อสินค้าและบริการ

2) พฤติกรรมที่เกิดจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นต่างๆภายนอกตัวบุคคล เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพทางสังคม ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการของสังคมออกมา

3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากจุดมุ่งหมายของตัวเอง ตามลักษณะของการสนองความต้องการพื้นฐานของตน เช่น ปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต 4 อย่าง ได้แก่ อาหาร ที่พักอาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค

โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 193) ซึ่งได้กำหนดหลักแนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค โดยอ้างอิงจากคำแปลและนิยามของ Philip Kotler ว่าด้วยทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคตามหลัก 6 Ws และ 1 H ได้แก่ Who? What? Why? When? Where? Which? และ How? โดยหลักแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยมีองค์ประกอบต่างๆที่สำคัญดังต่อไปนี้

1) ใครคือกลุ่มเป้าหมายในตลาด? (Who’s in Target Market ?) ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้กลุ่มเป้าหมายจะเป็นการระบุถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demography) เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางครอบครัว อาชีพ รายได้ เป็นต้น

2) อะไรคือความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ? (What does the Consumer buy?) โดยผู้บริโภคจะพิจารณาผ่านความต้องการของตน ก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆให้ตรงตามคุณสมบัติที่ตนเองต้องการ

3) เหตุผลที่ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อ? (Why does the consumer buy ?) ซึ่งผู้บริโภคจะมีกระบวนการในการพิจารณาว่าเหตุผลในการซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าวคืออะไร และทำไมจึงเลือกซื้อสินค้าและบริการจากที่แห่งนี้

4) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ? (Who participate in the buying ?) ในข้อนี้จะ

เกี่ยวข้องกับบุคคลรอบตัวของผู้บริโภค เช่น เพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

5) ระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ? (When does the consumer buy ?) ในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับโอกาสในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น ช่วงระยะเวลาใด อาจเป็นวัน เดือน ฤดูกาลสำคัญ หรือโอกาสพิเศษต่างๆ เป็นต้น

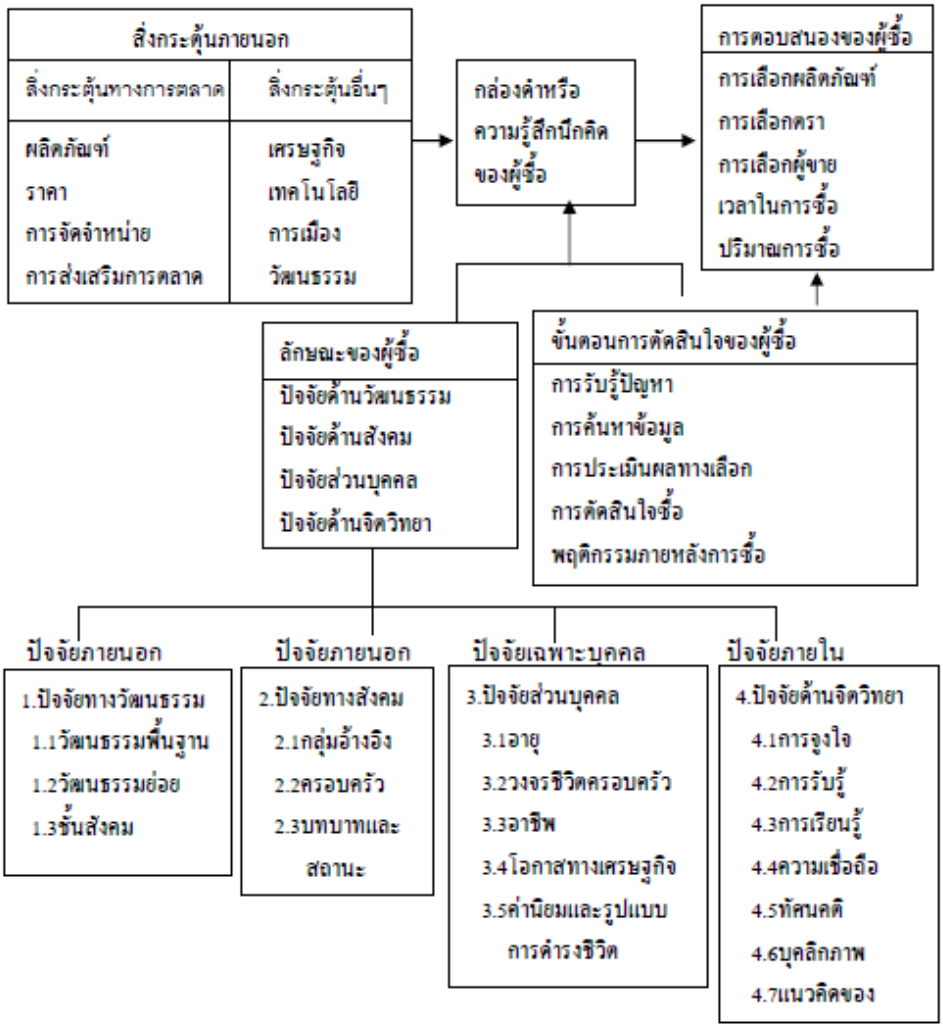
6) สถานที่ในการซื้อ? (Where does the consumer buy ?) เกี่ยวข้องกับตำแหน่งที่ได้เปรียบทางการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยอาจอยู่ในแหล่งชุมชน หรือแหล่งของศูนย์การค้า หรือมีทำเลที่ดี เป็นต้น เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงของผู้บริโภค

7) ผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้ออย่างไร? (How does the consumer buy ?) เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ สินค้าและบริการนั้นๆ มีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ฉะนั้น ในการจัดทำรูปแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ จึงควรต้องมีการศึกษาถึงหลักการของพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคและสามารถตอบสนองได้อย่างครบถ้วน และเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจ โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น เป็นตัวกำหนดให้เกิดความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอาไว้ในหัวข้อถัดไป

2.4.2 แนวคิดตามหลักการพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 196-199, อ้างถึงใน กัลยา กมลรัตน์, 2553: 20-21) ได้ศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคตามแบบจำลอง เอส-อาร์ (S-R Theory) ผลคือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer’s Black Box) และสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Situation) เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถแสดงได้ตามภาพ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 รูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค

แหล่งที่มา : (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2538: 198)

จากภาพที่ 2.4 คือแบบจำลอง S-R Theory ของ Kotler ในทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) คือปัจจัยที่มากระตุ้นผู้บริโภคจากภายนอก แบ่งได้เป็น 2 ปัจจัย คือ

(1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ หลักส่วนประสมทางการตลาด 7P ของ Kotler ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

(2) สิ่งกระตุ้นอื่น ได้แก่ PEST Analysis คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี

นอกจากนี้ Black Box หรือกล่องดำ คืออีกประเด็นสำคัญที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งมาจาก 2 ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่

1) ลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยนี้เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม และปัจจัยส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้

(1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม การศึกษาถึงวัฒนธรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ภูมิหลังต่างๆของผู้บริโภค เช่น สถานภาพในครอบครัวและการทำงาน

(3) ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อพฤตีกรรมการใช้จ่ายและเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา เชื้อชาติ เป็นต้น

ขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นการวิเคราะห์ถึงปัญหาก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ขั้นตอนนี้อาจเริ่มด้วยการค้นหาข้อมูลเพื่อศึกษาถึงจุดเด่น จุดด้อยของสินค้าและบริการนั้นๆ จากนั้นจึงเป็นการประเมินทางเลือกว่าสินค้าและบริการนั้นๆตรงตามความต้องการของตนหรือไม่ และเข้าสู่ขั้นตอนในการประเมิน เพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ และจบลงที่พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สำหรับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะเกิดการซื้อซ้ำเมื่อสินค้าและบริการนั้นๆส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี แต่ในทางกลับกัน เมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติในทางลบ จะส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้าและบริการนั้นซ้ำอีก (สืบชาติ อินทะไชย, 2552)

2.4.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นกระบวนการหรือการกระทำของบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด โดยประกอบไปด้วย พฤติกรรมภายนอก (Tourist's Overt Behavior) ซึ่งเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลมาจากการสัมผัสหรือการรับรู้ และพฤติกรรมของตัวนักท่องเที่ยวเอง (Tourist Covert Behavior) โดยแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบที่สำคัญซึ่งภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ ได้แก่

1) การกำหนดเป้าหมาย คือ พฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตนเองได้มีการวางแผนเอาไว้ เช่น เป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

2) ความพร้อม ได้แก่ ความพร้อมด้านต่างๆ อาทิ กายภาพ สิ่งแวดล้อม อาคาร สถานที่ ที่สามารถสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาได้

3) สถานการณ์ ได้แก่ เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตัวนักท่องเที่ยวเองได้ เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถแก้ไขสถานการณ์และมีแผนเตรียมพร้อมสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉินในแหล่งท่องเที่ยว

4) การสื่อความหมาย ได้แก่ การที่หน่วยงานหรือองค์กรทำการศึกษาและตีความหมายของความต้องการนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด เช่น ความต้องการด้านต่างๆ ไม่ว่าจะด้านอาหารการกิน สิ่งอำนวยความสะดวก หรือการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

5) การตอบสนอง ได้แก่ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีการวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มีความรวดเร็ว สะดวก และตอบสนองต่อความต้องการในการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการ รวมถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งกรณีที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางลบ ก็ย่อมส่งผลกระทบทางลบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวได้

7) ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ได้แก่ เมื่อนักท่องเที่ยวไม่ได้รับการตอบสนองที่เพียงพอต่อความต้องการของตนเอง ก็ย่อมเกิดความรู้สึกผิดหวัง ไม่เป็นธรรม ซึ่งสามารถส่งผลกระทบทางลบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆได้

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) คือการแสดงออกของบุคคลที่ใช้สินค้าและบริการธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

โดยมีกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลให้เกิดการแสดงออก ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการควรต้องให้ความสำคัญ และร่วมกันส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาด้วยความยุติธรรมและเป็นเหมาะสม เพื่อให้ส่งผลดีต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งจากการแสดงออกของบุคคลดังที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ทำให้เกิดกระบวนการการตัดสินใจเลือกชิบรการหรือเลือกซื้อสินค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเนื้อหามาไว้ในหัวข้อถัดไป

2.5 ความหมายและแนวคิดทฤษฎีด้านการตัดสินใจ

2.5.1 ความหมายของการตัดสินใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ ดังต่อไปนี้ (ปรัชญกุล ตุลาชม, 2551)

Barnard (1938) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ กระบวนการพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่หลายทางให้เหลือเพียงทางเดียว

Simon (1960) ได้ให้ความหมายว่า กระบวนการหาโอกาสเพื่อตัดสินใจ ผ่านทางเลือกต่างๆ ที่มี โดยอยู่บนความเป็นไปได้

Moody (1983) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นการกระทำที่มนุษย์ไม่เหลือเวลาในการหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป

Gibson & Ivancevich (2003) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการสำคัญที่ผู้รับบริการกระทำผ่านข้อมูลข่าวสารที่มี

บุษกร คำคง (2542) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ เป็นการใช้ข้อมูล ความรู้พื้นฐาน และหาข้อสรุปที่ตัวเองยอมรับได้ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ

วุฒิชัย จำนงค์ (2523) ให้ความหมายของการตัดสินใจ คือ กระบวนการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โดยมีการจัดการ มีวัตถุประสงค์ และมีเครื่องมือการตัดสินใจเข้ามาเกี่ยวข้องในการพิจารณาผ่านเหตุผลส่วนตัว รวมถึงความรักใคร่ ความต้องการ ความชอบพอ

จากนิยามการตัดสินใจจากนักวิชาการ กล่าวโดยสรุปได้ว่า การตัดสินใจ คือ การใช้หลักการและเหตุผลในกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมที่สุด เพื่อเป้าหมายที่ชัดเจน

2.5.2 ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ

ชนิดาภา วรณาภรณ์ (2555) อธิบายทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ ไว้ว่า ในการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ใช้ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ผู้รับบริการสามารถรับรู้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และข่าวสารของผลิตภัณฑ์ได้ผ่าน 2 วิธี ได้แก่

1) ประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้รับบริการได้สัมผัสบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆด้วยตนเอง และก่อให้เกิดการรับรู้ว่า จนพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆมากน้อยเพียงใด และผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ตรงกับความต้องการของตนหรือไม่

2) ประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือผ่านสื่อชนิดต่างๆ จนเกิดการรับรู้ว่า พอใจกับบริการหรือสินค้านั้นๆมากน้อยเพียงใด และตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ โดยสิ่งเร้าจะทำหน้าที่ด้วยข้อมูลข่าวสาร และเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่สามารถกระตุ้นให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบสินค้าและบริการนั้นๆ และเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับบริการนึกถึง หรือจำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆได้ อาจอยู่ในรูปต่างๆ อาทิ รูป รส กลิ่นเสียง ดีไซน์การออกแบบ และคุณภาพในการบริการ เป็นต้น

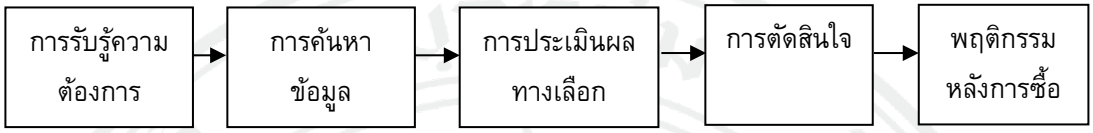
องค์ประกอบที่ 3 เจตคติ หรือท่าที หรือความรู้สึกของผู้รับบริการและสินค้าที่มีความรู้สึกทางบวกหรือลบต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ หากเกิดเจตคติในทางบวก ความรู้สึกต่อตัวสินค้าและบริการก็จะเป็นไปในทิศทางบวกเช่นเดียวกัน แต่หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เกิดเจตคติในทางลบ ก็ย่อมส่งผลให้ความรู้สึกที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นๆ เป็นไปในทิศทางลบเช่นเดียวกัน โดยเจตคตินี้มีอิทธิพลต่อเครื่องหมายการค้า ในด้านของความมุ่งมั่นในการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในการบริการหรือผลิตภัณฑ์ เป็นการประเมินและตัดสินใจว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่ ซึ่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อเครื่องหมายการค้า และเกิดอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในบริการหรือผลิตภัณฑ์ และก่อให้เกิดความมั่งมั่นในบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ คือ การตัดสินใจเพื่อวางแผนใช้บริการหรือเลือกผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น จะเลือกรุ่นใด สีไหน เมื่อไร และจะซื้อกับใคร เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนสุดท้าย กล่าวคือ ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นไปแล้ว ก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรมการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น จัดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยมักประกอบด้วย

การจูงใจ (Motivation) คือ แรงผลักดันของความต้องการของมนุษย์ สามารถกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งเร้าหรือความพยายามที่จะตอบสนองต่อความต้องการ เป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham Maslow ซึ่งมีการลำดับความต้องการจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด และเมื่อความต้องการในระดับแรกได้รับการตอบสนอง ก็จะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป โดยภาวะเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2.5 กระบวนการตัดสินใจ

แหล่งที่มา : (ชนิดาภา วรณาภรณ์. 2555)

จากภาพที่ 2.5 สามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจ ได้แก่

1) การรับรู้ความต้องการ หรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition/ Problem Recognition) คือ การที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ถึงความต้องการภายในตัวเอง ว่าด้วยความแตกต่างของสภาวะที่เป็นความจริง กับสภาวะที่บุคคลนั้นๆปรารถนา ความต้องการดังกล่าว อาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากการถูกกระตุ้นโดยสิ่งภายนอกและภายใน

2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) คือ การที่บุคคลทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ อาจเป็นการค้นหาด้วยตัวเอง การพูดคุย หรือได้รับการบอกต่อ เพื่อกระตุ้นความต้องการ โดยหากความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ ก็จะเกิดการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น แต่หากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองในทันท่วงที เพื่อมีการสะสมความต้องการเอาไว้ในปริมาณมากจะก่อให้เกิดความต้องการที่รอการตอบสนอง โดยบุคคลนั้นจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้ แต่หากแรงผลักดันในตัวบุคคลนั้นๆมีมากพอ การค้นหาข้อมูลอาจไม่มีความจำเป็นเลยก็ได้ อนึ่ง บุคคลสามารถแสวงหาข่าวสารได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

(1) แหล่งข่าวสารจากบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย

(2) แหล่งพาณิชย์ เช่น โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย หีบห่อของผลิตภัณฑ์ การจัดแสดง

(3) แหล่งสาธารณะ เช่น สื่อมวลชน หรือองค์กรเพื่อผู้บริโภค

(4) แหล่งที่เกิดจากความชำนาญ ได้แก่ การจับ ทดลอง สัมผัส และประสบการณ์

3) การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) คือ เมื่อผู้บริโภคค้นหาข้อมูลและได้ข้อมูลที่ต้องการแล้ว ก็จะมีความเข้าใจและสามารถทำการประเมินทางเลือกต่างๆด้วยตัวเองได้ ผ่านช่องทางข่าวสารจากแหล่งต่างๆจากแหล่งเดียวกันที่ใช้ในการค้นหาข้อมูล และทำการประเมินค่าทางเลือก เพื่อที่จะเอาไว้ใช้พิจารณา รวมถึงตัดสินใจซื้อในขั้นต่อไป

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะทำการจัดลำดับทางเลือกต่างๆที่มีในใจ และทำการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่มีอยู่ภายในตัวเอง และเลือกสิ่งที่ตนเองชอบมากที่สุด โดยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การทอดลองซื้อ กับการซื้อเพื่อนำมาใช้ซ้ำ สะท้อนให้เห็นว่าหากเป็นการทดลองซื้อ การซื้อนั้นอาจไม่เกิดขึ้นซ้ำอีก และปริมาณในการซื้อเพื่อทดลองก็มักมีปริมาณที่น้อย ในขณะที่หากเป็นการซื้อเพื่อนำมาใช้ซ้ำแล้ว จะสามารถบ่งบอกได้ถึงความภักดีและพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้นๆของผู้บริโภค

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์จากการได้ลองผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ หลังได้ทำการตัดสินใจซื้อ และหากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผู้บริโภคคาดหวัง ก็จำจดจำและไม่ทำการบริโภคซ้ำ แต่หากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆมีคุณสมบัติที่สูงกว่าความคาดหวังที่ผู้บริโภคตั้งเอาไว้ จะเกิดการบริโภคซ้ำได้ โดยแสดงออกมาผ่านการประเมินหลังการซื้อ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

(1) สินค้าและบริการนั้นๆ ตรงกับความคาดหวัง

(2) สินค้าและบริการนั้นๆ ดีเกินความคาดหมาย ให้ความรู้สึกที่เป็นแง่บวก

(3) สินค้าและบริการนั้นๆ แย่กว่าความคาดหมาย ให้ความรู้สึกที่เป็นแง่ลบ

2.5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 5 ปัจจัยสำคัญ (ชนิดาภา วรณาภรณ์, 2555) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางการตลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.5.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นสิ่งที่ทำให้การตัดสินใจซื้อของบุคคลออกมาแตกต่างกัน ดังนี้

1) อายุ วัยของบุคคลมีผลต่อความต้องการสินค้านั้นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์นมที่เหมาะสมกับดื่มสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ในแต่ละช่วงวัย แสดงให้เห็นว่า สินค้าและบริการแบบหนึ่ง มีความเหมาะสมกับกลุ่มของบริโภคกลุ่มหนึ่ง ไม่ใช่ทั้งหมด

2) วัฏจักรของผู้บริโภค กล่าวคือ จังหวะชีวิตของมนุษย์เป็นตัวกำหนดความต้องการที่

แตกต่างกัน ตามอายุ บทบาท และสถานภาพ เช่น ช่วงเป็นเด็ก ช่วงวัยศึกษาเล่าเรียน ช่วงวัยทำงาน ช่วงวัยเกษียณอายุ เป็นต้น

3) อาชีพ เป็นตัวกำหนดความจำเป็นของผู้บริโภค กล่าวคือ ยิ่งอาชีพมีหน้ามีตาทางสังคมมากขึ้นเท่าไหร่ ความจำเป็นก็ย่อมมากกว่าความต้องการเพียงแค่ปัจจัย 4 มากขึ้นไปเท่านั้น เพื่อให้สมสถานภาพ ซึ่งเป็นตัวบ่งบอกสัญลักษณ์ของความสำเร็จในชีวิตของบุคคลนั้น

4) สภาวะการเงิน ได้แก่ เงินเดือนและรายได้จากทุกทางที่บุคคลมี เพราะคนที่มีสถานะทางการเงินที่มั่นคง ย่อมมีโอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการได้มากกว่าคนที่มีสถานะทางการเงินที่ไม่มั่นคง

5) รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่งผลต่อความต้องการสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน เช่น ความแตกต่างด้านความต้องการซื้อสินค้าและบริการของสตรีโสด กับสตรีที่มีครอบครัวและลูกแล้ว รูปแบบการดำเนินชีวิต สามารถสะท้อนถึงแง่มุมของผู้บริโภครายนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นชนชั้นทางสังคม บุคลิกภาพ ความรู้สึก กิจกรรมยามว่าง ซึ่งทำให้ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการสามารถทำงานได้อย่างมีทิศทางมากยิ่งขึ้น

6) บุคลิกภาพ หมายถึง ด้านของอุปนิสัยของบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ความมั่นใจในตนเอง ความยึดมั่นถือมั่น ความโอนอ่อนรับฟังความคิดเห็น เป็นต้น

2.5.3.2 ปัจจัยทางจิตวิยา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนี้

1) แรงกระตุ้น ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของ อับราฮัม มาสโลว์ เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความต้องการที่ส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ชัดเจนที่สุด โดยประกอบไปด้วย ความต้องการทางกายซึ่งก็คือปัจจัย 4 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการการยอมรับนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิต ตามลำดับ

2) การรับรู้และเรียนรู้ คือการที่บุคคลรู้จักและเข้าใจในผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

3) ความเชื่อที่ยึดมั่น อาจเป็นทั้งที่มีเหตุผลสนับสนุนหรือไร้ซึ่งเหตุผล เช่น มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆแบบปราศจากความเคลือบแคลงสงสัยใดๆ หรือความเชื่อโบราณต่างๆในแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งยากจะเปลี่ยนแปลงได้

2.5.3.3 ปัจจัยทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่

1) วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดพฤติกรรมและความต้องการของบุคคล สำหรับยุคสมัยปัจจุบัน วัฒนธรรมเปรียบเสมือนกรอบที่คอยควบคุมพฤติกรรมไม่ให้การดำเนินชีวิตของบุคคลหลุดออกนอกจารีต ประเพณี

2) วัฒนธรรมย่อย เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

3) ชนชั้นทางสังคม นับเป็นอีกวัฒนธรรมหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในสังคมปัจจุบัน เช่น ชาติตระกูล การศึกษา อาชีพ รายได้ ความมั่งคั่ง โดยชนชั้นทางสังคมแบ่งออกได้ 3 ระดับใหญ่ๆ ได้แก่ ชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่าง

2.5.3.4 ปัจจัยทางสังคม ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1) ครอบครัว เป็นหน่วยทางสังคมที่เล็กที่สุด แต่ทว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของบุคคลมากที่สุด เพราะพฤติกรรมเลียนแบบที่แรกที่เกิดขึ้น เกิดขึ้นที่ครอบครัว

2) กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ มี 4 ระดับด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงอย่างไม่เป็นทางการ กลุ่มอ้างอิงอย่างเป็นทางการ กลุ่มอ้างอิงที่ฝาฝันถึง และกลุ่มผู้นำทางความคิด

3) บทบาทสถานภาพ ตัวอย่างของบทบาท ได้แก่ วัยทำงาน มีบทบาทเป็นลูกน้องหรือเจ้านาย ส่วนสถานภาพ ได้แก่ ตำแหน่งหน้าที่ในการงานอาชีพของบุคคล

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค ทำให้สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันกับการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นขั้นตอน กล่าวคือ บุคคลเริ่มมีความต้องการ อาจเกิดจากอิทธิพลภายนอก เช่น ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล กับอิทธิพลภายใน เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทำการค้นหาข้อมูลให้กับตนเองเพื่อประกอบการพิจารณา จากนั้นจึงมีการกำหนดแนวทางและทำการประเมินทางเลือกว่าตนเองจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่ โดยพฤติกรรมภายหลังการซื้อนั้นจัดว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคคลนั้นๆมากที่สุดในทุกขั้นตอน แต่ทว่า หากบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคไม่พึงพอใจ ก็จะต้องทำการแก้ไข โดยทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหมายของผู้บริโภค กับฝั่งผู้ให้บริการ หรือผู้ผลิตสินค้า ตรงกันให้ได้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 (Adarsh Batra & Pramila Shrestha, 2014) ศึกษาถึงการเลือกใช้บริการและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประยุกต์การจัดการของโรงแรมสีเขียว 2 แห่งในกรุงเทพมหานคร ของประเทศไทย รวมถึงการรับรู้ที่ตรงกันจากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวกับมุมมองของผู้ประกอบการโรงแรม นอกจากนี้ ผลของงานวิจัยยังพบว่า ความเต็มใจของนักท่องเที่ยวที่จะใช้จ่ายเพื่อเข้าพักในโรงแรม การมีส่วนร่วมในการใส่ใจและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงแรมที่

เหมือนกันกับของนักท่องเที่ยว ระบบให้เงินสนับสนุนโครงการในการดำเนินงานต่างๆของโรงแรมเพื่อประชาสัมพันธ์
และเข้าร่วม รวมถึงให้การสนับสนุนโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายใต้การดำเนินงานตามรูปแบบโรงแรมสีเขียวร่วมกันกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และเทคนิคในการสังเกตการณ์

ผลของการวิจัยชี้ให้เห็นว่า บรรยากาศที่ร่มรื่นและสะอาด นโยบายของโรงแรมสีเขียว และการบอกเล่าแบบปากต่อปาก และประสบการณ์ที่เคยเข้าพักของนักท่องเที่ยวนั้น เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักในโรงแรมสีเขียว และเต็มใจจะใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นระหว่างการเข้าพัก ผลจากงานวิจัยยังแสดงให้เห็นอีกว่า การแสดงออกในการมีส่วนร่วม และการเอาใจใส่ของพนักงานนั้นแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานที่ชัดเจนของโรงแรมสีเขียวได้ดี เช่นเดียวกับการเรียนรู้สิ่งต่างๆผ่านชุมชนเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบและอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน มูลนิธิใบไม้เขียว ซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถช่วยประเมินมาตรฐานของโรงแรมสีเขียวได้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเอง ก็สามารถช่วยประชาสัมพันธ์และให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่อยู่ภายใต้รูปแบบการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีและชัดเจนขึ้นได้เช่นเดียวกัน

2.6.2 (Ratni Prima Lita, etc., 2014) ศึกษาถึงการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวท้องถิ่นที่มีต่อโรงแรมและร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในแถบตะวันตกของเกาะสุมาตรา ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ภาพลักษณ์ ความตั้งใจ และความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อใช้บริการโรงแรมและร้านอาหารที่ให้บริการแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนักท่องเที่ยวท้องถิ่นในแถบตะวันตกของเกาะสุมาตรา ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งวัตถุประสงค์ในการวิจัยก็เพื่อยืนยันถึง ผลการวิจัยที่ผ่านมาซึ่งเกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรมในมุมมองของการตลาดการบริการ สามารถอธิบายได้ว่า จากการสำรวจข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวท้องถิ่นจำนวน 200 คน โดยสกัดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตอนตะวันตกของเกาะสุมาตรา และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมแง่บวกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวม (0.446) อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.08 ด้วยสถิติการทดสอบที 4.804 ในภาพรวมของการบอกต่อแบบปากต่อปากนั้นมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (0.497) อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติระดับ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบที 4.569 ในขณะที่

ภาพรวมของผลกระทบเชิงบวกในการเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว (0.523) อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยสถิติการทดสอบที 5.683 ผลจากการวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อภาพรวมของโรงแรมและธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการมีอิทธิพลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อประสบการณ์ในเชิงบวก รวมถึงความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อใช้บริการโรงแรมและร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการจัดการของโรงแรมและร้านอาหารนั้นอาจจะต้องมีการพิจารณาเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการโดยปรับประยุกต์การจัดการให้มีความให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

2.6.3 (HyeRyeon, Catherine and Xu Li, 2016) ศึกษาถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานและการจัดการและการรับมือของโรงแรมสีเขียวบนแอพพลิเคชั่นทริปแอดไวเซอร์ (TripAdvisor) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อจำแนกว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการดำเนินงานของโรงแรมสีเขียวที่ให้บริการในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร และเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบว่าโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้น มีวิธีการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมอย่างแอพพลิเคชั่นทริปแอดไวเซอร์ (TripAdvisor) อย่างไรที่จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ถึงการบริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษานี้ใช้วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการวิจัยด้วยการรวบรวมจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและการจัดการโรงแรมสีเขียวผ่านแอพพลิเคชั่นทริปแอดไวเซอร์ (TripAdvisor) และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสกัดข้อมูล ซึ่งผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและการรับรู้ในแง่บวกต่อการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว และสามารถจดจำได้ถึงช่วงเวลาที่เคยได้มีโอกาสใช้บริการโรงแรมเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการจัดการและการดำเนินงานด้านการจัดการขยะ การลดการใช้พลังงาน การประหยัดพลังงานน้ำ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในส่วนที่นักท่องเที่ยวยังคงรู้สึกว่าโรงแรมสีเขียวที่ให้บริการในรูปแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังบกพร่องและเป็นจุดที่ควรตระหนัก และควรได้รับการแก้ไข ได้แก่ ความรู้สึกไม่ค่อยสะดวกสบายในตลาดช่วงระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้าพัก ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาในเรื่องดังกล่าวยังพบว่า มีเพียงไม่กี่โรงแรมเท่านั้นที่มีการสำรวจความคิดเห็น และมีเพียงบางแห่งที่เปิดรับความคิดเห็นในแง่ลบของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแขกผู้เข้าพักในโรงแรม ซึ่งวิจารณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานและการจัดการของโรงแรมผ่านแอพพลิเคชั่นทริปแอดไวเซอร์ (TripAdvisor) อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาของผู้วิจัยนั้น เป็นการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในอเมริกาซึ่งอยู่ในอันดับต้นๆของแอพพลิเคชั่นทริปแอดไวเซอร์จำนวน 10 แห่งด้วยกัน ซึ่งทางคณะผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นว่า ควรจะมีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจาก

นักท่องเที่ยวผ่านทางช่องทางอื่น และจากโรงแรมที่ให้บริการในระดับอื่นๆด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งสุดท้ายแล้ว ผลของการศึกษาในครั้งนี้ก็ถือเป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกตุการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมผ่านการแสดงความคิดเห็นในโซเชียลมีเดียด้วยสังเกตุเชิงประจักษ์ นอกเหนือจากนี้ ในด้านของการจัดการ ควรมีการเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น และใช้สื่อการเรียนการสอนหรือช่องทางออนไลน์อย่างโซเชียลมีเดียในการโฆษณารูปแบบการให้บริการของโรงแรมสีเขียวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะช่วยลดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นแง่ลบลงได้

2.6.4 (Nontipak Plianroj, 2012) ศึกษาถึงการรับรู้ด้านความภักดีของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาผ่านกลุ่มประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ ในพื้นที่ทางภาคใต้ของประเทศไทย โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษานั้นเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการไม่ว่าจะเป็นทัศนคติด้านความภักดีและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความภักดี โดยตัวแปรกลางคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตภาคใต้ของประเทศไทย ผลของการศึกษาแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์และมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีอิทธิพลต่อทั้งทัศนคติด้านความภักดี และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ของประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้น ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์และมีนัยสำคัญต่อทั้งทัศนคติด้านความภักดีและพฤติกรรมด้านความภักดีต่อโรงแรมสีเขียวซึ่งให้บริการในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์และมีนัยสำคัญต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และต่อแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ของประเทศไทย

2.6.5 (Abhishek Rao KP & Naresh Nayak P, 2014) ศึกษาถึงความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการริเริ่มดำเนินงานของโรงแรมเพื่อการอนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศอินเดีย เนื่องจากประเทศอินเดียเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ซึ่งอุดมด้วยมรดกวัฒนธรรมอันเก่าแก่และยาวนาน รวมถึงทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งผลให้ประเทศอินเดียกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกหนึ่งแห่งที่มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกหลั่งไหลเข้าไปเยี่ยมเยือนอย่างมากมาย อย่างไรก็ตาม การริเริ่มและพัฒนาอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีการขยายตัวมากขึ้นนั้นนับว่าค่อนข้างขัดแย้งกันกับการปกป้องและอนุรักษ์ดูแลสิ่งแวดล้อมจนนำมาซึ่งปัญหาทางทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในหลายประเทศ ซึ่งการจัดการโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถลดปัญหาดังกล่าวลงได้ แต่ทว่า ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นยังมีอยู่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนต่อลักษณะของโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังมีนักท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่มีการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป ในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้นมีความหวังว่าจะช่วยฟื้นฟูและพัฒนาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการเป็นเสมือนผู้อุปโภคบริโภคที่สามารถช่วยอนุรักษ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ในขณะที่ทางส่วนของโรงแรมนั้นมีความหวังว่าจะสามารถเสริมสร้างและช่วยจัดการ รวมถึงสามารถขายรูปแบบการบริการของโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้มีการวิเคราะห์ถึงความตระหนักของนักท่องเที่ยวต่อระดับและรูปแบบของการพัฒนาและดำเนินงานของโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

2.6.6 (James B.Aday & Kelly V.Phelan, 2011) ศึกษาถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากอิทธิพลของเศรษฐกิจ และการเติบโตของการดำเนินธุรกิจโดยประยุกต์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของสมาคมต่างๆเพื่อความยั่งยืน จึงส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติเติบโตขึ้นในปัจจุบัน งานวิจัยหลายฉบับจึงได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเสาะแสวงหาธุรกิจที่มีการดำเนินงานแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อทดสอบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจของพวกเขาหรือไม่ และผลของการวิจัยในครั้งนี้สามารถช่วยลดช่องว่างระหว่างความย้อนแย้งในการวิจัยที่ศึกษาถึงความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว กับการวิจัยที่ศึกษาถึงความอ่อนไหวต่อราคาที่สัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ตัวนักท่องเที่ยวเองนั้นแสดงให้เห็นถึงการรับรู้และมีความตั้งใจที่จะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งในการวิจัยนี้ การวิเคราะห์ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในระหว่างที่นักท่องเที่ยวกำลังท่องเที่ยวอยู่นั้น สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประยุกต์กับการดำเนินงานของธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างเกิดประโยชน์โดยแท้จริง นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ยังสามารถช่วยให้ให้การเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมหรือร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งหลักๆแล้วก็คือความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยวหรือใช้บริการโรงแรมหรือร้านอาหารที่ดำเนินงานโดยรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

2.6.7 (Ali Selcuk, C., Nuray, T., Sevgi, O., & Faruk Alaeddinoglu, 2014) ศึกษาถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินงานของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้กรณีศึกษาของเมืองอันตาเลีย (Antalya) ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศตุรกี ซึ่งในการศึกษานั้นมีจุดประสงค์เพื่อค้นหาว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นอย่างไร โดยในการวิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากกลุ่มประชากร ซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมสีเขียวซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศตุรกี โดยแบบสอบถามหนึ่งหน้ากระดาษถูกนำไปใช้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน-ธันวาคม ในปี ค.ศ. 2012 นอกจากนี้ยังมีการสอบถามถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์จาก

นักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูล รวมถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินงานของโรงแรมสีเขียวที่ได้รับการรับรองว่าดำเนินงานแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศตุรกี ผลจากการศึกษา พบว่า มีปัจจัย 3 ประการ ที่เป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ การออกแบบตัวโรงแรมที่มีความสวยงามน่าเข้าพัก การวางแผนทางสถาปัตยกรรมเพื่อออกแบบตัวอาคารโรงแรมให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบระบบจัดการการใช้พลังงาน และการตกแต่ง รวมถึงโปรแกรมการประหยัดพลังงานของห้องพักและบริการด้านอื่นๆที่โรงแรมมีเพื่อใช้อำนวยความสะดวกต่อแขกผู้เข้าพัก เป็นต้น ปัจจัย 3 ประการนี้มีส่วนช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแขกผู้เข้าพักรับรู้ได้ถึงความเป็นโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการรถรับ-ส่งสาธารณะ การอุปโภคบริโภคสินค้าสิ่งอำนวยความสะดวกแบบปราศจากหีบห่อที่ใช้พลาสติกหรือวัสดุอื่นๆที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแจ้งนักท่องเที่ยวถึงความหลากหลายทางชีวภาพที่มีอยู่ใกล้ๆกับบริเวณโรงแรม เป็น 3 ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้น้อยที่สุดจากการเข้าพักในโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม อีก 3 ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ในระดับปานกลางจากการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การระบุข้อมูลที่เกี่ยวกับตัวชี้วัดในการประหยัดน้ำและพลังงาน การดำเนินงานด้านการจัดการทัศนียภาพและสิ่งแวดล้อมภายนอกโดยรอบของโรงแรม และการรณรงค์รวมถึงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแขกผู้เข้าพัก ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆซ้ำเป็นครั้งที่ 2 หากเป็นไปได้

2.6.8 (บุญส่ง นับทอง, 2553) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พักในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยที่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เข้าใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ในช่วงเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในอำเภอเกาะลันตา จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาในทวีปยุโรป ส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 4,000 ดอลลาร์สหรัฐ เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว โดยเดินทางมากับคนรัก ระยะเวลาในการเข้าพัก 3 - 7 วัน ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาพักครั้งแรก เลือกเข้าพักประเภทห้องพักเตียงคู่ ราคาไม่เกิน 1,000 บาท มีการจองที่พักล่วงหน้า โดยได้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกที่พักเอง โดยเลือกทำเลที่ตั้งของที่พัก อยู่ติด

ทะเล/ชายหาด เลือกที่พักประเภทบังกะโล นักท่องเที่ยวคาดการณ์ว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยว ที่เกาะลันตาอีกอาจจะเลือกที่พักเดิม ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือบริเวณที่พักทำให้มีปัญหาสุขภาพ จากขยะและกลิ่น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเกาะลันตา โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดและผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ ภูมิลำเนา และอาชีพแตกต่างกัน ทำให้ปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปร อื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัญหาในการใช้บริการที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักในอำเภอ เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบปัญหาการใช้บริการที่พักมากที่สุดคือ บริเวณที่พักทำให้มีปัญหาสุขภาพจากขยะและกลิ่น รองลงมาคือ ความไม่เข้าใจในการสื่อสารของพนักงาน และคุณภาพ การให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ

2.6.9 (ประภาพร ยศไกร และ ผศ.ดร. สุชนนี เมธิโยธิน, 2559) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยประเภทของการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างหรือ sample size คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นลูกทัวร์ของบริษัททัวร์ที่นำนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวที่ตลาดน้ำ 4 ภาค แหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน และมีการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 7 คน ด้วยการใช้เครื่องมือการวิจัยแบบสอบถามประเภทเลือกตอบ (Check List) และแบบประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งผ่านการวัดความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) อีกทั้งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบความแตกต่างของตัวแปรด้วย (One-way ANOVA F-Test) และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร (Multiple Linear Regression) ในส่วนของการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมที่มีการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 7 คน ผลของการวิจัยพบว่า เพศ สภาพ ระดับการศึกษา ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่งผลให้การเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน และด้านของรายได้ อาชีพ รวมถึงภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัด

ชลบุรี แตกต่างกัน และการเคย หรือไม่เคยมาเที่ยวเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาใช้บริการจากรูปแบบอาคาร โรงแรม และความชอบในลักษณะของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในห้องพัก ที่ต้องการแหล่งข้อมูลที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน อีกทั้ง ช่วงเวลาที่เข้าพัก ฤดูกาลที่เดินทางมาท่องเที่ยว พื้นที่ของที่พัก ระยะเวลาเข้าพัก จำนวนผู้เข้าพักต่อห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำ ซึ่งเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านกายภาพ มีผลกับการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และในเชิงคุณภาพ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านกายภาพ

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยวิธีการวิจัยประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการในโรงแรมสีเขียว โดยอ้างอิงจากสถิติจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2559 ที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 19,586,811 คน ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมบริเวณกรุงเทพมหานครมีจำนวนสูงถึง 19,079,586 คน แต่ไม่สามารถระบุได้ว่านักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวมีจำนวนเท่าใด ดังนั้น ประชากรที่ใช้ในการทำการศึกษาในครั้งนี้จึงอนุมานตัวเลขดังกล่าวมาใช้เป็นจำนวนประชากร

ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamanae (สุวรีย์ ศิริโภคาภิรมย์, 2546) จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 19,079,586 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามความคาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05

ขนาดประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติจึงไม่สามารถใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ภาพที่ 3.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่

แหล่งที่มา : Taro Yamane (1973, อ้างถึงใน สุวรีย์ ศิริโภคาภิรมย์, 2546)

ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและใช้บริการโรงแรมสีเขียว จำนวน 400 คน

3.1.2 การคัดเลือกประชากร

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนั้น ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงประกอบไปด้วย

3.1.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้เขียนได้ศึกษาด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างหลายขั้น (Multiple Stage Sampling) ซึ่งเหมาะกับใช้คัดเลือกประชากรที่มีจำนวนมาก และผู้วิจัยไม่ทราบขอบข่ายที่แน่นอนของประชากร เช่น ประชากรทั่วประเทศ ประชากรในแต่ละภาค เป็นต้น ซึ่งการสุ่มตัวอย่างทำได้โดยแบ่งประชากรเป็นกลุ่มใหญ่ และกำหนดกลุ่มย่อยลงไปเรื่อยๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคัดเลือกประชากรแบบเจาะจง โดยเลือกเก็บเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จนครบ 400 ชุด โดยไม่มีการกำหนดสัญชาติเพราะยังไม่มีข้อมูลเชิงตัวเลขที่แน่ชัดเกี่ยวกับจำนวนของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างถูกต้อง ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างเจาะจงเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงอีกครั้ง โดยกำหนดผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร 53 โรง (,มูลนิธิใบไม้เขียว, 2551) ซึ่งเป็นพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่

1) โรงแรม พูลแมน กรุงเทพ จี เขตบางรัก
2) โรงแรม พันธุ์ทิพย์ สวีท สาทร เขตสาทร
3) โรงแรม โนโวเทล กรุงเทพ สยามสแควร์ เขตปทุมวัน
4) โรงแรม เอ็มโพเรียม สวีท เขตคลองเตย
5) โรงแรม สกาย เขตวัฒนา
6) โรงแรม ชาเทรียม ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ เขตบางคอแหลม
7) โรงแรม อนันตรากรุงเทพ ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา เขตธนบุรี
8) โรงแรม อมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ เขตดอนเมือง
9) โรงแรม อมารี บูเลอวาร์ด เขตวัฒนา
10) โรงแรม ออลซีซันส์ กรุงเทพฯ สยาม เขตราชเทวี
11) โรงแรม อมารี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพฯ เขตห้วยขวาง
12) โรงแรม ชาเทรียม เรสซิเด้นท์ กรุงเทพ สาทร เขตยานนาวา
13) โรงแรม ศิวาเทล กรุงเทพฯ เขตปทุมวัน

14) โรงแรม โกลเด้น ทิวลิป ซอฟเฟอริน เขตห้วยขวาง

15) โรงแรม สวิสโซเทล เลอ คองคอร์ด กรุงเทพฯ เขตห้วยขวาง

16) โรงแรม รามา การ์เด้นส์ เขตหลักสี่

17) โรงแรม แกรนด์ เดอ วิลล์ เขตพระนคร

18) โรงแรม แกรนด์ ไฮเอท เอราวัณ กรุงเทพฯ เขตปทุมวัน

19) โรงแรม บางกอก ชฎา เขตห้วยขวาง

20) โรงแรม มิลเลนเนียม ฮิลตัน กรุงเทพฯ เขตคลองสาน

21) โรงแรม พลาซ่า แอทธินี รอยัล เมอริเดียน เขตปทุมวัน

22) โรงแรม เอสดี อเวนิว เขตบางพลัด

23) โรงแรม วี โฮเทล บางกอก เขตราชเทวี

24) โรงแรม วินเซอร์ สวีทส์ เขตคลองเตย

25) โรงแรม เวียงใต้ เขตพระนคร

26) โรงแรม สวิสโฮเต็ล ปาร์คนายเลิศ เขตปทุมวัน

27) โรงแรม โซฟิเทล เซ็นทารา แกรนด์ กรุงเทพฯ เขตจตุจักร

28) โรงแรม โซฟิเทล กรุงเทพ สีลม เขตบางรัก

29) โรงแรม เดอะ สุโกศล เขตราชเทวี

30) โรงแรม เอสซี ปาร์ค เขตวังทองหลาง

31) โรงแรม รอยัล ออคิด เชอราตัน เขตบางรัก

32) โรงแรม รามาดา แม่น้ำ ริเวอร์ไซด์ เขตบางคอแหลม

33) โรงแรม ปทุมวัน ปริ๊นเซส เขตปทุมวัน

34) โรงแรม โนโวเทล โลตัส กรุงเทพ เขตวัฒนา

35) โรงแรม นารายณ์ เขตบางรัก

36) โรงแรม มาเลเซีย เขตคลองเตย

37) โรงแรม อินทรา รีเจ้นท์ เขตพระนคร

38) โรงแรม ดิ อิมพีเรียล ควีนส์ ปาร์ค เขตคลองเตย

39) โรงแรม แกรนด์ เมอเคียว ฟอร์จูน กรุงเทพ เขตดินแดง

40) โรงแรม แกรนด์ ไชน่า ปริ๊นเซส เขตสัมพันธวงศ์

41) โรงแรม ดุสิต ธานี กรุงเทพ เขตบางรัก

42) โรงแรม เจ้าพระยา ปาร์ค เขตดินแดง

43) โรงแรม เซ็นจูรี่ พาร์ค เขตราชเทวี

44) โรงแรม เซ็นทาร่า แกรนด์ บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิร์ลด์ เขตปทุมวัน

45) โรงแรม บันยันทรี กรุงเทพฯ เขตสาธร

46) โรงแรม บางกอก พาเลซ เขตราชเทวี

47) โรงแรม แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา กรุงเทพฯ เขตธนบุรี

48) โรงแรม เอเชีย กรุงเทพฯ เขตราชเทวี

49) โรงแรม เอ-วัน กรุงเทพฯ เขตบางกะปิ

50) โรงแรม อมารี วอเตอร์เกท เขตราชเทวี

51) โรงแรม อมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต เขตดอนเมือง

52) โรงแรม อวานี เอเทรียม กรุงเทพฯ เขตห้วยขวาง

53) โรงแรม ดิ เอทัส บางกอก เขตปทุมวัน

ทั้งนี้ พื้นที่ที่มีโรงแรมสีเขียวหนาแน่นที่สุดในกรุงเทพมหานครมีอยู่ด้วยกัน 4 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน 8 แห่ง เขตราชเทวี 7 แห่ง เขตบางรัก 5 แห่ง และเขตห้วยขวาง 5 แห่ง ซึ่งทั้ง 4 เขตนี้เป็นแหล่งศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยวและการบริการในระดับภูมิภาค รวมถึงที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2557) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้โรงแรมสีเขียวรวมทั้งสิ้น 25 แห่ง จาก 4 เขตนี้เป็นตัวแทนประชากรในการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมสีเขียวเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครที่ยินดีให้ข้อมูลและให้ความอนุเคราะห์จากโรงแรม 5 แห่งที่อยู่ใน 4 เขตที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและได้รับการประเมินผ่านมาตรฐานโรงแรมใบไม้เขียว (The Green Leaf Certificate) ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมายเป็นหลัก (Purposeful Selection) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติภายใต้กรอบของการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์มาก (Intensity) เกี่ยวกับการดำเนินการธุรกิจโรงแรมภายใต้รูปแบบโรงแรมสีเขียว เข้าใจถึงนโยบายทางการตลาด และการวางแผน การนำนโยบายโรงแรมสีเขียวไปใช้ในโรงแรมแต่ละรูปแบบ รวมถึงทราบถึงปัจจัยที่สำคัญซึ่งส่งผลต่อการให้บริการของโรงแรมสีเขียวในมุมมองของผู้ให้บริการ โดยขนาดห้องและรูปแบบการบริหารงานของโรงแรมที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูลวิจัย สามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงขนาดห้องและรูปแบบการบริหารงานของโรงแรมที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูลวิจัย

ลำดับ	โรงแรม	ขนาดโรงแรม	รูปแบบการบริหาร
1	โรงแรมเซนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์	380 ห้อง	แบบอิสระ
2	โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9	400 ห้อง	แบบเครือข่าย
3	โรงแรมสวิส โฮเต็ล เลอ คองคอร์ด รัชดาฯ	407 ห้อง	แบบเครือข่าย
4	โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค รัชดาฯ	402 ห้อง	แบบอิสระ
5	โรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี	677 ห้อง	แบบอิสระ

ทั้งนี้ ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครที่ยินดีให้ข้อมูลและให้ความอนุเคราะห์จำนวน 5 ท่านจากตารางที่ 3.1 มีรายนาม ระดับการศึกษา และประสบการณ์การบริหารงานกับโรงแรมในปัจจุบัน ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	อายุ	ระดับการศึกษา	ประสบการณ์บริหารงาน
1	คุณณรงค์ อยู่เย็น	37 ปี	ปริญญาตรี	6 ปี
2	คุณทัดชัย ตัลยารากษ์	42 ปี	ปริญญาตรี	15 ปี
3	คุณวิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์	43 ปี	ปริญญาโท	19 ปี
4	คุณชัยพร สายสีดา	52 ปี	ปริญญาตรี	13 ปี
5	คุณสุเนตร ทิพย์ธนสาร	60 ปี	ปริญญาตรี	14 ปี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนั้น รายละเอียดของเครื่องมือทั้งสองประเภท จึงเป็นดังต่อไปนี้

3.2.1 แบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

ลักษณะเครื่องมือและขั้นตอนที่ใช้สำหรับศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวนี้ ซึ่งสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งได้เป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าพักโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครฯ ลักษณะคำถามเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นคำถามแบบปลายปิดชนิดเลือกตอบ ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

1) สิ่งที่ต้องการ

2) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

3) ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ

4) ระยะเวลาที่ใช้พำนัก

5) ช่องทางที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งที่พัก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว 6 ด้านที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านการจัดการของเสีย ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยมีความสำคัญ 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมาก	ให้	5	คะแนน
ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการปานกลาง	ให้	5	คะแนน
ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการน้อย	ให้	5	คะแนน
ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด	ให้	5	คะแนน

โดยแปลผล ดังนี้ (ประสบชัย พสุนนท์, 2553)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า ส่งผลระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า ส่งผลระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า ส่งผลระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า ส่งผลระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า ส่งผลระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) เช่นเดียวกับส่วนที่ 3

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question)

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Protocal) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไข รวมถึงความคิดเห็นของฝั่งผู้ให้บริการโรงแรมสีเขียว ถึงปัจจัยต่างๆที่ทางฝั่งผู้ให้บริการคิดว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป โดยถามในประเด็นดังต่อไปนี้

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบัน ระดับการศึกษา อายุ และขนาดของโรงแรม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการแก้ไข รวมถึงความคิดเห็นของฝั่งผู้ให้บริการโรงแรมสีเขียว ถึงปัจจัยต่างๆที่ทางฝั่งผู้ให้บริการคิดว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโดยใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว เป็นแกนคำถามหลัก และสอบถามด้วยคำถามปลายเปิด ถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวเพื่อรองรับและกระตุ้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3.2.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

3.2.3.1 เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1) ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

หลักเกณฑ์ที่ใช้แบ่งมาตรฐานของโรงแรมสีเขียว และการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ชี้แนะเพิ่มเติม

3) นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์โดยใช้สถิติ IOC ซึ่งได้แก่ การวัดความเที่ยงตรงของเนื้อหา ตามวิธีการของ Rovinelli and Hambleton (1978 อ้างถึงใน ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, 2546) โดยกำหนดคะแนนไว้ดังนี้

+1 เมื่อเห็นว่าตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามที่ระบุไว้

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามที่ระบุไว้

-1 เมื่อแน่ใจว่าไม่ตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามที่ระบุไว้

จากนั้นจึงนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนขึ้นก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน

4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ หรือหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้น เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.988

5) นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ทุกฉบับ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ขอความคิดเห็นเพื่อรับฟังความเห็นชอบแล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.2.3.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Protocal) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ทางฝั่งผู้ให้บริการคิดว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ด้วยการสอบถามโดยใช้ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว เป็นคำถามหลัก และสอบถามด้วยคำถามปลายเปิด ถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวเพื่อรองรับและกระตุ้นการตัดสินใจเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์

2) กำหนดขอบข่ายของข้อมูลที่ต้องการให้ครอบคลุมกรอบการศึกษาค้นคว้า

3) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4) นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน พิจารณาประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงความถูกต้องเหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขทางด้านภาษาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จึงมีการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ดังนี้

3.3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

3.3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นมา ซึ่งจะนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติและสรุปผลต่อไป

3.3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหนังสือทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย การใช้สถิติ และใช้เพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลการวิจัย

ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะทำการขอหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัย และขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยจากภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ถึง ผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมสีเขียวทั้ง 53 โรงในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย และลงพื้นที่แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะทำการขอหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัย และขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยจากภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พร้อมแนบแบบสัมภาษณ์ถึง ผู้บริหารโรงแรมสีเขียว เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย โดยให้ทางผู้ให้ข้อมูลช่วยระบุถึงวันที่สะดวกให้สัมภาษณ์ และทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 5-10 ท่าน ด้วยตัวเอง โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณท่านละ 1 ชั่วโมง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จึงมีการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ดังนี้

3.4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ผ่านสถิติ 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นวิธีการทางสถิติที่สามารถช่วยให้ทราบได้ถึงคุณลักษณะของตัวแปรต่างๆผ่านการแสดงค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

1) การหาค่าเฉลี่ยสถิติร้อยละ (Percentage)

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ p แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

f แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อแปลความหมายข้อมูลด้านต่างๆโดยใช้สูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=0}^{n} x_i}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

x_i แทน คะแนนของผู้ประเมินคนที่ i

n แทน จำนวนผู้ประเมิน

3) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D) โดยใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}{N(N-1)}}$$

S.D. = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง

X_i = คะแนนรายข้อ

n = จำนวนตัวอย่าง

โดยในงานวิจัยฉบับนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว ตอนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว และตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการและการกลับมาซ้ำของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลในข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว และการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดย

วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-test) และวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ซึ่งถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) และวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานหาปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ในการทดสอบตัวแปร โดยกำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ในระดับค่า 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95

3.4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และจำแนก จัดระบบข้อมูล โดยเป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกและจัดหมวดหมู่ให้เป็นระบบ จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสมดุลกันระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร กับทางฝั่งผู้จัดการฝ่ายการตลาดของโรงแรมสีเขียว ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ และนำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบบรรยาย

บทที่ 4
ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นต่อไป สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-test) แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) รวมถึงผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครฯ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐานและนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว 6 ด้าน

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐาน

4.6 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครฯ

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมาย และเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้ถูกต้อง ตลอดจนการสื่อความหมายของข้อมูลที่ตรงกัน ดังนี้

$\propto$	แทน ค่าคงที่
n	แทน จำนวนตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Means)
S D	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

R Square	แทน สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
Adjusted R Square	แทน สัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว
Df	แทน ชั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ F-test
β	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ t-test
SS	แทน ผลรวมของกำลังสอง
Sig.	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรม SPSS คำนวณได้ ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
H0	แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H1	แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ในสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการเข้าพักโรงแรม สรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ชาย	177	44.3
หญิง	223	55.7
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเพศชาย มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 24 ปี	39	9.8
25 – 34 ปี	206	51.5
35 – 44 ปี	112	28
45 – 54 ปี	21	5.2
55 – 60 ปี	14	3.5
60 ปี ขึ้นไป	8	2
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ซึ่งมีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 อายุ 15 – 24 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 อายุ 55 – 60 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	12
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	288	72
ปริญญาโท	58	14.5
ปริญญาเอก	6	1.5
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ ปริญญาตรีโท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และระดับปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
อาเซียน	53	13.3
เอเชีย	183	45.7
ยุโรป	127	31.7
อเมริกา	37	9.3
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนามาจากเอเชีย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ ยุโรป จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ตามด้วยอาเซียน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และอเมริกา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	45	11.2
พนักงานบริษัท	146	36.5
ธุรกิจส่วนตัว	90	22.5
ว่างงาน	1	0.25
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38	9.5
ฟรีแลนซ์	67	16.8
ข้าราชการบำนาญ	13	3.25
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ฟรีแลนซ์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 นักเรียน นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ

11.2 รับราชการ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ข้าราชการบำนาญ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 5,000 ดอลล่าร์สหรัฐ	47	11.7
5,001 – 10,000 ดอลล่าร์สหรัฐ	54	13.5
10,001 – 15,000 ดอลล่าร์สหรัฐ	28	7
15,001 – 20,000 ดอลล่าร์สหรัฐ	23	5.8
20,001 – 25,000 ดอลล่าร์สหรัฐ	32	8
มากกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐ	216	54
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐ จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 ดอลล่าร์สหรัฐ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ต่ำกว่า 5,000 ดอลล่าร์สหรัฐ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามด้วย 20,001 – 25,000 ดอลล่าร์สหรัฐ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 10,001 – 15,000 ดอลล่าร์สหรัฐ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และ 15,001 – 20,000 ดอลล่าร์สหรัฐ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของแขกผู้เข้าพักโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครฯ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการโรงแรม ระยะเวลาพำนัก และช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พัก สรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการ

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพในการให้บริการ	99	24.8
ภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	28	7
การเดินทางสะดวกสบาย	122	30.5
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	41	10.2
บุคลากรผู้ให้บริการ	41	10.2
บรรยากาศที่สวยงามของโรงแรม	67	16.8
อื่นๆ	2	0.5
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสนใจในการเดินทางที่สะดวกสบาย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ คุณภาพในการให้บริการ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 บรรยากาศที่สวยงามของโรงแรม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและบุคลากรผู้ให้บริการจำนวนเท่ากัน คือ 41 คน คิดเป็นอย่างละร้อยละ 10.2 ภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และเหตุผลอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	191	47.7
เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง	47	11.8
เพื่อศึกษาหาความรู้	21	5.3
เพื่อการประชุมสัมมนา	83	20.7
เพื่อรักษาสุขภาพ	44	11
อื่นๆ	14	3.5
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาเพื่อการประชุมสัมมนา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 เพื่อรักษาสุขภาพ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 เพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และเหตุผลอื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการโรงแรม

ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	86	21.5
เพื่อน	155	38.8
เพื่อนร่วมงาน	99	24.7
แฟน/ คนรัก	58	14.5
อื่นๆ	2	0.5
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีเพื่อนร่วมในการตัดสินใจ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ตามด้วยเพื่อนร่วมงาน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ครอบครัว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 แฟน/คนรัก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และจากบุคคลอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะพำนัก

ระยะเวลาพำนัก	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 วัน	173	43.3
4 – 6 วัน	168	42
7 – 9 วัน	53	13.2
อื่นๆ (มากกว่า 9 วัน)	6	1.5
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักอยู่ที่ 1 - 3 วัน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ตามด้วย 4 – 6 วัน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และ 7 – 9 วัน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และอื่นๆ คือมากกว่า 9 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พัก

ช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
การเข้าพักครั้งก่อนหน้า	81	20.3
บล็อคเกอร์	55	13.7
แอพพลิเคชั่นท่องเที่ยวและที่พัก	35	8.7
อินเตอร์เน็ต	197	49.3
โทรทัศน์	27	6.7
อื่นๆ	5	1.3
รวม	**400**	**100**

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าถึงแหล่งที่พักจากอินเตอร์เน็ต จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 ตามด้วย ประสบการณ์การเข้าพักครั้งก่อนหน้า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 บล็อกเกอร์ จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 13.7 แอพพลิเคชั่นท่องเที่ยวและที่พัก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 จากโทรทัศน์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามด้วยช่องทางอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล เพื่ออธิบายถึงข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว ซึ่งประกอบด้วย นโยบายและการสื่อสาร การจัดการของเสีย คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ ผลกระทบต่อระบบนิเวศ ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น สรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของนโยบายและการสื่อสาร

นโยบายและการสื่อสาร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านเห็นการประชาสัมพันธ์นโยบายความเป็นโรงแรมสีเขียวในโรงแรมอย่างชัดเจน	2.24	.81569	น้อย
2.ท่านเห็นว่าพนักงานมีการสื่อสารหรือแสดงให้เห็นว่าโรงแรมใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม	1.95	.81018	น้อย
3.ท่านเห็นการแนะนำโรงแรมสีเขียวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ	1.98	.82989	น้อย
4.ท่านเห็นโรงแรมมีการเผยแพร่ผลงานหรือรางวัลที่ได้รับจากการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	2.07	.82831	น้อย
5.ท่านเห็นการสื่อสารที่แนะนำให้ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมในการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมในโรงแรม	1.96	.87458	น้อย
รวม	**2.04**	**0.83173**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านนโยบายและการสื่อสารเท่ากับ 2.04 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเห็นการประชาสัมพันธ์นโยบายความเป็นโรงแรมสีเขียวอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24) รองลงมาคือการรับรู้การเผยแพร่ผลงานหรือรางวัลที่ได้รับจากการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07) รับรู้ความเป็นโรงแรมสีเขียวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98) เห็นสื่อแนะนำให้ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมในการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมในโรงแรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เห็นว่าพนักงานมีการสื่อสารหรือแสดงให้เห็นว่าโรงแรมใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการจัดการของเสีย

การจัดการของเสีย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการส่งเสริมให้ลดพฤติกรรมการทิ้งขยะมูลฝอยในพื้นที่โรงแรม	2.08	.69115	น้อย
2.ท่านเห็นการรณรงค์ให้แยกทิ้งขยะตามประเภท เช่น กระดาษ พลาสติก สารเคมี เป็นต้น	1.92	.87040	น้อย
3.ท่านเห็นว่าโรงแรมใช้บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยลดขยะและของเสีย เช่น ขวดแก้ว หรือกระดาษซึ่งย่อยสลายได้ง่าย	2.11	.95403	น้อย
4.ท่านเห็นกิจกรรมการบำบัดของเสียและใช้ประโยชน์ซ้ำในโรงแรม เช่น ปุ๋ยหมักชีวภาพ ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้น	2.64	.92255	ปานกลาง
5.ท่านเห็นประโยชน์จากกิจกรรมรณรงค์ให้ร่วมกันคัดแยกขยะ ในโรงแรม	1.63	.84330	น้อย
รวม	**2.08**	**.85629**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดการของเสียเท่ากับ 2.08 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การรับรู้ถึงกิจกรรมการบำบัดของเสียและใช้ประโยชน์ซ้ำในโรงแรม เช่น ปุ๋ยหมักชีวภาพ ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64) รองลงมาคือ โรงแรมใช้บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยลดขยะและของเสีย เช่น ขวดแก้ว หรือกระดาษซึ่งย่อยสลายได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11) ตามด้วยการส่งเสริมให้ลดพฤติกรรมการทิ้งขยะมูลฝอยในพื้นที่โรงแรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08) การรณรงค์ให้แยกทิ้งขยะตามประเภท เช่น กระดาษ พลาสติก สารเคมี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการเห็นประโยชน์จากกิจกรรมรณรงค์ให้ร่วมกันคัดแยกขยะ ในโรงแรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ

คุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการเชิญชวนให้ท่านใช้น้ำในห้องพักอย่างประหยัด	2.01	.73915	น้อย
2.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการบำบัดน้ำเหลือใช้และนำมาใช้ซ้ำในโรงแรม	2.80	1.22423	ปานกลาง
3.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการบำบัดน้ำเสียที่ดีอย่างมีระบบ มีขั้นตอน	2.99	1.00364	ปานกลาง
4.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการเชิญชวนให้ใช้น้ำในพื้นที่สาธารณะอย่างประหยัด เช่น ห้องน้ำ และสระว่ายน้ำ	2.16	.86188	น้อย
5.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้เพื่อให้การใช้น้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (เช่น ระบบตัดก๊อกน้ำในห้องพักแบบเซ็นเซอร์)	1.48	1.116308	น้อยที่สุด
รวม	**2.29**	**.98904**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ เท่ากับ 2.29 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การรับรู้ว่าโรงแรมมีการบำบัดน้ำเสียที่ดีอย่างมีระบบ มีขั้นตอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99) รองลงมาคือการรับรู้ว่าโรงแรมมีการบำบัดน้ำเหลือใช้และนำมาใช้ซ้ำในโรงแรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80) และโรงแรมมีการเชิญชวนให้ใช้น้ำในพื้นที่สาธารณะอย่างประหยัด เช่น ห้องน้ำ และสระว่ายน้ำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16) การรับรู้ว่าโรงแรมมีการเชิญชวนให้ท่านใช้น้ำในห้องพักอย่างประหยัด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.01) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าโรงแรมมีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้เพื่อให้การใช้น้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (เช่น ระบบตัดก๊อกน้ำในห้องพักแบบเซ็นเซอร์) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของผลกระทบต่อระบบนิเวศ

ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านเห็นการพยายามรักษาสภาพแวดล้อมของโรงแรม เช่น รักษาพื้นที่สีเขียวโดยรอบโรงแรมเอาไว้	1.71	.60891	น้อย
2.ท่านเห็นว่าการดำเนินงานของโรงแรมมีแนวโน้มว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1.62	.76659	น้อย
3.ท่านสังเกตเห็นว่าพืชพรรณไม้ในบริเวณโรงแรมมีเหมาะสมกับสภาพอากาศที่ร้อนของประเทศไทย	1.45	.67313	น้อยที่สุด
4.ท่านสังเกตเห็นว่าบรรยากาศของโรงแรมมีความร่มรื่น และพึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทเทคโนโลยีในระดับที่พอดี	1.35	.58959	น้อยที่สุด
5.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการกำหนดให้แยกขยะก่อนทิ้งตามพื้นที่สาธารณะ	1.54	.83375	น้อย
รวม	**1.53**	**.69439**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศเท่ากับ 1.53 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือผู้ตอบแบบสอบถามเห็นการพยายามรักษาสภาพแวดล้อมของโรงแรม เช่น รักษาพื้นที่สีเขียวโดยรอบโรงแรมเอาไว้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71) รองลงมาคือเห็นว่าการดำเนินงานของโรงแรมมีแนวโน้มเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.62) และเห็นว่าโรงแรมมีการกำหนดให้แยกขยะก่อนทิ้งตามพื้นที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.54) สังเกตเห็นว่าพืชพรรณไม้ในบริเวณโรงแรมมีเหมาะสมกับสภาพอากาศของประเทศไทย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.45) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการสังเกตเห็นว่าบรรยากาศของโรงแรมมีความร่มรื่น และพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทเทคโนโลยีในระดับที่พอดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน

ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านสัมผัสได้ถึงนโยบายประหยัดไฟฟ้าของโรงแรม เช่น การหรี่ไฟตามสถานที่ต่างๆ ไม่ให้สว่างจ้าจนเกินไป เพื่อประหยัดพลังงาน	1.72	.62656	น้อย
2.ท่านเห็นป้ายเชิญชวนให้แขกผู้เข้าพักใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า	1.90	.89666	น้อย
3.ท่านเห็นป้ายเชิญชวนให้ประหยัดพลังงานตามหลัก 3 R (Reduce Reuse Recycle)	2.23	.94304	น้อย
4.ท่านเห็นป้ายข้อความรณรงค์ให้กดลิฟต์ในทิศทางที่ต้องการไปเท่านั้น	2.33	1.11132	น้อย
5.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีข้อความเชิญชวนให้ใช้ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง หรืออุปกรณ์อื่นๆในห้องพักซ้ำเพื่อประหยัดพลังงาน	1.20	.48741	น้อยที่สุด
รวม	**1.88**	**.81300**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงานเท่ากับ 1.88 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเห็นป้ายข้อความรณรงค์ให้กดลิฟต์ในทิศทางที่ต้องการไปเท่านั้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33) รองลงมาคือเห็นป้ายเชิญชวนให้ประหยัดพลังงานตามหลัก 3 R (Reduce Reuse Recycle) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23) และเห็นป้ายเชิญชวนให้แขกผู้เข้าพักใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.90) สัมผัสได้ถึงนโยบายประหยัดไฟฟ้าของโรงแรม เช่น การหรี่ไฟตามสถานที่ต่างๆ ไม่ให้สว่างจ้าจนเกินไป เพื่อประหยัดพลังงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.72) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือเห็นว่าโรงแรมมีข้อความเชิญชวนให้ใช้ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง หรืออุปกรณ์อื่นๆในห้องพักซ้ำเพื่อประหยัดพลังงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจำหน่ายสินค้าที่ดูเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1.83	.67862	น้อย
2.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการตกแต่งโดยใช้วัสดุต่างๆเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1.56	.69830	น้อย
3.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง ในโปรแกรมนำเที่ยว	1.76	.82935	น้อย
4.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการสนับสนุนชุมชนในท้องถิ่น เช่น โรงเรียน หรือหน่วยงานต่างๆ	1.86	.93871	น้อย
5.ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการแนะนำกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเทศกาลสำคัญต่างๆ	1.80	.98434	น้อย
รวม	**1.76**	**.82586**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่นเท่ากับ 1.76 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเห็นว่าโรงแรมสนับสนุนชุมชนในท้องถิ่น เช่น โรงเรียน หรือหน่วยงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86) รองลงมาคือเห็นว่าโรงแรมจำหน่ายสินค้าที่ดูเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83) เห็นว่าโรงแรมแนะนำกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเทศกาลสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.80) และเห็นว่าโรงแรมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียงไว้ในโปรแกรมนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.76) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือเห็นว่าโรงแรมมีการตกแต่งโดยใช้วัสดุต่างๆเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.56) ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล เพื่ออธิบายถึงข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการตัดสินใจของแขกผู้เข้าพักต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร สรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการตัดสินใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านตัดสินใจเข้าพักเพราะโรงแรมนี้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โรงแรมสีเขียว)	2.93	.78133	ปานกลาง
2.ท่านจะกลับมาใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครฯอีก	1.36	.59327	น้อยที่สุด
3.ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครฯอีก	1.27	.50538	น้อยที่สุด
รวม	**1.85**	**.62666**	

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของพฤติกรรมการตัดสินใจของแขกผู้เข้าพักในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 1.85 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือตัดสินใจเข้าพักเพราะโรงแรมนี้เป็นโรงแรมสีเขียว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93) รองลงมาคือจะกลับมาใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครฯอีก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.36) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ จะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครฯอีก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.27) ตามลำดับ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติเชิงอนุมาน และผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 1.1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม ว่าความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบเพศตามปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	เพศ	N	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ชาย	177	2.05	0.64	-	0.101
	หญิง	223	2.05	0.57	0.54	
2. การจัดการของเสีย	ชาย	177	2.12	0.66	0.27	0.613
	หญิง	223	2.10	0.70		
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ชาย	177	2.28	0.62	-	0.792
	หญิง	223	2.30	0.67	0.20	
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ชาย	177	1.61	0.70	1.70	0.029*
	หญิง	223	1.51	0.40		
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ชาย	177	1.92	0.57	1.37	0.486
	หญิง	223	1.85	0.55		
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ชาย	177	1.87	0.66	2.94	0.001*
	หญิง	223	1.70	0.54		
รวม	**ชาย**	**177**	**1.98**	**0.47**	**1.28**	**0.127**
	หญิง	**223**	**1.92**	**0.43**		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบเพศต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว พบว่า โดยภาพรวมเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่าเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกันในด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศและการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม ว่าความแตกต่างของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบอายุกับปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	39.26	2.62	2.80	0.000*
	ภายในกลุ่ม	385	361.22	0.93		
	รวม	400	400.48			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	14.31	0.95	0.96	0.500
	ภายในกลุ่ม	385	386.39	0.99		
	รวม	400	400.70			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	25.73	1.72	1.77	0.036*
	ภายในกลุ่ม	385	374.97	0.97		
	รวม	400	400.70			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	9.59	0.87	0.87	0.566
	ภายในกลุ่ม	389	391.11	0.99		
	รวม	400	400.70			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	15.39	1.10	1.10	0.347
	ภายในกลุ่ม	386	385.31	0.99		

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
	รวม	400	400.70			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	15	31.61	2.11	2.22	0.006
	ภายในกลุ่ม	385	369.09	0.95		
	รวม	400	400.70			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**15**	**57.14**	**0.95**	**0.95**	**0.586**
	ภายในกลุ่ม	**385**	**343.34**	**1.00**		
	รวม	**400**	**400.48**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบอายุ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในภาพรวมพบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกันในด้านนโยบายและการสื่อสาร รวมถึงด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอายุกับปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสาร และด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ เพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.21 และตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอายุต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร

อายุ (ปี)	$\bar{x}$	อายุ (ปี)					
		15–24	25–34	35–44	45–54	55–60	60 ขึ้นไป
		2.37	2.04	1.86	1.95	2.34	2.50
15–24	2.37	-	0.33*	0.51*	0.42	0.26	-0.13
25–34	2.04	-	-	0.18	0.94	-0.30	-0.46

อายุ (ปี)	$\bar{x}$	อายุ (ปี)					
		15–24	25–34	35–44	45–54	55–60	60 ขึ้นไป
		2.37	2.04	1.86	1.95	2.34	2.50
35–44	1.86	-	-	-	-0.87	-0.48*	-0.64*
45–54	1.95	-	-	-	-	-0.39	-0.55
55–60	2.34	-	-	-	-	-	-0.16
60 ขึ้นไป	2.50	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบคู่อายุที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เมื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียว แขกผู้เข้าพักที่มีอายุระหว่าง 15–24 ปี จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากด้านนโยบายและการสื่อสาร มากกว่าช่วงอายุ 25–34 ปี และ 35-44 ปี ในขณะที่แขกผู้เข้าพักที่มีอายุระหว่าง 35–44 ปี จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากด้านนโยบายและการสื่อสารน้อยกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีช่วงอายุระหว่าง 55–60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอายุต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ

อายุ (ปี)	$\bar{x}$	อายุ (ปี)					
		15–24	25–34	35–44	45–54	55–60	60 ขึ้นไป
		2.52	2.34	2.10	2.09	2.69	2.13
15–24	2.52	-	0.18	0.42*	0.43	-0.17	0.39
25–34	2.34	-	-	0.24*	0.25	-0.35	0.21
35–44	2.10	-	-	-	0.01	-0.58*	-0.02
45–54	2.09	-	-	-	-	-0.60	-0.04
55–60	2.69	-	-	-	-	-	0.56*
60 ปีขึ้น	2.13	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบคู่อายุที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักที่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เมื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียว แขกผู้เข้าพักที่มีอายุระหว่าง 15–24 ปี จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำมากกว่าอายุระหว่าง 35-44 ปี ในขณะที่แขกผู้เข้าพักที่มีอายุระหว่าง 25–34 ปี จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำมากกว่าอายุระหว่าง 35–44 ปี และ แขกผู้เข้าพักที่มีอายุระหว่าง 35–44 ปี จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำน้อยกว่าช่วงอายุระหว่าง 55–60 ปี และสุดท้าย แขกผู้เข้าพักที่มีช่วงอายุระหว่าง 55–60 ปี จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 1.3 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบของระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	9.45	0.63	2.01	0.014*
	ภายในกลุ่ม	385	121.55	0.31		
	รวม	400	131.01			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	3.46	0.23	0.70	0.783
	ภายในกลุ่ม	385	127.55	0.33		
	รวม	400	131.01			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	7.68	0.51	1.61	0.068
	ภายในกลุ่ม	385	123.33	0.32		
	รวม	400	131.01			

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	7.99	0.73	2.31	0.009*
	ภายในกลุ่ม	389	123.02	0.31		
	รวม	400	131.01			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	10.06	0.72	2.31	0.005*
	ภายในกลุ่ม	386	120.95	0.31		
	รวม	400	131.01			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	15	5.49	0.37	1.13	0.326
	ภายในกลุ่ม	385	125.52	0.32		
	รวม	400	131.01			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**15**	**21.81**	**0.36**	**1.14**	**0.24**
	ภายในกลุ่ม	**385**	**109.20**	**0.32**		
	รวม	**400**	**131.01**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว พบว่า ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสาร ผลกระทบต่อระบบนิเวศ และประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ และด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.24 ตารางที่ 4.25 และตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านนโยบายและการสื่อสาร

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ระดับการศึกษา			
		< ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
		2.18	2.06	1.88	1.33
< ปริญญาตรี	2.18	-	0.12	0.30	0.85*
ปริญญาตรี	2.06	-	-	0.18	0.73*
ปริญญาโท	1.88	-	-	-	0.54
ปริญญาเอก	1.33	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบคู่ระดับการศึกษาที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพัก ต่อการปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านนโยบายและการสื่อสารมากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ระดับการศึกษา			
		< ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
		1.76	1.53	1.48	1.27
< ปริญญาตรี	1.76	-	0.23	0.28	0.49*
ปริญญาตรี	1.53	-	-	0.04	0.26
ปริญญาโท	1.48	-	-	-	0.21
ปริญญาเอก	1.27	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบคู่ระดับการศึกษาที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักที่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เมื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียว แขกผู้เข้าพักที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ มากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระดับการศึกษาต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	**ระดับการศึกษา**			
		< ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
		2.07	1.86	1.83	1.57
< ปริญญาตรี	2.07	-	0.21	0.24	0.50
ปริญญาตรี	1.86	-	-	0.03	0.29
ปริญญาโท	1.83	-	-	-	0.26
ปริญญาเอก	1.57	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบคู่ระดับการศึกษาที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักที่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่พบว่ามีคู่ระดับการศึกษาในระดับใดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม ว่าภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบของภูมิลำเนาต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	14.02	0.94	1.37	0.16
	ภายในกลุ่ม	385	263.94	0.68		
	รวม	400	277.97			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	8.91	0.59	0.85	0.62
	ภายในกลุ่ม	385	271.76	0.70		
	รวม	400	280.67			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	15.67	1.05	1.53	0.09
	ภายในกลุ่ม	385	265.00	0.68		
	รวม	400	280.67			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	9.64	0.88	1.27	0.24
	ภายในกลุ่ม	389	271.04	0.69		
	รวม	400	280.67			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	13.18	0.94	1.37	0.17
	ภายในกลุ่ม	386	267.49	0.69		
	รวม	400	280.67			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	15	12.20	0.81	1.18	0.29
	ภายในกลุ่ม	385	268.48	0.69		
	รวม	400	180.67			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**15**	**34.41**	**0.57**	**0.80**	**0.85**
	ภายในกลุ่ม	**385**	**243.55**	**0.71**		
	รวม	**400**	**277.96**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของภูมิลำเนา ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว ที่นัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ภูมิลำเนาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรด้านอาชีพต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	59.81	3.99	1.28	0.210
	ภายในกลุ่ม	385	1202.80	3.10		
	รวม	400	1262.60			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	83.43	5.56	1.82	0.030*
	ภายในกลุ่ม	385	1186.80	3.01		
	รวม	400	1270.23			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	90.13	6.01	1.98	0.016*
	ภายในกลุ่ม	385	1180.10	3.04		
	รวม	400	1270.23			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	39.10	3.64	1.16	0.315
	ภายในกลุ่ม	389	1230.24	3.14		
	รวม	400	1270.23			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	24.27	1.73	0.54	0.908
	ภายในกลุ่ม	386	1245.96	3.20		
	รวม	400	1270.23			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	15	64.04	4.27	1.37	0.16
	ภายในกลุ่ม	385	1206.19	3.11		
	รวม	400	1270.23			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**15**	**148.47**	**2.47**	**0.76**	**0.90**
	ภายในกลุ่ม	**385**	**1114.13**	**3.25**		
	รวม	**400**	**1262.60**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของอาชีพ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในภาพรวม พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกันในด้านการจัดการของเสีย และด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอาชีพต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการของเสีย และด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ เพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.29 และตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอาชีพต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านการจัดการของเสีย

อาชีพ	$\bar{x}$	อาชีพ						
		นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ทำงานอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณอายุ	ว่างงาน
		2.22	2.02	2.15	2.11	1.20	2.23	1.96
นักเรียน/ นักศึกษา	2.22	-	0.20	0.07	0.11	1.02	-0.01	0.26
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.02	-	-	-	-	0.82	-0.21	0.06
พนักงานบริษัทเอกชน	2.15	-	-	-	0.04	0.95	-0.08	0.19
ทำงานอิสระ	2.11	-	-	-	-	0.91	-0.12	0.15

อาชีพ	$\bar{x}$	อาชีพ						
		นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ทำงานอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณอายุ	ว่างงาน
		2.22	2.02	2.15	2.11	1.20	2.23	1.96
ธุรกิจส่วนตัว	1.20	-	-	-	-	-	-	-
							1.03	0.76
เกษียณอายุ	2.23	-	-	-	-	-	-	0.27
ว่างงาน	1.96	-	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบคู่อาชีพที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านการจัดการของเสีย ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่พบว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างอาชีพต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ

อาชีพ	$\bar{x}$	อาชีพ						
		นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ทำงานอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณอายุ	ว่างงาน
		2.46	2.46	2.24	2.29	2.15	2.57	2.12
นักเรียน/ นักศึกษา	2.46	-	0.00	0.22*	0.17	0.31*	-0.11	0.34
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.46	-	-	0.22*	0.17	0.31*	-0.11	0.34

อาชีพ	$\bar{x}$	อาชีพ						
		นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ทำงานอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษียณอายุ	ว่างงาน
		2.46	2.46	2.24	2.29	2.15	2.57	2.12
พนักงานบริษัทเอกชน	2.24	-	-	-	0.06	-0.09	-0.33	0.12
ทำงานอิสระ	2.29	-	-	-	-	0.14	0.28	0.17
ธุรกิจส่วนตัว	2.15	-	-	-	-	-	0.42*	0.03
เกษียณอายุ	2.57	-	-	-	-	-	-	0.45
ว่างงาน	2.12	-	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบคู่อาชีพที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เมื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียว แขกผู้เข้าพักที่เป็นนักเรียนนักศึกษา และรับราชการหรือทำงานในองค์กรรัฐวิสาหกิจ จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำมากกว่าแขกผู้เข้าพักที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัว ในขณะที่แขกผู้เข้าพักที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำน้อยกว่าแขกผู้เข้าพักที่เกษียณอายุแล้ว

สมมติฐานข้อที่ 1.6 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่ารายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงการเปรียบเทียบรายได้ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	125.63	8.37	2.39	0.003*
	ภายในกลุ่ม	385	1356.94	3.50		
	รวม	400	1482.57			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	54.69	3.65	0.99	0.466
	ภายในกลุ่ม	385	1430.90	3.69		
	รวม	400	1484.88			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	152.01	10.13	2.95	0.00*
	ภายในกลุ่ม	385	1332.87	3.44		
	รวม	400	1484.88			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	141.71	12.88	3.76	0.00*
	ภายในกลุ่ม	389	1343.16	3.43		
	รวม	400	1484.88			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	100.28	7.16	2.01	0.016*
	ภายในกลุ่ม	386	1384.60	3.56		
	รวม	400	1484.88			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	15	127.49	8.50	2.43	0.02*
	ภายในกลุ่ม	385	1357.39	3.50		
	รวม	400	1484.88			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**15**	**253.05**	**4.22**	**1.17**	**0.19**
	ภายในกลุ่ม	**385**	**1229.52**	**3.95**		
	รวม	**400**	**1482.57**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของรายได้ ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในภาพรวม พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน กลับพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านนโยบายและการสื่อสาร คุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ ด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร คุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ ด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.32, 4.33, 4.34, 4.35 และตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร

รายได้ (ต่อเดือน)	$\bar{x}$	**รายได้ (ต่อเดือน)**					
		< 5,000 USD	5,001-10,000 USD	10,001-15,000 USD	15,001-20,000 USD	20,001-25,000 USD	> 25,001 USD
		2.23	2.12	2.11	2.20	2.10	1.94
< 5,000 **USD**	2.23	-	0.11	0.12	0.03	0.13	0.29*
5,001-10,000 **USD**	2.12	-	-	0.02	-0.08	0.02	0.18*
10,001-15,000 **USD**	2.11	-	-	-	-0.09	0.01	0.17
15,001-20,000 **USD**	2.20	-	-	-	-	0.10	0.26*
20,001-25,000 **USD**	2.10	-	-	-	-	-	0.16
> 25,001 **USD**	1.94	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบคู่รายได้ที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักที่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสี

เขียวในด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ, 5,001-10,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ และมีรายได้ 15,001-20,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านนโยบายและการสื่อสารมากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้สูงกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐฯ

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ

รายได้ (ต่อเดือน)	$\bar{x}$	**รายได้ (ต่อเดือน)**					
		< 5,000 USD	5,001-10,000 **USD**	10,001-15,000 **USD**	15,001-20,000 **USD**	20,001-25,000 **USD**	มากกว่า 25,001 **USD**
		2.64	2.36	2.47	2.53	2.45	2.11
< 5,000 USD	2.64	-	0.28*	0.17	0.11	0.19	0.53*
5,001-10,000 USD	2.36	-	-	-0.11	-0.17	-0.09	-0.25
10,001-15,000 USD	2.47	-	-	-	-0.06	0.02	0.36*
15,001-20,000 USD	2.53	-	-	-	-	0.08	0.42*
20,001-25,000 USD	2.45	-	-	-	-	-	0.34*
< 25,001 USD	2.11	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบคู่รายได้ที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ มากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้อยู่ที่ 5,001-10,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ และแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้สูงกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐฯ ในขณะแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้อยู่ที่ 10,001-15,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ 15,001-20,000 ดอล

ล่าร์สหรัฐฯ 20,001-25,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ มากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้สูงกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐฯ

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ

รายได้ (ต่อเดือน)	$\bar{x}$	**รายได้ (ต่อเดือน)**					
		< 5,000 USD	5,001-10,000 USD	10,001-15,000 USD	15,001-20,000 USD	20,001-25,000 USD	> 25,001 USD
		1.89	1.61	1.65	1.73	1.49	1.43
< 5,000 USD	1.89	-	0.28	0.24*	0.16	0.41*	0.46*
5,001-10,000 USD	1.61	-	-	-0.04	-0.12	0.12	0.18*
10,001-15,000 USD	1.65	-	-	-	-0.08	0.16	0.22*
15,001-20,000 USD	1.73	-	-	-	-	0.24	0.30*
20,001-25,000 USD	1.49	-	-	-	-	-	0.06
> 25,001 USD	1.43	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบคู่รายได้ที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เมื่อเข้าพักในโรงแรมสีเขียว แขกผู้เข้าพักที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ มากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้อยู่ที่ 10,001-15,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ และแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้อยู่ที่ 20,001-25,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ รวมถึงแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้สูงกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐฯ ในขณะที่แขกผู้เข้าพักที่มีรายได้อยู่ที่ 5,001-10,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ 10,001-15,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ และ 15,001-20,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศมากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มีรายได้สูงกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐฯ ทั้งสิ้น

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน

รายได้ (ต่อเดือน)	$\bar{x}$	**รายได้ (ต่อเดือน)**					
		< 5,000 USD	5,001-10,000 USD	10,001-15,000 USD	15,001-20,000 USD	20,001-25,000 USD	> 25,001 USD
		1.92	1.90	2.04	2.10	1.96	1.80
< 5,000 USD	1.92	-	0.02	-0.12	-0.17	-0.03	-0.12
5,001-10,000 USD	1.90	-	-	-0.14	-0.20	-0.06	-0.10
10,001-15,000 USD	2.04	-	-	-	-0.05	-0.09	0.24*
15,001-20,000 USD	2.10	-	-	-	-	0.14	0.29*
20,001-25,000 USD	1.96	-	-	-	-	-	0.16
> 25,001 USD	1.80	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบคู่รายได้ที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพักต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่มีรายได้อยู่ที่ 10,001-15,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ และ 15,001-20,000 ดอลล่าร์สหรัฐฯ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงานมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐฯ

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างรายได้ ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

		รายได้ (ต่อเดือน)					
รายได้ (ต่อเดือน)	$\bar{x}$	< 5,000 USD	5,001-10,000 USD	10,001-15,000 USD	15,001-20,000 USD	20,001-25,000 USD	> 25,001 USD
		1.89	1.88	2.01	1.97	1.81	1.64
< 5,000 USD	1.89	-	0.01	-0.12	-0.08	0.08	0.25
5,001-10,000 USD	1.88	-	-	-0.13	-0.09	0.07	0.24
10,001-15,000 USD	2.01	-	-	-	0.04	0.20	0.37
15,001-20,000 USD	1.97	-	-	-	-	0.16	0.33
20,001-25,000 USD	1.81	-	-	-	-	-	0.17
> 25,001 USD	1.64	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบคู่รายได้ที่ต่างกันของแขกผู้เข้าพัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่พบว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.7 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเพศ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	เพศ	N	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
การตัดสินใจ	ชาย	177	1.61	0.53	1.03	0.222
เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว	หญิง	223	1.56	0.50		

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบเพศกับพฤติกรรมการตัดสินใจ ที่นัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.8 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงการเปรียบเทียบอายุต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	7	10.21	1.46	1.48	0.173
เลือกใช้บริการ	ภายในกลุ่ม	393	390.49	0.99		
	รวม	400	400.70			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอายุต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.9 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว	ระหว่างกลุ่ม	7	2.80	0.40	1.24	0.281
	ภายในกลุ่ม	393	128.21	0.32		
	รวม	400	131.01			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.10 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงการเปรียบเทียบภูมิลำเนาต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7	1.20	0.17	0.24	0.97
	ภายในกลุ่ม	393	279.48	0.71		
	รวม	400	280.67			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบภูมิลำเนาต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.11 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงการเปรียบเทียบอาชีพต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7	37.51	5.36	1.72	0.102
	ภายในกลุ่ม	393	1232.72	3.11		
	รวม	400	1270.23			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบอาชีพต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.12 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษารายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงการเปรียบเทียบรายได้ ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
พฤติกรรมการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	7	26.24	3.75	1.02	0.418
เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว	ภายในกลุ่ม	393	1458.64	3.68		
โดยภาพรวม	รวม	400	1484.88			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรายได้ ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของแขกผู้เข้าพักส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2.1 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านความต้องการ ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	64.69	4.31	1.37	0.159
	ภายในกลุ่ม	385	1219.17	3.15		
	รวม	400	1283.86			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	25.74	1.72	0.53	0.926
	ภายในกลุ่ม	385	1265.42	3.26		
	รวม	400	1291.16			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	61.54	4.10	1.29	0.202
	ภายในกลุ่ม	385	1229.61	3.17		
	รวม	400	1291.16			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	18.58	1.69	0.52	0.890
	ภายในกลุ่ม	389	1272.58	3.25		
	รวม	400	1291.16			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	43.82	3.13	0.98	0.477
	ภายในกลุ่ม	386	1247.34	3.21		
	รวม	400	1291.16			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	14	47.90	3.19	1.00	0.46
	ภายในกลุ่ม	386	1243.27	3.20		
	รวม	400	1291.16			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**14**	**209.83**	**3.50**	**1.11**	**0.28**
	ภายในกลุ่ม	**386**	**1074.03**	**3.14**		
	รวม	**400**	**1283.86**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านความต้องการ พบว่า ความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน ในระดับที่ค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	72.06	4.80	1.76	0.038*
	ภายในกลุ่ม	385	1054.69	2.72		
	รวม	400	1126.75			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	50.86	3.39	1.22	0.253
	ภายในกลุ่ม	385	1078.13	2.78		
	รวม	400	1128.99			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	65.73	4.38	1.60	0.071
	ภายในกลุ่ม	385	1063.26	2.74		
	รวม	400	1128.99			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	32.89	2.99	1.07	0.385
	ภายในกลุ่ม	389	1096.10	2.80		
	รวม	400	1128.99			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	45.82	3.27	1.17	0.292
	ภายในกลุ่ม	386	1083.17	2.78		
	รวม	400	1128.99			

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	14	54.57	3.64	1.31	0.19
	ภายในกลุ่ม	386	1074.42	2.77		
	รวม	400	1128.99			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**14**	**173.01**	**2.88**	**1.03**	**0.41**
	ภายในกลุ่ม	**386**	**953.74**	**2.79**		
	รวม	**400**	**1126.75**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่าวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสารแตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร เพื่อหาว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านนโยบายและการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว					
		เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	เยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง	เพื่อศึกษาหาความรู้	เพื่อการประชุมสัมมนา	เพื่อรักษาสุขภาพ	อื่นๆ
		2.13	2.11	1.83	1.98	1.89	1.81
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	2.13	-	0.02	0.30*	0.15	0.24*	0.32*

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว					
		เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	เยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง	เพื่อศึกษาหาความรู้	เพื่อการประชุมสัมมนา	เพื่อรักษาสุขภาพ	อื่นๆ
		2.13	2.11	1.83	1.98	1.89	1.81
เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง	2.11	-	-	0.28	0.13	0.23	0.30
เพื่อศึกษาหาความรู้	1.83	-	-	-	-0.15	-0.06	0.02
เพื่อการประชุมสัมมนา	1.98	-	-	-	-	0.09	0.17
เพื่อรักษาสุขภาพ	1.89	-	-	-	-	-	0.07
อื่นๆ	1.81	-	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบคู่วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่มาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสารมากกว่าแขกผู้เข้าพักที่มาเพื่อศึกษาหาความรู้ รักษาสุขภาพ และมาด้วยวัตถุประสงค์อื่นๆ

สมมติฐานข้อที่ 2.3 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	31.01	4.80	1.76	0.017*
	ภายในกลุ่ม	385	407.42	2.72		
	รวม	400	438.42			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	18.96	1.26	1.17	0.294
	ภายในกลุ่ม	385	419.60	1.08		
	รวม	400	438.56			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	11.44	0.76	0.69	0.792
	ภายในกลุ่ม	385	427.12	1.10		
	รวม	400	438.56			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	6.75	0.61	0.56	0.863
	ภายในกลุ่ม	389	431.81	1.10		
	รวม	400	438.56			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	20.08	1.43	1.33	0.184
	ภายในกลุ่ม	386	418.48	1.08		
	รวม	400	438.56			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	14	12.18	0.81	0.74	0.75
	ภายในกลุ่ม	386	426.38	1.10		
	รวม	400	438.56			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**14**	**70.08**	**1.17**	**1.08**	**0.32**
	ภายในกลุ่ม	**386**	**368.34**	**1.08**		
	รวม	**400**	**438.42**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่า ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจในการเข้าใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจในการเข้าใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกันในด้านนโยบายและการสื่อสาร เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจในการเข้าใช้บริการโรงแรม ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านนโยบายและการสื่อสาร เพื่อหาว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ดังตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมด้านผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร

ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม		**ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม**				
ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม	$\bar{x}$	ครอบครัว	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	แฟน/ คนรัก	อื่นๆ
		2.02	2.07	2.05	1.99	1.77
ครอบครัว	2.02	-	-0.05	-0.02	0.03	0.25
เพื่อน	2.07	-	-	0.02	0.08	0.30
เพื่อนร่วมงาน	2.05	-	-	-	0.06	0.28
แฟน/ คนรัก	1.99	-	-	-	-	0.22
อื่นๆ	1.77	-	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบคู่ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรม ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่พบว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.4 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าระยะเวลาที่ใช้พำนักแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	16.08	1.07	1.84	0.028*
	ภายในกลุ่ม	385	225.11	0.58		
	รวม	400	241.19			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	15.82	1.05	1.82	0.031*
	ภายในกลุ่ม	385	225.42	0.58		
	รวม	400	241.25			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	13.33	0.89	1.15	0.097
	ภายในกลุ่ม	385	227.91	0.59		
	รวม	400	241.24			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	13.25	1.20	2.07	0.211
	ภายในกลุ่ม	389	228.00	0.58		
	รวม	400	241.25			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	18.67	1.33	2.33	0.004*
	ภายในกลุ่ม	386	222.58	0.57		
	รวม	400	241.25			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	14	20.58	1.37	2.41	0.002*
	ภายในกลุ่ม	386	220.66	0.57		
	รวม	400	241.25			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**14**	**42.01**	**0.70**	**1.20**	**0.160**
	ภายในกลุ่ม	**386**	**199.17**	**0.58**		
	รวม	**400**	**241.19**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้พำนักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ระยะเวลาที่ใช้พำนัก มีความแตกต่างกันกับปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านการจัดการของเสีย ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากมีค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ระหว่างระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านการจัดการของเสีย ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อหาว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ดังตารางที่ 4.49, 4.50, 4.51 และ 4.52

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร

ระยะเวลาที่ใช้พำนัก	$\bar{x}$	**ระยะเวลาที่ใช้พำนัก**			
		1 - 3 วัน	4 – 6 วัน	7 – 9 วัน	อื่นๆ
		1.98	2.06	2.20	1.88
1 - 3 วัน	1.98	-	-0.08	-0.22*	0.10
4 – 6 วัน	2.06	-	-	-0.14	0.17
7 – 9 วัน	2.20	-	-	-	0.32
อื่นๆ	1.88	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบคู่ระยะเวลาที่ใช้พำนักต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 1-3 วัน เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสารน้อยกว่าแขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 7-9 วัน

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรม ด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการของเสีย

ระยะเวลาที่ใช้พำนัก	$\bar{x}$	ระยะเวลาที่ใช้พำนัก			
		1 - 3 วัน	4 – 6 วัน	7 – 9 วัน	อื่นๆ
		2.14	2.09	2.04	2.06
1 - 3 วัน	2.14	-	0.05*	0.10	0.08
4 – 6 วัน	2.09	-	-	0.05	0.03
7 – 9 วัน	2.04	-	-	-	-0.02
อื่นๆ	2.06	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบคู่ด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการของเสีย ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 1-3 วัน เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการของเสียมากกว่าแขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 4-6 วัน

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ระยะเวลาที่ใช้พำนัก	$\bar{x}$	ระยะเวลาที่ใช้พำนัก			
		1 - 3 วัน	4 – 6 วัน	7 – 9 วัน	อื่นๆ
		1.81	1.88	2.03	2.18
1 - 3 วัน	1.81	-	-0.06	-0.22*	-0.37*
4 – 6 วัน	1.88	-	-	-0.15	-0.30
7 – 9 วัน	2.03	-	-	-	-0.15
อื่นๆ	2.18	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบคู่ด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมในด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 1-3 วัน เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงานน้อยกว่าแขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 7-9 วัน และแขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนักมากกว่า 9 วัน

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) พฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

ระยะเวลาที่ใช้พำนัก	$\bar{x}$	**ระยะเวลาที่ใช้พำนัก**			
		1 - 3 วัน	4 – 6 วัน	7 – 9 วัน	อื่นๆ
		1.64	1.78	2.06	2.08
1 - 3 วัน	1.64	-	-0.14	-0.42*	-0.44
4 – 6 วัน	1.78	-	-	-0.28	-0.30
7 – 9 วัน	2.06	-	-	-	-0.02
อื่นๆ	2.08	-	-	-	-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบคู่ด้านระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า แขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 1-3 วัน เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นน้อยกว่าแขกผู้เข้าพักที่ใช้เวลาพำนัก 7-9 วัน

สมมติฐานข้อที่ 2.5 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าการเข้าถึงแหล่งที่พักแตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเข้าถึงแหล่งที่พัก ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. นโยบายและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	15	21.97	1.46	0.77	0.708
	ภายในกลุ่ม	385	733.79	1.90		
	รวม	400	755.77			
2. การจัดการของเสีย	ระหว่างกลุ่ม	15	25.94	1.73	0.92	0.543
	ภายในกลุ่ม	385	729.85	1.88		
	รวม	400	755.79			
3. คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ระหว่างกลุ่ม	15	22.90	1.53	0.81	0.669
	ภายในกลุ่ม	385	732.89	1.89		
	รวม	400	755.79			
4. ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ระหว่างกลุ่ม	11	12.29	1.12	0.59	0.838
	ภายในกลุ่ม	389	743.49	1.90		
	รวม	400	755.79			
5. ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	ระหว่างกลุ่ม	14	32.60	2.33	1.25	0.235
	ภายในกลุ่ม	386	723.18	1.86		
	รวม	400	755.79			
6. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	14	20.72	1.38	0.73	0.755
	ภายในกลุ่ม	386	735.07	1.90		
	รวม	400	755.79			
รวม	**ระหว่างกลุ่ม**	**14**	**84.82**	**1.41**	**0.72**	**0.939**
	ภายในกลุ่ม	**386**	**670.95**	**1.96**		
	รวม	**400**	**755.77**			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ ในนัยสำคัญทางสถิติระดับต่ำกว่า 0.05 พบว่า การเข้าถึงแหล่งที่พักแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.6 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่า ความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม ด้านความต้องการ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9	34.36	4.92	1.55	0.149
	ภายในกลุ่ม	394	1256.70	3.17		
	รวม	400	1291.16			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพบว่า ความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.7 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรม ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9	25.24	3.61	1.29	0.252
	ภายในกลุ่ม	394	1103.75	2.79		
	รวม	400	1128.99			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.8 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าผู้มีส่วนตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านผู้มีส่วนตัดสินใจใช้บริการโรงแรม ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9	3.06	0.44	0.40	0.904
	ภายในกลุ่ม	394	435.51	1.10		
	รวม	400	438.56			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่า ผู้มีส่วนตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.9 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าระยะเวลาที่ใช้พำนักที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมระยะเวลาที่ใช้พำนัก ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9	8.23	1.18	1.99	0.054*
	ภายในกลุ่ม	394	233.02	0.59		
	รวม	400	241.25			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่า ระยะเวลาที่ใช้พำนักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.10 จะใช้แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) ในกรณีมีการเปรียบเทียบของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58 ตารางแสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พัก ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แบบสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

พฤติกรรมการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9	7.30	1.04	0.55	0.795
	ภายในกลุ่ม	394	748.49	1.89		
	รวม	400	755.79			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบว่า ช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวไม่แตกต่างกัน ในระดับค่า Sig. หรือนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

สำหรับสมมติฐานข้อนี้จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Multiple Regression Analysis) เพื่อค้นหาปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

ตารางที่ 4.59 แสดงการวิเคราะห์หาปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	ตัวย่อ	b	SE_b	β	t.	Sig.
นโยบายและการสื่อสาร	X_1	0.309	0.041	0.362	7.465	0.000*
การจัดการของเสีย	X_2	0.049	0.030	0.065	1.640	0.102
คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	X_3	-0.004	0.034	-0.005	-0.122	0.903
ผลกระทบต่อระบบนิเวศ	X_4	0.067	0.039	0.072	1.696	0.091
ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน	X_5	0.095	0.043	0.102	2.189	0.029*
การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	X_6	0.257	0.041	0.300	6.251	0.000*
R = 0.725		SE_{est} = 0.357			F = 73.191*	
R^2 = 0.526		R^2_{adj} = 0.519			a = 9.330	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทั้ง 6 ตัว ร่วมกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.725

ซึ่งปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ได้ร้อยละ 52.6 (R^2 = 0.526) ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่า 0.357

ตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายและการสื่อสาร (X_1) ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน (X_5) และการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น (X_6) โดยอีก 3 ตัวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.6 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ท่าน จากโรงแรมเซนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9 โรงแรมสวิส โฮเต็ล เลอ คองคอร์ด รัชดาฯ โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค รัชดา และโรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี ซึ่งการสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Protocal) มีประเด็นของข้อคำถามเกี่ยวกับการนำนโยบายความเป็นโรงแรมสีเขียวไปสร้างการรับรู้ให้แก่แขกผู้เข้าพัก โดยมีโครงร่างข้อคำถาม 5 ข้อ ซึ่งผลการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.60 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเด็นคำถาม	สรุปผลการสัมภาษณ์
1.รูปแบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวภายใต้การดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรมเป็นอย่างไร	**ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1** คุณณรงค์ อยู่เย็น โรงแรมเซนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ เน้นไปที่การควบคุมระบบให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และออกแบบให้สามารถวัดผลได้ในเชิงตัวเลข จุดเด่นของโรงแรมคือ มีการหมุนเวียนนำพลังงานน้ำกลับมาใช้ แลกเปลี่ยนและส่งผ่านพลังงานความร้อน และสามารถนำมาสกัดเป็นน้ำยาแอร์ได้ด้วย **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2** คุณทัดชัย ตัลยารากษ์ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9 มีการจัดการโดยจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจขึ้นมา เพื่อกำหนดพันธกิจและทำภารกิจร่วมกัน บริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวแต่ละแห่งภายใต้เครือแอคคอร์ (Accor) ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ โครงการ Planet 21 **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3** คุณวิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์ โรงแรมสวิส โฮเต็ลเลอ คองคอร์ด รัชดาฯ นอกจากการเข้าร่วมโครงการ Planet 21 ของเครือแอคคอร์ (Accor) แล้ว จุดเด่นของโรงแรมคือเน้นการปรับพื้นที่สีเขียวและจัดการพลังงาน มีการบังคับใช้นโยบายลดการใช้พลังงานอย่างชัดเจน และมีโครงการทำรายงานแสดงตัวเลขและสถิติการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในทุกๆไตรมาส **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4** คุณชัยพร สายสีดา โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค

ประเด็นคำถาม	สรุปผลการสัมภาษณ์
	รัชดา มีการจัดการโดยตั้งเป้าหมายและกำหนดนโยบายว่าจะเป็นโรงแรมสีเขียวแห่งแรกในกรุงเทพมหานครที่ได้ใบไม้เขียวครบทั้ง 5 ใบ นอกจากมาตรฐานใบไม้เขียวแล้ว ยังได้มาตรฐานเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวจากหน่วยงานอื่นๆในระดับดี – ดีมากด้วยเช่นกัน **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5** คุณสุเนตร ทิพย์ธนสาร โรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี เสาะหาทุนสนับสนุนการจัดการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากกระทรวงพลังงาน ในการศึกษาและได้มาซึ่งการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาทำน้ำร้อนผ่านหลอดสุญญากาศเพื่อให้บริการแก่แขกผู้เข้าพักในโรงแรม (Solar Heat)
2.โรงแรมมีการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความเป็นโรงแรมสีเขียวให้กับแขกผู้เข้าพักอย่างไร	**ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1** คุณณรงค์ อยู่เย็น โรงแรมเชนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ ใช้การตกแต่งที่แสดงให้เห็นถึงบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้วัสดุที่ให้อารมณ์ความรู้สึกเป็นมิตร ใช้พันธุ์ไม้สำหรับตกแต่งโรงแรมให้เข้ากับสภาพภูมิอากาศ และประชาสัมพันธ์จุดเด่นของความเป็นโรงแรมสีเขียวผ่านสื่อแผ่นพับ ป้ายต่างๆ เป็นต้น **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2** คุณทัดชัย ตัลยารากษ์ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9 ใช้เทคโนโลยีในการสร้างการรับรู้โดยใช้ตู้คิออส (Kiosk) เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ กิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเพื่อสังคม และสถิติการประหยัดพลังงาน การประหยัดน้ำ ไฟ ทิ้งขยะให้ถูกหมวด ฯลฯ **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3** คุณวิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์ โรงแรมสวิส โฮเต็ลเลอ คองคอร์ด รัชดาฯ ผลิตสื่อในหลากหลายภาษา รวมถึงประชาสัมพันธ์ข้อดีของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลดการใช้พลังงานแก่แขกผู้เข้าพัก และนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชั่น เฟซบุคของโรงแรม เป็นต้น **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4** คุณชัยพร สายสีดา โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค รัชดา มีตู้ Kiosk ให้ข้อมูล และจัดสถานที่ถาวรในบริเวณล็อบบี้โรงแรม เพื่อแสดงรางวัลเกี่ยวกับการเป็นโรงแรมสีเขียวที่โรงแรมได้รับ เปิดเผย และเชิญชวนให้แขกผู้เข้าพักสามารถเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมใน

ประเด็นคำถาม	สรุปผลการสัมภาษณ์
	กระบวนการแปรรูปพลังงานและผลิตของที่ระลึกจากวัสดุรีไซเคิล **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5** คุณสุเนตร ทิพย์ธนสาร โรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี ติดป้ายประชาสัมพันธ์ในทุกพื้นที่ของโรงแรม เชิญชวนประหยัดน้ำผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ มีการระบุข้อมูลเพื่อนำเสนอความเป็นโรงแรมสีเขียวอย่างละเอียด มีตู้ kiosk และสกรีนข้อความกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมลงบนอุปกรณ์และของที่ระลึกของโรงแรม
3.ปัญหาและอุปสรรคที่โรงแรมเผชิญเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมให้แก่แขกผู้เข้าพัก มีอะไรบ้าง	**ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1** คุณณรงค์ อยู่เย็น โรงแรมเซนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ แขกผู้เข้าพักที่เป็นชาวต่างชาติบางส่วนมีอิสระทางความคิดสูง ทำให้อาจมีความรู้สึกว่าการต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ระบุไว้ตามสถานที่ต่างๆในโรงแรม เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องพัก ห้องน้ำ ล็อบบี้ เป็นการถูกบังคับให้ต้องปฏิบัติตาม **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2** คุณทัดชัย ตัลยารากษ์ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9 เผชิญกับอุปสรรคทางด้านภาษา เนื่องจากภาษาหลักของโรงแรมที่ใช้สื่อสารเป็นหลักคือภาษาอังกฤษ แต่สื่อที่นำเสนอเพื่อสร้างการรับรู้อาจสร้างความเข้าใจได้ไม่ครอบคลุมถึงแขกผู้เข้าพักที่ไม่ได้สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3** คุณวิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์ โรงแรมสวิส โฮเต็ล เลอ คองคอร์ด รัชดาฯ ระบุว่า แขกผู้เข้าพักบางส่วนคาดหวังการบริการที่เต็มร้อย และมีข้อกังวลว่าการที่โรงแรมเข้าร่วมโครงการจัดการตามมาตรฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะส่งผลให้คุณภาพในการให้บริการลดลงหรือไม่เมื่อเทียบกับโรงแรมปกติที่ไม่ใช่โรงแรมสีเขียว **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4** คุณชัยพร สายสีดา โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค รัชดา ระบุว่า โรงแรมไม่พบอุปสรรค เนื่องจากได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของแขกผู้เข้าพักในทุกๆ ไตรมาส ผลการสำรวจพบว่า แขกผู้เข้าพักมีความพึงพอใจและรับรู้ได้เป็นอย่างถึงนโยบายและกิจกรรมที่สื่อถึงความเป็นโรงแรมสีเขียวในด้านต่างๆ ที่โรงแรมได้ประชาสัมพันธ์ **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5** คุณสุเนตร ทิพย์ธนสาร โรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี ระบุว่า การจัดการของเสีย และประสิทธิภาพการใช้น้ำ เป็นส่วนที่โรงแรมจะต้องพยายามสร้างการรับรู้แก่แขกผู้เข้าพักต่อไป

ประเด็นคำถาม	สรุปผลการสัมภาษณ์
4.การพัฒนาการจัดการปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว เป็นอย่างไร	เนื่องจากแขกผู้เข้าพักไม่สามารถเห็นได้ด้วยการใช้บริการเพียงอย่างเดียว หากสร้างการรับรู้จุดนี้ได้ ตัวเลขสถิติด้านการใช้พลังงานและปริมาณของขยะมูลฝอยของโรงแรมอาจมีจำนวนที่ลดลงได้ในอนาคต **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1** คุณณรงค์ อยู่เย็น โรงแรมเชนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ มุ่งสร้างการรับรู้แก่ผู้รับบริการมากขึ้น โดยวางแผนการจัดทำสื่อและกิจกรรมให้เกิดการสื่อสารสองทาง เช่น การทำแบบสำรวจเพื่อถามความคิดเห็น ปรับปรุงสื่อการประชาสัมพันธ์โดยสร้างสรรค์ให้เห็นประโยชน์ของโรงแรมสีเขียวให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2** คุณทัดชัย ตัลยารากษ์ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9 มุ่งผลิตสื่อในหลากหลายภาษาเพื่อรองรับกลุ่มแขกผู้เข้าพักที่อาจไม่ถนัดในภาษาอังกฤษ เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของนโยบาย กิจกรรมทางด้านการประหยัดพลังงาน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานโรงแรมสีเขียว **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3** คุณวิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์ โรงแรมสวิส โฮเต็ล เลอ คองคอร์ด รัชดาฯ จะส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ เผยแพร่โครงการที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกรใกล้เคียงโรงแรม ร่วมคิดค้นพลังงานทดแทนผ่านโครงการ Test and Learn โดยมี พนักงานในเครือ ลูกค้า คู่ค้า และชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนร่วม **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4** คุณชัยพร สายสีดา โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค รัชดา มุ่งเพิ่มพื้นที่สีเขียวในบริเวณโรงแรม และลดการบริโภคสารพิษผ่านกระแสการรักษ์โลกและรักสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยม ให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและนักวิจัยเพื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน เช่น การรีไซเคิล และการจัดการขยะ เป็นต้น **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5** คุณสุเนตร ทิพย์ธนสาร โรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี มุ่งสร้างการรับรู้เชิงสัญลักษณ์ โดยรณรงค์ให้พนักงานและแขกผู้เข้าพักสวมใส่เสื้อผ้าสีเขียวทุกๆวันพุธ จำหน่ายของที่ระลึกที่แปรรูปจากวัสดุเหลือใช้ นำเสนอขายเป็นของชำร่วยในแพคเกจจัดประชุม งาน

ประเด็นคำถาม	สรุปผลการสัมภาษณ์
	แต่งงาน เป็นต้น
5.ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ	**ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1** คุณณรงค์ อยู่เย็น โรงแรมเซนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ ปัจจัยที่จะส่งผลให้การบริหารโรงแรมสีเขียวประสบความสำเร็จคือ ผู้บริหารโรงแรมจะต้องมีความชัดเจนในการผลักดันและสนับสนุน ด้วยการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน การสื่อสารแบบบูรณาการกับแต่ละฝ่ายภายในองค์กร **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2** คุณทัดชัย ตัลยารากษ์ โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว บางกอก ฟอร์จูน พระราม 9 คาดหวังการผลักดันกระแสการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อโอกาสในการขยายตลาด สร้างการตระหนักรู้และเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้ในวงกว้าง **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3** คุณวิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์ โรงแรมสวิส โฮเต็ล เลอ คองคอร์ด รัชดาฯ ระบุว่า ประโยชน์ของการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ สมาคมที่เป็นเอกชน และสถาบันการศึกษาต่างๆ คือช่วยให้การพัฒนาธุรกิจที่พักแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเกิดประสิทธิภาพจากการบูรณาการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมสีเขียวได้มากขึ้น **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4** คุณชัยพร สายสีดา โรงแรมเจ้าพระยา ปาร์ค รัชดา ระบุว่า ฝ่ายดำเนินการ การตลาด และวิศวกรรมในโรงแรม คือส่วนงานหลักที่สำคัญซึ่งจะทำให้การจัดการโรงแรมสีเขียวเป็นไปด้วยความเข้มแข็ง และสามารถสื่อสารไปถึงฝ่ายผู้ให้และผู้รับบริการได้ ทำให้เกิดการรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพ **ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5** คุณสุเนตร ทิพย์ธนสาร โรงแรมบางกอก พาเลซ ราชเทวี ระบุว่า การจะเป็นโรงแรมสีเขียวที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ต้องเตรียมความพร้อมตั้งแต่วิสัยทัศน์และทัศนคติของผู้บริหารเจ้าของโรงแรม เพราะต้องมีการลงทุนใหญ่ ต้องมองระยะยาว ว่าโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลดีอย่างไร และร่วมเป็นคณะทำงาน แสดงถึงความใส่ใจ จะได้มาซึ่งนโยบายที่สื่อสารถึง

ประเด็นคำถาม	สรุปผลการสัมภาษณ์
	บุคลากรในแต่ละลำดับชั้น นำไปปฏิบัติเป็นทิศทางเดียวกัน

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแขกผู้เข้าพักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของแขกผู้เข้าพักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

3) เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

4) เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยทำการการรวบรวมข้อมูล จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหนังสือทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย การใช้สถิติ และใช้เพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลการวิจัย และผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นมา ลงพื้นที่แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ซึ่งสรุปได้ดังนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า แขกผู้เข้าพักโรงแรมสีเขียวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ภูมิลำเนามาจากเอเชีย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท โดยมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 ดอลล่าร์สหรัฐ

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้ความสนใจในการเดินทางที่สะดวกสบาย มีจุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ตัดสินใจเข้าใจบริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครจากการแนะนำของเพื่อน และได้ใช้เวลาพำนักอยู่ที่ 1 - 3 วัน ส่วนใหญ่เข้าถึงแหล่งที่พักจากอินเตอร์เน็ต

5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร

5.3.1 ด้านนโยบายและการสื่อสาร

แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านนโยบายและการสื่อสาร เพราะการประชาสัมพันธ์นโยบายความเป็นโรงแรมสีเขียวในโรงแรมอย่างชัดเจน

5.3.2 ด้านการจัดการของเสีย

แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านการจัดการของเสียเพราะรับรู้ถึงกิจกรรมการบำบัดของเสียและใช้ประโยชน์ซ้ำในโรงแรม เช่น ปุ๋ยหมักชีวภาพ ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้น

5.3.3 ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ

แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านจากปัจจัยด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ เพราะรับรู้ว่าโรงแรมมีการบำบัดน้ำเสียที่ดีอย่างมีระบบ มีขั้นตอน

5.3.4 ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ

แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ เพราะเห็นการพยายามรักษาสภาพแวดล้อมของโรงแรม เช่น รักษาพื้นที่สีเขียวโดยรอบโรงแรมเอาไว้

5.3.5 ด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน

แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน เพราะเห็นป้ายข้อความรณรงค์ให้กดลิฟต์ในทิศทางที่ต้องการไป

5.3.6 ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น

แขกผู้เข้าพักส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น เพราะ เห็นว่าโรงแรมมีการสนับสนุนชุมชนในท้องถิ่น เช่น โรงเรียน หรือหน่วยงานต่างๆ

5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเข้าพักเพราะโรงแรมนี้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โรงแรมสีเขียว)

5.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
1.1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	t-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	t-test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
1.2 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.4 ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
1.5 อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.6 รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
1.8 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.9 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.10 ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
1.11 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.12 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2. พฤติกรรมการใช้บริการของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ ความต้องการ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้พำนัก และช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
2.1 ความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2.2 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
2. พฤติกรรมการใช้บริการของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ ความต้องการ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้พำนัก และช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
2.3 ผู้มีส่วนตัดสินใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2.4 ระยะเวลาที่ใช้พำนักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
2. พฤติกรรมการใช้บริการของแขกผู้เข้าพัก ได้แก่ ความต้องการ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้พำนัก และช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
2.5 ช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2.6 ความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2.7 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2.8 ผู้มีส่วนตัดสินใจเข้าพักที่แตกต่างกัน ส่งการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวที่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
2.9 ระยะเวลาที่ใช้พำนักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวแตกต่างกัน	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	F-test
2.10 ช่องทางเข้าถึงแหล่งที่พักที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวที่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	**F-test**

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
3. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ นโยบายและการสื่อสาร การจัดการของเสีย คุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ ผลกระทบต่อระบบนิเวศ ประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
3.1 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว		
- ด้านนโยบายและการสื่อสาร	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	Multiple Regression
- ด้านการจัดการของเสีย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Multiple Regression
- คุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Multiple Regression
- ด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Multiple Regression
- ด้านประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	Multiple Regression
- การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	**สอดคล้องกับสมมติฐาน**	Multiple Regression

5.6 อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครฯ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

5.6.1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถอภิปรายได้ว่า เพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมในด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ ศศิโศม ดวงรักษา (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว เป็นเพศชาย และเพศมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในขณะที่การศึกษาของจันทิมา รักมั่นเจริญ (2558) พบว่า เพศไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และการศึกษาของเช่นเดียวกับการศึกษาของวิภาวัลย์ ตันติปิฎก และประทีป เวทย์ประสิทธิ์ (2562) ที่พบว่า เพศไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย

อายุ มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมในด้านนโยบายและการสื่อสาร และคุณภาพกับประสิทธิภาพในการใช้น้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของนาตยา เจริญผล (2555) ที่พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านรูปแบบการเลือกประเภทห้องพัก เช่นเดียวกับการศึกษาของวิภาวัลย์ ตันติปิฎก และประทีป เวทย์ประสิทธิ์ (2562) ที่พบว่า อายุมีผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย

ระดับการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านนโยบายและการสื่อสาร และด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศ อภิปรายได้ว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ที่ พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาด และการศึกษาของวิภาวัลย์ ตันติปิฎก และประทีป เวทย์ประสิทธิ์ (2562) ที่พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย

อย่างไรก็ตาม ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่มีผลต่อเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ขัดแย้งกับการศึกษาของวิภาวัลย์ ตันติปิฎก และประทีป เวทย์ประสิทธิ์ (2562) ที่พบว่า สัญชาติมีผลต่อการเลือกใช้บริการเลือกที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย

อาชีพของแขกผู้เข้าพัก มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ สอดคล้องกันกับงานวิจัยของเตือนใจ ศรีชะฎา (2560) ที่พบว่า อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในพื้นที่เมืองพัทยาโดยภาพรวมของนักท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับการศึกษาของมังกร ภิรมย์พานิช และ ดร.สุรพิขญ์ พรหมสิทธิ์ (2559) ที่พบว่า อาชีพส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมที่มีการให้บริการในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

รายได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของวัชรินทร์ เกิดทรัพย์ (2559) ที่พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต

และในด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ผลการศึกษาพบว่า ลักษณธทางด้านประชากรศาสตร์ของแขกผู้เข้าพัก ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกันกับงานวิจัยของชลธิชา เตชวัรมงคล (2559) ที่พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.6.2 พฤติกรรมในการใช้บริการโรงแรมสีเขียว พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในด้านนโยบายและการสื่อสาร ขัดแย้งกับการศึกษาของรสสุคนธ์ แซ่เฮีย (2556) ที่พบว่า วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตาม ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจในการเข้าพัก ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ขัดแย้งกันกับการศึกษาของจารุตม์ ธนะภักดิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลีลา เตี้ยงสูงเนิน (2559) ที่พบว่า บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีผลต่อการรับรู้ในตราสินค้าและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เช่นเดียวกันกับการศึกษาของวีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ที่พบว่า พฤติกรรมด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ (AIRBNB)

ระยะเวลาที่ใช้พำนักมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวถึง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านการจัดการของเสีย ด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกันกับงานวิจัยของเตือนใจ ศรีชะฎา (2560) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา พบว่าระยะเวลาที่เข้าพัก ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา

ปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งที่พัก ความต้องการ วัตถุประสงค์ และผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจเข้าพัก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของของชลธิชา เตชวัรมงคล (2559) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีจันธ์ และการวิจัยของ วาสิตา คลองตาล (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาของทั้งสองท่านต่างพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมด้วยการเข้าถึงแหล่งที่พักที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

5.6.3 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ในด้านนโยบายและการสื่อสาร ด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้น้ำ และด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน ซึ่งสอดคล้องกันกับการศึกษาของ Luekveerawattana R. (2018) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว จากการประชาสัมพันธ์นโยบายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของโรงแรม

5.6.4. ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมจากทั้ง 6 ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายและการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของ Zibarras & Ballinger (2011) ที่พบว่า การประชาสัมพันธ์นโยบายภายในองค์กรผ่านรูปแบบต่างๆ เช่น การรณรงค์ การติดแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ การจัดอภิปรายของพนักงานในประเด็นด้านการสื่อสารเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น เป็นแนวทางที่มีความสำคัญมากที่สุดในองค์กรที่ถูกนำมาใช้พัฒนาพฤติกรรมของพนักงานและช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วัลลี ธีรานันตชัย (2547) โดยพบว่า การกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ข่าวสาร ส่งผลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้าของบุคลากรและคนไข้ผู้รับบริการของโรงพยาบาลในจังหวัดราชบุรี และการศึกษาของสายันห์ ปัญญาทรง (2545) พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของประชาชนในการอนุรักษ์แม่น้ำที่ถูกต้องตามหลักการ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของธีชวัน ญาณอุดม (2544) ที่พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าชายเลนจากหน่วยงานผู้รับผิดชอบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์ป่าชายเลนของประชาชนในท้องถิ่น

ปัจจัยด้านการจัดการของเสียไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว แตกต่างจากการศึกษาของ จริยา ศรีจรูญ (2559) ที่พบว่า ผู้บริโภคสินค้าและบริการในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อและใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ล้วนรับรู้ว่าจะส่งผลให้สภาพสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และการศึกษาของณัชชา บางท่าไม้และชัยสิทธิ์ นวลจันทร์ (2552) ที่พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสินค้าโดยตระหนักต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของตัวสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของวรกมล ทำทัน (2544) ซึ่งพบว่า การรณรงค์ในโครงการประหยัดน้ำของสำนักงานเขตบางซื่อ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำของประชากรส่วนใหญ่ในเขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร แตกต่างจากการศึกษาของ หงสกุล เมสนุกูล (2555) ที่พบว่า การใช้พลังงานน้ำอย่างมีประสิทธิภาพของโรงแรมซิกเซ้นส์ ไฮอเวย์ เกาะยาวน้อย จังหวัดภูเก็ต ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยด้านผลกระทบต่อระบบนิเวศไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของ ปารมี พัฒนดุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2560) ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้ส่งผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างจากการศึกษาของนงนุช อิ่มพิทักษ์ (2540) โดยพบว่า การตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน มีความสัมพันธ์เชิง

บวกกับการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการศึกษาของ วิภาวี กล่ำพบุตร (2553) ซึ่งพบว่า ทัศนคติด้านการห่วงใยต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจจะซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของภีรดา ศิรกฤชโสภณ (2560) ที่พบว่า การออกแบบการอนุรักษ์พลังงานแบบมีส่วนร่วมของโรงพยาบาลอ่างทองส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรที่ปฏิบัติงานและคนไข้ผู้รับบริการ และการศึกษาของภาวนา วัชรเสถียร (2545) ที่พบว่า การรับรู้มาตรการอนุรักษ์และประหยัดพลังงานไฟฟ้าจากสำนักนโยบายพลังงานแห่งชาติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในสำนักงานบุคลากรในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตท่าพระจันทร์และรังสิต รวมถึงการศึกษาของ สมพร พิมลรัตน์ (2545) พบว่า การรับรู้ข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน ส่งผลต่อพฤติกรรมการประหยัดพลังงานเพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อนของบุคลากรสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะ ประทีปรักมณี (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถานการณ์สังคม การเป็นสมาชิกกลุ่ม และผลประโยชน์ในชุมชน ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ในการพัฒนาชุมชนบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชายทะเลบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ซึ่งต่างจากการศึกษาของวีรยา จยาวรรณ (2547) โดยพบว่า ชุมชนท้องถิ่นไม่ส่งผลต่อการสนับสนุนการรักษาทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในชุมชนป้อมมหากาฬ

5.6.5. ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร ประเด็นรูปแบบการจัดการปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว พบว่า ส่วนใหญ่มีการกำหนดนโยบาย ให้สอดคล้องกับพันธกิจและเกณฑ์ของมูลนิธิใบไม้เขียว นำมาสู่การจัดการเชิงระบบที่สามารถวัดผลเป็นตัวเลขและข้อมูลทางสถิติได้ ผ่านทางการทำรายงานการใช้นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ในทุกๆไตรมาส โดยนโยบายที่แต่ละโรงแรมชูขึ้นมาเป็นจุดเด่นในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่เกี่ยวกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การแปรรูปพลังงานธรรมชาติเป็นพลังงานทดแทน ซึ่งโรงแรมที่บริหารงานแบบเครือข่าย จะมีรูปแบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างจากโรงแรมที่บริหารงานแบบอิสระ ตรงที่ใช้นโยบายเดียวกัน เช่น โครงการ Planet 21 โครงการคิดค้นพลังงานทดแทน Test & Learn ของเครือแอคคอร์ (Accor) เป็นต้น **ส**อดคล้องกับผลการศึกษาของขวัญอิสรา นัยวินิจ (2554) ที่พบว่าการกำหนดนโยบายในการทำงานให้มีความมั่นคงเป็นการสร้างความมั่นใจให้

ผู้ปฏิบัติงานและส่งผลต่อการจัดการในองค์กรของอุตสาหกรรมโรงแรม เขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ศุภโชค อินทจักร์ (2552) ที่พบว่าการกำหนดนโยบายและการบริหารงานมีผลต่อระดับปานกลางต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานและประสิทธิภาพในการจัดการของโรงแรมริเวอร์ จังหวัดนครปฐม

ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับแขกผู้เข้าพักเกี่ยวกับความเป็นโรงแรมสีเขียว พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่ใช้การประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการ และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้เทคโนโลยีและสื่อต่างๆ ของโรงแรมเอง เช่น เว็บไซต์ เฟซบุค แอปพลิเคชั่น และยังมีการจัดสถานที่ในบริเวณโรงแรมเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่แขกผู้เข้าพักผ่านตู้คิออส (Kiosk) และประทับข้อความลงบนผลิตภัณฑ์ต่างๆของโรงแรมอีกด้วย **ส**อดคล้องกับผลการศึกษาของ ธาดา สมานิ (2562) ที่พบว่าการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในงานบริการของโรงแรมช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ช่วยให้พนักงานทุกภาคส่วนให้บริการได้อย่างมีความพร้อม สร้างความรับรู้และความประทับใจต่อลูกค้า

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่โรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครต้องเผชิญในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่แขกผู้เข้าพัก พบว่า มีปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมบางด้านที่แขกผู้เข้าพักไม่สามารถเห็นได้ด้วยการใช้บริการเพียงอย่างเดียว เช่น ข้อมูลด้านการจัดการของเสีย และประสิทธิภาพการใช้น้ำ อีกทั้งยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับการได้รับการบริการที่คุ้มค่า มีคุณภาพเมื่อเทียบกับราคาที่จ่าย การสื่อภาษาที่ไม่ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ทำให้ยังต้องพยายามสร้างการรับรู้แก่แขกผู้เข้าพักต่อไป สอดคล้องกับผลการศึกษาของระชานนท์ ทวีผล และคณะ (2560) ที่พบว่า การกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการด้านการสร้างการรับรู้ เป็นอุปสรรคต่อคุณภาพการให้บริการแบบมืออาชีพของโรงแรมประเภทบูติค ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของนิตยา พร้าวราม (2558) ที่พบว่า ระดับการรับรู้การบริการด้านความเอาใจใส่ต่อผู้นักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนที่ใช้บริการโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับต่ำกว่าระดับการรับรู้จริงในด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับปรุงความเอาใจใส่ในการบริการ เช่น การเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการ ช่วงเวลาที่เหมาะสมของผู้ใช้บริการ การสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆที่สำคัญ

ในส่วนของการพัฒนาการจัดการปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่จะมุ่งสร้างการรับรู้ให้แก่แขกผู้เข้าพักให้มากขึ้นผ่านวิธีการต่างๆ ใช้กระแสการรักษ์โลกและรักสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นตัวช่วยกระตุ้นการรับรู้ เช่น ใช้สีและการแต่งกายสื่อในเชิงสัญลักษณ์ การทำแบบสำรวจเพื่อถามความคิดเห็น ผลิตสื่อในหลากหลายภาษาเพื่อผู้ที่ไม่ถนัดภาษาอังกฤษ เผยแพร่โครงการและกิจกรรมให้พนักงาน แขกผู้เข้าพัก คู่ค้า และชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม เพราะมีความคาดหวังว่า การสร้างความเปลี่ยนแปลงกับพฤติกรรมในการใช้บริการของ

แขกผู้เข้าพัก เช่น เห็นความสำคัญของการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า จะส่งผลต่อตัวเลขสถิติด้านการใช้พลังงานและปริมาณของขยะมูลฝอยของโรงแรมอาจมีจำนวนที่ลดลงได้ในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งทิพย์ บำรุงสุข (2555) ที่พบว่า การสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนคิด พัฒนาและดูแลลุ่มน้ำแม่กลองได้ดียิ่งขึ้น โดยควรต้องจัดกิจกรรมพัฒนาและปรับปรุงโครงการเพื่อดูแลสุขภาพและลดมลภาวะทางอากาศ รวมถึงการจัดการขยะและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อมของลุ่มน้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

นอกจากนี้ ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมในการจัดการปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร พบว่า วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร การบูรณาการความร่วมมือในองค์กร ระหว่างฝ่ายดำเนินการ การตลาด และวิศวกรรม รวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดการปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งทิพย์ บำรุงสุข (2555) ที่พบว่า บทบาทของภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของลุ่มน้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยประชาชนในพื้นที่ต้องการให้มีการจัดสรรงบประมาณให้ชุมชนและต้องการเงินชดเชยค่าเสียหายที่เกิดจากปัญหาทางการท่องเที่ยว รวมถึงต้องการการจัดฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้อง เพื่อนำมาใช้พัฒนา สร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว และเพื่อใช้งบประมาณและความรู้ในการจัดการและอนุรักษ์ชุมชน เพื่อพัฒนาลุ่มน้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

5.7 ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ผ่านการรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทำให้ได้แนวทางการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว โดยสามารถอธิบายเป็นข้อเสนอแนะแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.7.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ภาคธุรกิจที่กำลังสนใจเข้าร่วมมาตรฐานใบไม้เขียว หรือโรงแรมสีเขียวที่ต้องการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาและส่งเสริมในด้านนโยบาย และจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสื่อสาร เพื่อประชาสัมพันธ์สำหรับภายในองค์กรและประชาสัมพันธ์ให้กับแขกผู้เข้าพัก ผ่านแนวทางต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

5.7.1.1 ปัจจัยทางด้านนโยบายและการสื่อสาร พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์นโยบายความเป็นโรงแรมสีเขียวให้ชัดเจนยิ่งขึ้นด้วยการจัดทำแผนฝึกอบรมพนักงานด้านการสื่อสาร เพื่อแสดงให้เห็นการจัดการที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และแนะนำแขกผู้เข้าพักให้มีส่วนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ อาจกำหนดให้บุคลากรของโรงแรมใส่เสื้อผ้าโทนสีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สีเขียว สีน้ำตาล สัปดาห์ละ 1 วัน โดยแขกผู้เข้าพักสามารถมีส่วนร่วมกับกิจกรรมนี้ได้ด้วย

นอกจากนี้ ยังสามารถนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลงานและรางวัลทางด้านสิ่งแวดล้อมที่โรงแรมได้รับตามบริเวณต่างๆของโรงแรม เช่น ล็อบบี้ ตู้คิออสก์ (Kiosk) และช่องทางออนไลน์ ซึ่งแขกผู้เข้าพักสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด ได้แก่ อินเตอร์เน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แอปพลิเคชั่น (Application) เฟซบุค (Facebook) เว็บไซต์จองที่พัก เป็นต้น

5.7.1.2 การจัดการของเสีย ทำได้โดยจัดกิจกรรมรณรงค์ให้แขกผู้เข้าพักลดพฤติกรรมการทิ้งขยะมูลฝอยในพื้นที่โรงแรม รณรงค์การทิ้งขยะตามประเภท เช่น กระดาษ พลาสติก สารเคมี ซึ่งสามารถเปิดให้แขกผู้เข้าพักหรือผู้ที่สนใจศึกษาเข้าเยี่ยมชมกระบวนการคัดแยกประเภทขยะได้

นอกจากนี้ การเปลี่ยนวัสดุหรือภาชนะที่ใช้ในการบริการแขกผู้เข้าพักเป็นบรรจุภัณฑ์จากแก้ว หีบห่อที่เป็นกระดาษซึ่งย่อยสลายได้ง่าย นำกลับมาใช้ซ้ำและรีไซเคิลได้แม้ไม่ต้องทิ้ง เพื่อทดแทนการใช้พลาสติก สามารถเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นและลดต้นทุนในการจัดซื้อของโรงแรมได้

5.7.1.3 การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้น้ำ ทำได้โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลและประโยชน์ของการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพตามห้องพัก และพื้นที่สาธารณะในโรงแรมผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับโบรชัวร์ การติดป้าย การประทับข้อความหรือสโลแกนลงบนบรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆในโรงแรม อาทิ ชายผ้าขนหนู แผ่นรองแก้วน้ำ รองเท้าในห้องพัก ชุดคลุมอาบน้ำ เป็นต้น และเปิดโอกาสให้แขกผู้เข้าพักหรือผู้ที่สนใจศึกษา สามารถเยี่ยมชมกระบวนการบำบัดน้ำเหลือใช้และนำมาใช้ซ้ำในโรงแรมอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน และเกิดประสิทธิภาพ เช่น การทำไฟฟ้าจากพลังงานน้ำ การแปรรูปน้ำเหลือใช้เป็นน้ำยาแอร์ เป็นต้น

นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้กับระบบจัดการน้ำให้เกิดประสิทธิภาพด้วยการติดตั้งระบบก๊อกน้ำในห้องพักแบบเซ็นเซอร์ มือสัมผัส เป็นอีกวิธีการที่นอกจากจะช่วยลดต้นทุนและลดปริมาณการใช้น้ำในระยะยาวได้แล้ว ยังสามารถสร้างการรับรู้ เพิ่มความประทับใจในการประสบการณ์การเข้าพักให้แก่แขกผู้เข้าพักโดยที่คุณภาพการบริการไม่ถูกลดทอนลงอีกด้วย

5.7.1.4 การจัดการผลกระทบด้านระบบนิเวศ ทำได้ด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของโรงแรม เช่น รักษาความหนาแน่นของพื้นที่สีเขียวโดยรอบโรงแรม ปลูกพืชพรรณและดอกไม้ที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ รวมถึงตกแต่งโรงแรมด้วยวัสดุที่ดูแล้วสบายตา เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อม ซึ่งการปรับปรุงสภาพทางภูมิทัศน์เป็นเหมือนการใช้เครื่องฟอกอากาศตามธรรมชาติแทนการใช้เทคโนโลยีโดยไม่จำเป็น ช่วยลดปริมาณการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า นอกจากทำให้ภูมิทัศน์ของโรงแรมดูสวยงามขึ้น และช่วยประหยัดพลังงานและค่าใช้จ่ายของโรงแรมแล้ว ยังส่งผลให้น้ำเสีย อากาศเสีย และมลภาวะด้านต่างๆที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมลดลงได้เช่นกัน

5.7.1.5 การจัดการการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำได้ด้วยการควบคุมการใช้พลังงานในแต่ละพื้นที่ของโรงแรม เช่น กำหนดแผนเพื่อสื่อสารกับแผนกที่ดูแลเกี่ยวข้องโดยตรงในการจัดการปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายวิศวกรรม และฝ่ายการตลาด เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนบูรณาการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปปรับใช้กับแผนกต่างๆในการบริการลูกค้า เช่น แผนกแม่บ้านจัดการหรี่ไฟตามทางเดิน เปิดผ้าม่านห้องพักในเวลากลางวัน และวางป้ายเชิญชวนให้แขกผู้เข้าพักใช้ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง หรืออุปกรณ์อื่นๆ ในห้องพักซ้ำแทนการซักและการใช้ครั้งเดียว เพื่อลดการใช้พลังงานน้ำและพลังงานไฟฟ้า แผนกต้อนรับและแผนกห้องอาหาร รวมถึงฝ่ายที่ดูแลพื้นที่สาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นฟิตเนส สปา ล็อบบี้ เล้าจน์ ให้ร่วมประชาสัมพันธ์โครงการประหยัดพลังงานตามหลัก 3 R (Reduce Reuse Recycle) เป็นต้น

5.7.1.6 การพัฒนาการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น ในด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ ทำได้ด้วยการกำหนดนโยบายจัดซื้อ โดยเลือกอุดหนุนผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการแขกผู้เข้าพัก เช่น ทีมเชฟเลือกใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลจากตลาดในชุมชนเพื่อออกแบบเป็นเมนูอาหาร เครื่องดื่ม ขนมและของว่างที่มีเอกลักษณ์ แผนกแม่บ้านและแผนกจัดเลี้ยงเลือกใช้ผลิตผ้าจากท้องถิ่นมาเป็นวัสดุตกแต่งโรงแรม ด้วยตัววัสดุมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และมีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น นำมาตัดเย็บดัดแปลงเป็นผ้าปูโต๊ะอาหาร ผ้าคลุมปลายเตียง ผ้าม่าน ผ้าตกแต่งโคมไฟ ผ้าคลุมเฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก ไม้แขวนเสื้อ ของใช้ในสปา ของประดับตกแต่งในช่วงเทศกาลสำคัญ ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ งานปีใหม่ วันลอยกระทง เป็นต้น และยังสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นของที่ระลึกเพื่อวางจำหน่ายในโรงแรมได้ด้วย เช่น การรับซื้อน้ำมันหอมระเหยสกัดจากสมุนไพรไทยในท้องถิ่น มาแปรรูปร่วมกับดอกไม้แห้งเหลือใช้จากงานแต่งงาน งานจัดเลี้ยงของโรงแรม ได้ออกมาเป็นสินค้าถุงหอมสำหรับลดกลิ่นอับในรถและตู้เสื้อผ้าเป็นต้น

ในแง่ของการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นด้านประชาชน โรงแรมสามารถประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาใกล้เคียงเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษากับโรงแรมได้ อีกทั้งยังสามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น จำพวก วัด พิพิธภัณฑ์ ตลาดชุมชนไว้ในโปรแกรมนำเที่ยวได้อีกด้วย เพื่อลดต้นทุนในการจัดส่ง จัดซื้อ และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้สินค้าและบริการของโรงแรมในแบบที่ยากจะลอกเลียนแบบได้

แนวทางเหล่านี้ ครอบคลุมปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวทั้ง 6 ด้าน และเพื่อให้การนำไปปรับใช้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ควรมีการควบคุมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถวัดผลได้ชัดเจนในเชิงตัวเลข ผ่านการแสดงข้อมูลในรายงานค่าใช้จ่ายและปริมาณการใช้พลังงาน และทำการศึกษาผลของการนำแนวทางไปปรับใช้เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว จากทั้งฝั่งบุคลากรผู้ให้บริการ และผู้เข้าพักซึ่งเป็นผู้รับบริการด้วย

ภาคธุรกิจที่กำลังสนใจเข้าร่วมมาตรฐานใบไม้เขียว หรือโรงแรมสีเขียวที่ต้องการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากแขกผู้เข้าพักกลุ่มใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น สร้างประสบการณ์การเข้าพักในโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้แก้แขกผู้เข้าพักโดยที่คุณภาพในการให้บริการยังเต็มเปี่ยม ก้าวทันกระแสรักษ์โลกในยุคปัจจุบัน และยังช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนในการจัดซื้อ ต้นทุนในการจัดจ้างบุคลากร และช่วยลดต้นทุนเกี่ยวกับการใช้พลังงานได้ในระยะยาว สร้างความแตกต่างจากธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน และเพิ่มมูลค่าให้โรงแรมจากภาพลักษณ์การบริการที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม เป็นมิตรต่อโลก สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้สินค้าและบริการของโรงแรมโดยยากที่จะลอกเลียนแบบได้ ดำเนินธุรกิจอย่างเข้มแข็งควบคู่ไปกับการช่วยเสริมความเข้มแข็งอย่างเป็นมิตรให้ชุมชนอีกด้วย

5.7.2 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

เนื่องจากในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มประชากรเป็นแขกผู้เข้าพัก ดังนั้น ในครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนความเป็นโรงแรมสีเขียวของบุคลากรผู้ให้บริการ เพื่อให้มีข้อมูลการวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวครบทั้งฝั่งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

Quantitative Research Questionnaire

RE: Approaches to Developing Factors Affecting to Selecting Green Hotel

Instruction

1. This questionnaire was designed to be used for collecting the data to support the Master's thesis of Miss Sawarin Nilauthai, Master degreestudent of Faculty of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA).

2. This questionnaire is divided into 4 parts as follow:

Part 1: General Information of Respondent

Part 2: The behavioral factors of respondent who check in at green hotels in Bangkok area.

Part 3: The environmental factors of green hotels that affected to the selection to use the service of the hotel in the respondent’s viewpoints.

Part 4: Additional Recommendation

Information received from you will be only used in the research and summarizes the overall results. I certify that no any information will be published or used in other ways.

Sawarin Nilauthai

Researcher

Questionnaire

* *

RE: Approaches to Developing Factors Affecting to Selecting Green Hotel

Part 1: Questionnaire on General Information of Respondents

Instruction: Please tick (**√**) in the box in front of the text that represents the fact most.

1. Sex

☐ Male ☐ Female

2. Age

☐ 15 – 24 Years old ☐ 25– 34 Years old ☐ 35 – 44 Years old

☐ 45 – 54 Years old ☐ 55 – 60 Years old ☐ 60 Years old or more

3. Education level

☐ Undergraduate ☐ Bachelor Degree

☐ Master Degree ☐ Doctor degree

4. Domicile ..... **Continent** .....

1.4.6 Occupation

☐ Student ☐ Government Service/ State Enterprises

☐ Employee ☐ Freelance

☐ Private Business ☐ Retiree

☐ Unemployed ☐ Other (please specify).....

6. Income per month ..... USD

Part 2: The behavioral factors of respondents who check in at green hotels in Bangkok area.

Instruction: Please tick (√) in the box in front of the text that represents your opinion.

7. Guest needs: The factor in decision making in the selection to use the service of hotel.

☐ Service Quality ☐Green Hotel Image ☐ Comfortable Transportation

☐ Reasonable Price ☐ Service Provider ☐ Hotel Ambient

☐ Other (please specify).....

8. Objective of Travel

☐ To Relax ☐ To Visit the relatives

☐ To Study ☐ To Conference and Seminar

☐ To Maintain Health ☐ Other (please specify) .....

9. The person who participate in decision making in the selection to use the service of hotel.

☐ Family ☐ Friend ☐ Colleague

☐ Boyfriend/Girlfriend/Lover ☐ Other (please specify) .....

10. Duration for staying of Respondent

☐ 1 - 3 days ☐ 4 – 6 days

☐ 7 – 9 days ☐ Other (please specify) .....

11. The ways that respondent access the accommodation

☐ Experience from previous checking in ☐ Travel Blogger

☐ Travel and Accommodation Application ☐ Internet

☐ Television ☐ Other (please specify)

Part 3: The environmental factors of green hotels that affected to the selection to use the service of the hotel in the respondent's viewpoints.

Instruction: Please tick (√) in the box in front of the text that represents your opinion.

No.	The environmental factors of green hotels that affected to the selection to use the service of the hotel in the respondent's viewpoints	Level of Important				
		Very High	High	Moderate	Low	Very Low
Policy and Communication Factors:						
12.	You obviously see green hotel policy in the hotel.					
13.	You see that employee has communication or show that the hotel is environmentally conscious.					
14.	You see the introduction of green hotels through various online media.					
15.	You see the hotel has published the work or reward received as the environmental friendly hotel being.					
16.	You see the media advised guests participate in environmental protection in the hotel.					
Waste Management Factors:						
17.	You see that the hotel has promotion of the dumping behavior reduction in the hotel.					
18.	You see the campaign of dumping by type, such as garbage, paper, plastic etc.					

No.	The environmental factors of green hotels that affected to the selection to use the service of the hotel in the respondent's viewpoints	Level of Important				
		Very High	High	Moderate	Low	Very Low
19.	You see that the hotel uses materials that help reduce waste such as the use of glass bottle instead of plastic bottle, various packaging is easily digestible.					
20.	You see the waste treatment activity and reuse in the hotel, such as bio-compost, organic fertilizer, etc.					
21.	You see the benefits of the campaign activity to participate in garbage separation and the waste treatment promotion of the hotel.					
Factors of quality and effectiveness in water use:						
22.	You see that the hotel invites you to use the water in the room economically.					
23.	You see that the hotel reuse wasted water in the hotel.					
24.	You see that the hotel has a good treatment of wastewater systematically and has steps.					
25.	You see that the hotel invites you to keep clean and use the water in public areas such as bathroom and swimming pool economically.					
26.	You see that the hotel has introduced cutting-edge innovations for water use efficiently (such as sensor faucet cutting system in the room).					
Ecological Impact Factors:						
27.	You see the effort to protect the environment of the hotel, such as keeping					

No.	The environmental factors of green hotels that affected to the selection to use the service of the hotel in the respondent's viewpoints	Level of Important				
		Very High	High	Moderate	Low	Very Low
	green area around the hotel.					
28.	You see that hotel operations tend to be environmental friendly.					
29.	You notice that the plants in the hotel are suitable for the weather in Thailand.					
30.	You notice that the hotel environment is shady and rely on technology at the right level.					
31.	You see that the hotel specifies to separate the waste before leaving at the public area.					
Energy Performance and Consumption Factors:						
32.	You can experience the electricity saving of the hotel, such as dimming the light at various places for not too bright and save energy.					
33.	You see the signs invite guests to worthily use energy.					
34.	You see the signs campaign to save energy under the principle of 3 R (Reduce Reuse Recycle).					
35.	You see the signs campaign to press the elevator only in the direction as you want.					
36.	You see that the hotel has the inviting message to reuse the towel, sheet or other equipment in the room to save energy.					
The participation with Community and Local Factors:						
37.	You see that the hotel has product					

No.	The environmental factors of green hotels that affected to the selection to use the service of the hotel in the respondent's viewpoints	Level of Important				
		Very High	High	Moderate	Low	Very Low
	distributions that are environmental friendly.					
38.	You see that the hotel is decorated with materials that are environmental friendly.					
39.	You see that the hotel has tourist attraction promotion in nearby communities into the program.					
40.	You see that the hotel has supporting the community in local, such as schools or agencies.					
41.	You see that the hotel introduces the environmental friendly activities in various important festivals.					

Part 4: Decision Making and Additional Recommendation

No.	Decision Making Behaviour	Agree				
		Very High	High	Moderate	Low	Very Low
42.	You decide to check in because of this hotel is environmental friendly (Green Hotel).					
43.	You will come back to use the service of green hotels in Bangkok again.					
44.	You will introduce the others to use the service of green hotels in Bangkok.					

Recommendation

.....

Thank you very much for taking time in providing

the useful information for this research.

Sawarin Nilauthai

Researcher

บรรณานุกรม

Abhishek Rao KP, & Neresh Nayak P. (2014). Customer's Awareness of Environment-Friendly Initiatives in Hotels. *Proceeding Research*, 1.

Adarsh Batra. (2014). A Study on Green Practices and Perception of Guests in Selected Green Hotels in Bangkok. *Conference Paper, Master of Business Administration, Tourism Management* (p. 2). Bangkok: Assumption University.

Ballinger, Z. &., & Zibarras & Ballinger. (2011). Promoting Environmental Behavior in The Workplace: A Survey of UK Organizations. In D. Barlette (Ed.), *The Psychology of Sustainability in The Workplace* (pp. 84-90). London: BPS.

Barnard, C. I. (1938). The functions of the executive. *Harvard University Press.* Cambridge: Harvard University.

Buckley Ralf. (1995). Where tourism and ecology meet in Hiranburana : Concept design and strategy. *Srinakharinwirot University Press.* (pp. 1-14). Bangkok: Srinakharinwirot University Press.

Ceballos Lascurain. (1991). Tourism, eco-tourism and protected areas in Kusler, (ed) Eco-tourism and Resource Conservation, Vol 1. *Eco-tourism and resource conservation project.* Maryland: The wilife Society.

Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing.* . New York: Van Nostrand Reinhol.

Coltman, Michael M. (1989). *Tourism Marketing.* New York: Van Nostrand Reinhold.

Crist, Costas. (2002). Ecotourism and sustainable Development. *The 6th International Conference 7-8 September 2002.* Bangkok: Institute of Ecotourism, Srinakharinwirot University.

DeFleur, M. L, & Ball-Rokeach, S. J. (1996). *Theories of mass communication.* London: Longman.

Duncan Bentley. (2007). *Taxpayers Rights: Theory Origin and Implementation.* Netherland: Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Elizabeth Boo. (1991). *Tourism: The Business of Travel.* New Jersey: Prentice Hall.

Foster , S.T, Sampson ,S.E. , & Dunn ,S. . (2000). The impact of customer contact on environmental initiatives for service firms. *International Journal of Operations & Production Management 20 (2)*, 187 – 203.

Gibson, A., Dodds, R., Joppe, M., & Jamieson, B. (2003). Ecotourism in the city? . *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15(6)*, 324-327.

Gunn, Clare A. (1994). *Environmental Design and Landusec, Travel Tourism and Hospitality Research a Handbook for Managers and Researchers.* New York: John Wiley & Sons.

Hanna, N. , & Wozniak, R. . (2001). *Consumer behavior: An applied approach Upper Saddle River.* NJ: Prentice Hall.

Hyeryeon Lee, Tun-Min (Catherine), & Jai Xu Li. (2016). Guests Perceptions of Green Hotel practices and Management Responses on TripAdvisor. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol. 7 Is 2*, 182-199.

James B, Aday, Kelly V, & Phelan. (2011). *Tourist's Perceptions of Eco-Sustainable Practices While Traveling.* Texas: Thesis of Department of Nutrition, Hospitality and Retailing, Texas Tech University.

James, Jr. Donnes, Gibson L, John M. , & Ivancevic. (1971). *Fundamentals of Management. Dallas.* Texas: Publication. Inc.

Kang, K.H, Stein, L, Heo, C.Y., & Lee, S. . (2012). Customers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management 31*, 564-572.

Kanuk Leslie Lazar, & Schiffman Leon. (2003). *Consumer Behavior.* Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.

Kelly, J., & Williams, P.W. (2007). Modeling Tourism Destination Energy Consumption and Greenhouse Gas Emissions: Whistler, British Columbia, Canada. *Journal of sustainable tourism, 15(1)*, 67-90.

Lam, J. C, & Ng, A.K.W. . (1994). Energy Consumption in Hong Kong. *The energy International Journal, 19(11)*, 1157-1164.

Lauren Doberty. (2013). *Environmental Sustainability Practices in the Hospitality Industry of Orange County, California.* Thesis of Bachelor of Science, Faculty of Recreation, Parks & Tourism Administration Department, California Polytechnic State University San Luis Obispo.

Luekveerawattana R. (2018). Key Factors Affecting of Tourists' Decisions to Stay at Environmental Friendly Hotels. *Polish Journal of Management Studies, Vol.17, No.2*.

Makower, J. (2009). *Strategies for the Green Economy: An Evening with Bestselling Author Joel Makower.* San Francisco: CA: The University Club.

McIntosh R.W., & Goeldner C.R. . (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies.* New York: John Wiley & Son.

Ministry of Energy. (2017, January 6). *Thailand Energy Efficiency Development Plan.* Retrieved from http: / / www. renewableenergy-asia. com: http: / / www. renewableenergy-asia.com/Portals/0/seminar/Presentation/03Overview%20of%20Energy%20Efficiency%20Developmen

Moody, Pual. (1983). *Decision Making Proven Methods for Better Decision.* Singapore: McGraw-Hill Book.

NOAA. (2016). *Possible Artifacts of Data Biases in the Recent Global Surface Warming Hiatus.* USA: LMI, McLean, VA.

Nontipak Pianroj. (2012). *Perceived Customer Loyalty Toward Green Hotels: A Study of International Tourists in The South of Thailand.* Martin de Tour School of Management and Economics, Assumption University.

Ratni Prima Lita, Sari Surya, M. Ma' ruf, & Laura Sya. (2014). Green Attitude and Behavior of Local Tourists Towards Hotels and Restaurants in West Sumatra,Indonesia. *4th International Conference on Sustainable Future for Human Security, SustaiN 2013.*

Rosamarin A, & Yueh Hsiu Lin. (2013). Investigating Barriers to Impelmenting the Green Leaf Certification by Small-and Medium- sized Hotels in Thailand. *Team Journal of Hospitality and Tourism, Vol.10, Issue 1, December 2013*, 43-51.

Shugg, J., Hewitt, H., Cohen, C., Stanford, A., & Wood, N. (2007, January 6). *Travelers' pulse survey.* Retrieved from http: / / www. tourism. australia. com: http://www.tourism.australia.com/content/News%20Centre/TravellersPulsePublic.pdf.

Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior. (3rd ed).* New York: The free Press.

Smith et all. (2008). *Historical Merged Land-Ocean Surface Temperature Analysis (1880-2006).* Maryland: College Park.

Stark, Elizabeth. (1993). *Ecotourism, Information Please Environment Almanac.* Boston: Houg Mifflin.

The International Ecotourism Society. (2017, January 6). *What is eco-tourism?* Retrieved from http: / / www. ecotourism. org: http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism__The_International_Ecotourism_ Society.htm

Tinsley, S. (2001). *Environmental Management Plans Demystified: A Guide to implementing Iso 14001.* New York: Spon Press.

Western. (2017, January 6). Retrieved from http://www.dnp.go.th/npo/html: http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html

Worl Tourism Organization , & United Nation. (2008). *Climate Change snd Tourism – Responding to Global Challenge.* Madrid, Spain: World Tourism Organization (WTO).

Xing Han. (2013). *Perception of Green Hotels among Toutists in Hong Kong: An Exploratory Study.* Lanzhou : Lanzhou University.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis. Third edition.* New York: New York: Harper and Row.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis. Third edition.* New York: Harper and Row Publication, l.

Yeung, S. (2004). Hospitality ethics curriculum: An industry perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality*, 253-262.

กตวรรณ วารีรินสิริ. (2556). ความตั้งใจในการเลือกเข้าพักโรงแรมสีเขียว. *การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์.* คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กมล รัตนวิระกุล. (2549). *การจัดการยุคใหม่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (พิมพ์ครั้งที่ 1).* กรุงเทพมหานคร: บริษัทแอดวานซ์ ฮอสปิตาลิตี้ คอนซัลแตนท์ จำกัด.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560, มีนาคม 20). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในปี 2559.* Retrieved from http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25516

กรมป่าไม้. (2548, มกราคม 2560 6). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.* Retrieved from http.//www.forestgo.th/wefcom/part2tat.html

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2558). *คู่มือประเมินสำนักงานสีเขียว.* กรุงเทพฯ: คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2558-2562. pp. 22-23.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนส์ บิสเนส เมเนจเม้นท์ จำกัด.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560, มีนาคม 1). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.* Retrieved from http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *คู่มือท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ.* กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ขวัญอิสรา นัยวินิจ. (2554). แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมโรงแรม. เขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*

จริยา ศรีจรูญ. (2559). การรับรู้การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขต. *วารสาร Southeast Bangkok*, 16-31.

จักรชัย ชุ่มจิตต์, ธันยาธร จอดเกาะ, & มาลี หุตะเจริญ. (2555). *เกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีเขียว.* กรุงเทพฯ.

จิรพล สินธุนาวา. (2545). *การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมด้วยการลดการใช้พลังงาน.* กรุงเทพฯ: คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

เจษฎาลักษณ์, ป. พ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการ Veridian Silpkorn ปีที่ 9 ฉบับที่ 2*, 857-872.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.* กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.

ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). *การวางแผนและการจัดนำเที่ยว พิมพ์ครั้งที่ 1.* กรุงเทพ: บริษัท วิรัตน์ เอ็ด ดูเคชั่น จำกัด.

ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* กรงเทพ: สามลดา.

เฉลิมเกียรติ สูงสว่าง. (2552). การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. *วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

ชนิดาภา วรณาภรณ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์ กระทรวงสาธารณสุข.* สารนิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

ชลธิชา เตชวัชรมงคล. (2559). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.* ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชัยวัฒน์ ปัญจพงศ์ และณรงค์ เทียนส่ง. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช 2.

แซ่เฮีย, ร. (2556). *ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพการบริการ ส่วนผสมทางการตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.: การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

ฐิรชญา มณีเนตร. (2551). *การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.* เอกสารประกอบการสอนวิชาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). *แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว (รายงานวิจัย).* กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ณรงค์ อยู่เย็น. (2562, มีนาคม 11). แนวทางการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว: โรงแรม เซนจูรี่ ปาร์ค อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ. (สวรินทร์ นิลอุทัย, Interviewer)

ณัชชา บางท่าไม้ และชัยสิทธิ์ นวลจันทร์. (2552). ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 56-71.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2557). *มนุษยสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: วังอักษร.

เตือนใจ ศรีชฎา. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 12 ฉบับที่ 1*, 248-258.

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (2560, มีนาคม 25). *10 สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำในกรุงเทพมหานคร.* Retrieved from http: / / suvarnabhumiairport. com/ th/ popular-destinations/1898/10-สถานที่เที่ยวแนะนำในกรุงเทพมหานคร.

ธนกฤต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 1).* นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนวรรณ มงคล และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2557). ทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการของโรงแรมสีเขียว. *การประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 321-332.

ธนะวิทย์ เพียรดี และ มาฆฤกษ์ ชูช่วย. (2559). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม กรณีศึกษา โรงแรมขวัญมอ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7*, 1233-1247.

ธาดา สมานิ. (2562). นวัตกรรมบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ 14, ฉบับที่ 1, มกราคม-มิถุนายน*, 103-110.

ธีชวัน ญาณอุดม. (2554). *พฤติกรรมการอนุรักษ์ป่าชายเลนของประชาชนในท้องถิ่น: กรณีศึกษาตำบลหงาว อำเภอเมือง จังหวัดระนอง.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตสาขาสังคมศาสตร์ (สิ่งแวดล้อม) คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

นงนุช อิ่มพิทักษ์. (2540). *การยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาวิทยาลัยพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข: กรณีศึกษา วิทยาลัยพยาบาลในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก.* วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

นาตยา เจริญผล. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย.* การค้นคว้าอิสระ สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.

นิตยา พร้าวราม. (2558). *แนวทางพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน กรณีศึกษา: โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว,มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.

นิศา ชัชกุล. (2551). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พิมพ์ครั้งที่ 2.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.* กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.* นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง.

บุญส่ง นับทอง. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่.* สุราษฎร์ธานี.: วิทยานิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

บุศริน วงศ์วิวัฒนา. (2559). แนวทางการดำเนินธุรกิจโรงแรมใบไม้เขียวภายใต้คุณภาพการบริการในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. *ประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 11*, (pp. 552-565).

บุษกร ดำคง. (2542). *ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และ 6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ประภาพร ยศไกร และ สุชนนี เมธิโยธิน. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวจีน.* ชลบุรี: บทความวิจัย มหาวิทยาลัยบูรพา. .

ปรัชญกุล ตุลาชม. (2551). *การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระแก้ว.* ชลบุรี: การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21, พิมพ์ครั้งที่ 1.* กรุงเทพฯ: บริษัท ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พริ้นติ้ง จำกัด.

ปิยะ ประทีปรักมณี. (2546). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ชายทะเลบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพมหานคร: วิทยาพนธ์ไทย.

ปิยะดา วชิระวงศกร และ อุษณีย์ ทีมสูงเนิน. (2558). การประเมินการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการประเภทโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม ปีที่ 11 ฉบับที่ 1/2558*, 99-113.

ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์. (2546). *เอกสารการสอน ระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา พิมพ์ครั้งที่ 4.* ปัตตานี : ฝ่ายเทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. .

พงศธร เกษสำลี. (2530). การพัฒนาการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมจริงเหรอ. *จุลสารการท่องเที่ยว ฉบับที่ 6*, 11-15.

พรเพ็ญ จรัญนฤมล. (2542). *บทบาทผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ศึกษาเฉพาะกรณีอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย.* เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ รป.ม. สาขารัฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพฑูรย์ พงศะบุตร. (2560, มกราคม 6). *ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ ฉบับที่ 27.* Retrieved from http://guru.sanook.com: http://guru.sanook.com/enc_preview.php?id=1947&source_location=2)

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร. (2542). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์.* กรุงเทพฯ : ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2537). *การท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า รักษาสิ่งแวดล้อม.* กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2551). *โรงแรมใบไม้เขียว บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.* กรุงเทพฯ: มูลนิธิใบไม้เขียว และโรงแรมรามาการ์เด้น.

ภาวนา วัชรเสถียร. (2545). *การประหยัดพลังงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.* ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภีรดา ศิรกฤชโสภณ. (2560). การอนุรักษ์พลังงานแบบมีส่วนร่วมโรงพยาบาลอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 45-73.

มนัส สุวรรณ. (2549). *การจัดการสิ่งแวดล้อม หลักการและแนวคิด พิมพ์ครั้งที่ 2.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ โอเดียน สโตร์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). *เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย นนทบุรี.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มามาก, ส. (2554). *รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา : บ้านอาลึ โฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์.* ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

มูลนิธิใบไม้สีเขียว. (2560 , มกราคม 26). *มาตรฐานโรงแรมใบไม้เขียว.* Retrieved from http: / / www. greenleafthai. org: http://www.greenleafthai.org/th/green_standard/

มูลนิธิพลังงานเพื่อสิ่งแวดล้อม. (2560, มกราคม 21). *ศักยภาพในการผลิตก๊าซชีวภาพ.* Retrieved from http://www.efe.or.th/: http://www.efe.or.th/

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผ้รับสาร.* กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระชานนท์ ทวีผล และคณะ. (2560). การให้บริการแบบมืออาชีพของโรงแรมประเภทบูติค ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1*.

รุ่งทิพย์ บำรุงสุข. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา: เขตลุ่มน้ำแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม.* ปทุมธานี: ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี.

รุจิยา แก้วไทรเทียน. (2548). *การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม.* กรุงเทพฯ.

วรกมล ทำทัน. (2544). *พฤติกรรมการใช้น้ำของครัวเรือนในเขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร.* ปริญญานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต .

วันวิสา วัลย์ดาวม. (2553). *การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดกระบี่.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วัลลี ธีรานันตชัย. (2547). *พฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้าของบุคลากรโรงพยาบาลทั่วไป จังหวัดราชบุรี.* วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

วัลลีพันธ์ สถิตยุทธการ, สำอาง หิรัญบูรณะ , & พะยอม ธรรมบุญ. (2538). *The Greening of Thai Hotel.* กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิภาวี กล่ำพบุตร. (2553). *ทัศนคติและความคล้อยตามสิ่งอ้างอิงของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม.* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.: สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารการตลาด.

วิษณุ ตรีเวทย์ศิลป์. (2561, กรกฎาคม 18). แนวทางการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว: โรงแรมสวิส โฮเต็ล เลอ คองคอร์ด รัชดาฯ. (สวรินทร์ นิลอุทัย, Interviewer)

วีรยา จยาวรรณ. (2548). *สถานภาพสิ่งแวดล้อม ชุมชนและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษา ชุมชนป้อมมหากาฬ กรุงเทพมหานคร.* มหาวิทยาลัยมหิดล: วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย.

วุฒิชัย จำนงค์. (2523). *พฤติกรรมการตัดสินใจ.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศรีพร สมบุญธรรม. (2536). โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการการทองเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช. *จุลสารการท่องเที่ยว: การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*.

ศรีพร สมบุญธรรม. (2536). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *จุลสารการท่องเที่ยว ฉบับที่ 12*, 25-30.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing Management).* กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ศุภโชค อินทจักร์. (2552). *ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงแรมริเวอร์ จังหวัดนครปฐม.* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ. (2560, มกราคม 21). *เครือข่ายการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจไทย.* Retrieved from http://www2.mtec.or.th/website/article_list.aspx?id=46&cate=26.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.* กรุงเทพฯ:: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สมพงศ์ โสทะรักษ์, & กองกูณฑ์ โตชัยวัฒน์. (2013). กระบวนการพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาวภายใต้มาตรฐานโรงแรมสีเขียวของอาเซียนสำหรับผู้ประกอบการไทย. *Build Environment Research Associates Conference, BERAC 4, 2013, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University.* กรุงเทพฯ: Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University.

สมพร พิมลรัตน์. (2545). *แรงจูงใจในการประเมินพลังงานไฟฟ้าของครัวเรือนในจังหวัดพะเยา.* วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สฤษฎ์ แสงอรัญ. (2560, มกราคม 18). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (Ecotourism).* Retrieved from http: / / www. dnp. go. th: http://www.dnp.go.th/NPO/html/Tour/Eco_Tour.html

สานิตย์ หนูนิล, & ประสพชัย พสุนนท์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา โรงแรมดุสิต ปริ๊นเซส ศรีนครินทร์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 8 ฉบับที่ 1*, 16-33.

สายันห์ ปัญญาทรง. (2544). *พฤติกรรมการอนุรักษ์แม่น้ำของอาสาสมัครพิทักษ์แม่น้ำน้อยในจังหวัดสิงห์บุรี.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2560, มกราคม 2). *พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522.* Retrieved from http: / / www. oic. go. th/ : http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/00000133.PDF

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560, มีนาคม 1). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11*. Retrieved from http: // www.nesdb.go.th/ Default.axpx? tabid395: http:// www.nesdb.go.th/ Default.axpx? tabid395

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560, มกราคม 23). *ประชุมเมืองไทย ตามสไตล์กรีนมีติ้ง.* Retrieved from http: / / 7greens. tourismthailand. org/ th/ : http://7greens.tourismthailand.org/th/green_news/detail/371

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560, มกราคม 26). *สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2552-2559.* Retrieved from http: / / service. nso. go. th: http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.htm

สืบชาติ อันทะไชย. (2560, มกราคม 23). *หลักการตลาด.* Retrieved from http://www.udru.ac.th: http://www.udru.ac.th /attachments/elearning/07/

สุกัญญา พยุงสิน. (2560, มกราคม 21). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* Retrieved from http://202.28.120: http://202.28.120.18/2009/online/main_MK2/main.html

สุภาพร พุ่มสิโล. (2560, มกราคม 21). *มาดูกันว่าพฤติกรรมผู้บริโภคคืออะไร.* Retrieved from http://www.learners.in.th: http://www.learners.in.th/blogs/posts/262406

สุวรีย์ ศิริโภคาภิรมย์. (2546). *การวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3).* ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.

สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). *หลักการตลาด.* กรุงเทพมหานคร: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

สุวิทย์ ยอดมณี. (2536). การพัฒนาการท่องเที่ยวกับนิเวศทัศนา. *วารสารการส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ฉบับที่ 5*, 2-4.

เสรี วังส์ไพจิตร. (2537). *ท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน.* กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เสรี เวชบุษกร. (2560, มกราคม 6). *ส่วนนันทนาการและสื่อความหมาย สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยาน สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.* Retrieved from http://www.dnp.go.th: http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html

หงสกุล เมสนุกูล. (2555). *แนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักตามมาตรฐานโรงแรมใบไม้สีเขียวของซิกเซ้นส์ ไฮอเวย์ เกาะยาวน้อย จังหวัดภูเก็ต.* นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

องค์กรการท่องเที่ยวโลก ใน จารุวรรณ เกษมทรัพย์. (2006). *การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.* กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยร่วมทางวิศวกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

อนันต์ วัฒนกุลจรัส. (2555). *เศรษฐกิจการท่องเที่ยวมหภาค พิมพ์ครั้งที่ 1.* เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.

อรุณี ลอมเศรษฐ์. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อาทิตย์ ศิริธร. (2541). *วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของไทย ปีพุทธศักราช 2545.* กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

อิสิชัยกุล, ร., & รชพร จันทร์สว่าง. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.* นนทบุรี.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล สวรินทร์ นิลอุทัย

ประวัติการศึกษา

1. ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.)
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี ปี พ.ศ.2557
2. ประกาศเกียรติคุณเป็นผู้ได้รับทุนส่งเสริมการศึกษาประเภทที่ 2 (Partial II Scholarship) หลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะการจัดการการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา 2557
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
3.ประกาศเกียรติคุณรางวัลเรียนดี หลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา 2558
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
4. เกียรติบัตรเข้าร่วมและนำเสนอบทความวิชาการในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ในหัวข้อ "ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว การบริการ และผู้ประกอบการในยุคพลิกผัน"
คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน

1. นักวิจัย ในโครงการวิจัยของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงแข บุญศิริ
คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2. ผู้ช่วยผู้จัดการ ธุรกิจส่วนตัว (อพาร์ทเม้นท์)