

องค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ส่งผลต่อคุณค่า
แห่งความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร
SIGNIFICANCE OF BUSINESS MODEL FOR SUSTAINABILITY
ELEMENTS THAT AFFECT SUSTAINABILITY VALUES
OF SMALL HOTELS IN BANGKOK



¹ศศิกานต์ จรณะกรณีย์, ²ปิยพร ทำจิ้น และ ³บังอร พลเตชา

¹Sasikarn Charanakaran, ²Piyaporn Thacheen and ³Bungon Poltecha

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ประเทศไทย
Chandrakasem Rajabhat University, Thailand

¹sasikarn.ch@chandra.ac.th, ²piyaporn.ta@chandra.ac.th, ³ms.bungon@gmail.com

Received :November 10,2023; Revised :November 2, 2023; Accepted :December 1,2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญขององค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่มีต่อคุณค่าแห่งความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน จำนวน 170 แห่ง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 709 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.702 – 0.837 ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเชื่อมั่น (Composite Reliability - CR) เทคนิค Harman's Single-factor Test และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร (Confirmatory Factory Analysis) การศึกษาองค์ประกอบด้านการกำหนดมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมากกว่าองค์ประกอบอื่น ($\bar{X} = 3.84$) ด้านการสร้างและส่งมอบมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืนพบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสร้างและ

¹ นักศึกษา, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

² รองศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ส่งมอบคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมมากกว่าองค์ประกอบอื่น ($\bar{X} = 3.85$) ด้านการถือครองมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการถือครองคุณค่าทางสังคมมากกว่าองค์ประกอบอื่น ($\bar{X} = 3.92$) องค์ประกอบของคุณค่าแห่งความยั่งยืนในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณค่าแห่งความยั่งยืนในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณค่าแห่งความยั่งยืนด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา คือ คุณค่าแห่งความยั่งยืนด้านการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.86$) และการจัดการความยั่งยืน ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: แบบจำลองธุรกิจ, ความยั่งยืน, โรงแรมขนาดเล็ก

Abstract

The purpose of this research was to study the significance of business model for sustainability elements that affect sustainability values of small hotels in Bangkok. The sample group used in this research was 170 small hotels in inner Bangkok. The total sample group was not less than 709 samples. The research tool was a questionnaire with a reliability between 0.702 - 0.837 using content analysis and statistics used in the analysis include percentage, frequency distribution, mean, median, standard deviation. Composite Reliability (CR), Harman's Single-factor Test technique and Confirmatory Factory Analysis. Studying the components of value proposition found that overall, respondents had a high level of opinion. When considering each element, it was found that respondents gave more importance to Environmental Value Proposition than other elements ($\bar{X} = 3.84$). In terms of Value Creation and Delivery, it was found that overall, respondents gave importance to it at a high level. When considering each element, it was found that respondents gave more importance to Environmental Value Creation and Delivery than other elements ($\bar{X} = 3.85$). In terms of Value Capture, it was found that overall, respondents gave importance to it at a high level. When considering each element. When considering each component, it was found that respondents gave more importance to Social Value Capture than other components ($\bar{X} = 3.92$). Components of Sustainability Value Overall, respondents attach high importance to the value of sustainability. When considering each element, it was found that respondents gave more importance to the value of Technology Innovation than other elements ($\bar{X} = 3.92$), followed by Environmental Communication ($\bar{X} = 3.86$) and Sustainability Management ($\bar{X} = 3.81$) respectively.

Keywords: Business models, Sustainability, Small hotels

บทนำ

นโยบายจากรัฐบาลได้ส่งสัญญาณถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ทราบถึง ความคาดหวังและแรงสนับสนุนจากภาครัฐ ให้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มิใช่เพียงเศรษฐกิจระดับฐานรากอีกต่อไป ดังปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560 - 2564) กำหนดให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและความสามารถแข่งขันดังกล่าว จะเกิดขึ้นได้ด้วยการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจให้มากขึ้น และวัดผลสำเร็จได้จากสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (Gross Domestic Product, GDP) ทั้งประเทศเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 45 เมื่อสิ้นสุดแผนฯ ในปี 2564 (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560-2564 : 85) โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจากธุรกรรมการผลิต (Production) การค้า (Trading) ทำหน้าที่สนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนเป็นจุดเริ่มต้นของการลงทุนที่จะเติบโต เป็นกิจการขนาดใหญ่ในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นกลไกการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น เป็นทั้งแหล่งรายได้เพื่อเลี้ยงชีพตนเองโดยไม่จำเป็นต้องย้ายถิ่น และยังเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญที่ช่วยกระจายรายได้ไปยังทุกพื้นที่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะวิสาหกิจประเภทที่พักแรมและบริการด้านอาหารที่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมให้กับประเทศได้ถึง 700,027 ล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) แนวโน้มที่ดีเช่นนี้ดึงดูดให้ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยเข้ามาเปิดธุรกิจประเภทที่พักแรมมากขึ้น ทำให้ธุรกิจที่พักแรมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจที่พักแรมสูงขึ้นเรื่อยๆ

แม้ว่าการเจริญเติบโตและการแข่งขันของธุรกิจที่พักแรมจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศและผู้บริโภคได้มีทางเลือกมากขึ้น การเติบโตดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเช่นกัน โดยเฉพาะการปล่อยน้ำเสีย มลภาวะทางเสียงและทัศนียภาพ ผลกระทบต่อชีวิตประจำของชุมชน โดยเฉพาะการใช้พลังงานไฟฟ้า ดังจะเห็นได้จากรายงานสถิติพลังงานของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2563 (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน, 2563 : 94) ในปี พ.ศ. 2562 ธุรกิจที่พักแรมใช้พลังงานไฟฟ้าสูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากธุรกิจห้างสรรพสินค้า ก่อนจะลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID19 อันนำไปสู่มาตรการระงับการให้บริการที่พักแรม ในปี พ.ศ. 2563 โดยโรงแรมแต่ละแห่งจะต้องรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนของตนผ่านระบบ Google My Business เพื่อให้ Google แสดงป้ายกำกับ “Eco-certified” ประเมินจากบุคคลที่สามนี้จะต้องเน้นไปที่ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างน้อย 4 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ การลดของเสีย และการจัดหาอย่าง

ยั่งยืน โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ 4 ประการ หนึ่งในนั้นระบุถึงการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ให้มีส่วนช่วยในการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมให้ร่วมสมัยได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งกำหนดให้ 1 ใน 6 ตัวชี้วัดหลัก คือ อันดับผลการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ไม่เกินอันดับที่ 35 (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรมในประเทศไทย พบว่างานวิจัยส่วนมากเป็นการศึกษาเกี่ยวกับโรงแรมขนาดใหญ่ ภายใต้สมมติฐานที่ว่า โรงแรมขนาดใหญ่สร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากกว่า (सानิตย์ หนูนิล, 2559) ทำให้ละเลยการศึกษาธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจระดับฐานรากของประเทศได้โดยตรง ส่วนการศึกษาโรงแรมขนาดเล็ก ส่วนมากจะเป็นการศึกษาปัจจัยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันเป็นหลัก (ภัทรภร ชัยพุทธนพันธ์ และราณี อธิชัยกุล, 2554; สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2559; นันทสรี สุขโต และจิรโอ-ชิง ลิน, 2559; วัฒนา ทนงค์แผง และชวลีย์ ญกลาง, 2560; สุชัยสินี คงทวีทรัพย์, 2560) แม้จะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาเรื่องความยั่งยืนในธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็ก เป็นเพียงการแยกศึกษาตามองค์ประกอบของความยั่งยืน ได้แก่ การศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์, 2561) และการศึกษาถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (สุพิร ดาวเรือง และชวนชื่น อัคระวนิชชา, 2562) ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องความยั่งยืนของโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กโดยภาพรวม เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบของการจัดการอย่างยั่งยืน และการศึกษาประเภทและแนวคิดหลักของโรงแรมที่ได้รับรางวัลจากโครงการ “พอแล้วดี” (บุหลันฉาย สมรณเรศวร์, อมรา รัตตากร, และ ชยุตม์ วัฒนา, 2561, อรุณวรรณ ปราภพาล, 2563) แต่ยังขาดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็กให้เป็นธุรกิจที่สร้างความยั่งยืน

จากข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาระดับความสำคัญขององค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ส่งผลต่อคุณค่าแห่งความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็กในการเข้าสู่การเป็นที่พักแรมที่มีมาตรฐานระดับโลก เป็นที่ยอมรับในระดับสากล สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และดำเนินธุรกิจได้อย่างมีคุณค่าต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความสำคัญขององค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ส่งผลต่อคุณค่าแห่งความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพฯ ชั้นในที่ตั้งอยู่ใน 21 เขตการปกครอง ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตยานนาวา เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตคลองเตย เขตจตุจักร เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตดินแดง และเขตวัฒนา จำนวน 292 แห่ง (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotel Association, THA) มีขอบเขตเชิงพื้นที่ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นในเท่านั้น และต้องมีลักษณะทางกายภาพ ดังนี้ เป็นโรงแรมขนาดเล็กทั้งที่ได้รับ การออกแบบก่อสร้างขึ้นมาใหม่ หรือดัดแปลงการใช้งานมาจากอาคารประเภทอื่น มีขนาดพื้นที่ก่อสร้างไม่เกิน 4,000 ตารางเมตร และมีห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง คำนวณขนาดตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามสูตรของยามาเน (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมขนาดเล็ก จำนวน 170 แห่ง ต้องเก็บข้อมูลให้ได้โรงแรมละไม่ต่ำกว่า 3 คน ประกอบด้วย เจ้าของโรงแรม ผู้ถือหุ้นและพนักงาน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า 510 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) การกำหนดมูลค่าทางเศรษฐกิจ 2) การกำหนดคุณค่าทางสังคม 3) การกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม 4) การสร้างและส่งมอบมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5) การสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสังคม 6) การสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม 7) การถือครองมูลค่าทางเศรษฐกิจ 8) การถือครองคุณค่าทางสังคม 9) การถือครองคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม 10) การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม 11) ความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร 12) การอนุรักษ์พลังงาน 13) ด้านการจัดการความยั่งยืน และ 14) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยวิธีคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach α -Coefficient) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีค่าระหว่าง 0.702 – 0.837

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลตามประเภทของข้อมูลที่ได้รับ ดังมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและสื่ออื่นที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมขนาดเล็ก สถิติและข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะได้รับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อค้นหาสถานการณ์ปัจจุบัน ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจที่พักโรงแรมขนาดเล็กและแนวปฏิบัติที่นำไปสู่ความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพฯ

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความเชื่อมั่น (Composite Reliability - CR) เทคนิค Harman's Single-factor Test (Podsakoff, et al. 2003, Reio. 2010) และยืนยันความถูกต้องขององค์ประกอบในแบบจำลองจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร (Confirmatory Factory Analysis)

ผลการวิจัย

จากการตรวจสอบค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตรวจสอบค่าอิทธิพลของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนด้วยวิธีการทางสถิติ สามารถอธิบายระดับความสำคัญขององค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ส่งผลต่อคุณค่าแห่งความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครได้ดังนี้

1. การกำหนดมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน

การศึกษาองค์ประกอบด้านการกำหนดมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการกำหนดมูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมากกว่าองค์ประกอบอื่น แสดงดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของการกำหนดมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน ภาพรวม

การกำหนดมูลค่าและคุณค่า		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	การกำหนดมูลค่าทางเศรษฐกิจ	3.78	0.800	มาก
2.	การกำหนดคุณค่าทางสังคม	3.83	0.856	มาก
3.	การกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	3.84	0.847	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการกำหนดมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.800) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการออกแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.966) รองลงมา คือ การเก็บข้อมูลของผู้เข้าพักเพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 2.089) และการเปิดเผยข้อมูลทางด้านการเงินให้พนักงานทุกคนได้ทราบ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.165) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญการกำหนดคุณค่าทางสังคมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.856) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการกำหนดผู้มีส่วนได้เสียภายนอกในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .919) รองลงมา ได้แก่

การได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ($\bar{X} = 3.89, S.D. = 1.067$) และการกำหนดผู้มีส่วนได้เสียภายใน ($\bar{X} = 3.85, S.D. = 1.185$) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในด้านการกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84, S.D. = 0.874$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการประกาศขอบเขตการให้บริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นลายลักษณ์อักษร ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26, S.D. = 1.022$) รองลงมา ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.84, S.D. = 1.120$) และการกำหนดขอบเขตการให้บริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.80, S.D. = 1.185$) ตามลำดับ

2. การสร้างและส่งมอบมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน

การศึกษาองค์ประกอบด้านการสร้างและส่งมอบมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการสร้างและส่งมอบมูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมมากกว่าองค์ประกอบอื่น แสดงดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของการสร้างและส่งมอบมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน ภาพรวม

การสร้างและส่งมอบมูลค่าและคุณค่า		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	การสร้างและส่งมอบมูลค่าทางเศรษฐกิจ	3.83	0.849	มากที่สุด
2.	การสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสังคม	3.84	0.876	มาก
3.	การสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	3.85	0.867	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการสร้างและส่งมอบมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83, S.D. = 0.849$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการกำหนดพันธกิจที่เกี่ยวข้องและให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ($\bar{X} = 4.32, S.D. = 1.024$) รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับธุรกิจอื่น ถ้าธุรกิจนั้นดำเนินงานตามหลักความยั่งยืน ($\bar{X} = 3.92, S.D. = 1.114$) และการออกแบบช่องทางการให้บริการของโรงแรมที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 3.79, S.D. = 1.130$) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยการสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสังคมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84, S.D. = 0.876$) ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่า ชุมชนสามารถสร้างผลกระทบทางลบให้กับโรงแรมได้ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.938$) รองลงมา ได้แก่ การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนและสังคม ($\bar{X} = 3.81, S.D. = 1.142$) และผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่า ชุมชนสามารถสร้างผลกระทบทางบวกให้กับโรงแรมได้ ($\bar{X} = 3.80, S.D. = 1.207$) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.867) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) ที่ดำเนินงานตามหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.971) รองลงมา ได้แก่ การผลิตและการให้บริการทุกขั้นตอนคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 1.096) และโรงแรมให้ความรู้พนักงานทุกคนเกี่ยวกับหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.154) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการถือครองมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน

การศึกษาของค์ประกอบด้านการถือครองมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการถือครองมูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการถือครองคุณค่าทางสังคมมากกว่าองค์ประกอบอื่น ($\bar{X} = 3.92$)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของการสร้างและส่งมอบมูลค่าและคุณค่าแห่งความยั่งยืน ภาพรวม

การถือครองมูลค่าและคุณค่า		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	การถือครองมูลค่าทางเศรษฐกิจ	3.79	0.929	มาก
2.	การถือครองคุณค่าทางสังคม	3.92	0.836	มาก
3.	การถือครองคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม	3.81	0.886	มาก

จากตาราง 3 พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการถือครองมูลค่าทางเศรษฐกิจ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.929) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การดำเนินงานตามหลักความยั่งยืนมีส่วนช่วยลดต้นทุนของโรงแรม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 1.038) รองลงมา ได้แก่ การรักษาสมาคมระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 1.162) และความสามารถสร้างรายได้หลากหลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.183) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญการถือครองคุณค่าทางสังคม ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.836) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการประเมินผลกระทบที่สังคมได้รับจากการดำเนินธุรกิจของโรงแรมในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 1.015) รองลงมา ได้แก่ การรับพนักงานที่มาจากกลุ่มผู้ด้อยโอกาสมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไรให้โรงแรม ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.952) และการรับพนักงานที่มาจากกลุ่มผู้ด้อยโอกาสมีส่วนช่วยลดต้นทุนให้โรงแรม ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 1.122) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการถือครองคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.886) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดหรือร่วมกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = .999) รองลงมา ได้แก่ การระบุ “กิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ไว้ในแผนธุรกิจของโรงแรม ($\bar{X} =$

3.93, S.D. = 1.139) และกระบวนการให้บริการของโรงแรมมีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = 1.155) ตามลำดับ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าแห่งความยั่งยืน

การศึกษาองค์ประกอบของคุณค่าแห่งความยั่งยืน ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณค่าแห่งความยั่งยืนในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ คุณค่าแห่งความยั่งยืนด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมากกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ($\bar{X}$ = 3.92) รองลงมา คือ คุณค่าแห่งความยั่งยืนด้านการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 3.86) และการจัดการความยั่งยืน ($\bar{X}$ = 3.81) ตามลำดับ ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของคุณค่าแห่งความยั่งยืนภาพรวม

คุณค่าแห่งความยั่งยืน		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม	3.86	0.879	มาก
2.	ความรับผิดชอบต่อสังคม	3.78	0.908	มาก
3.	การอนุรักษ์พลังงาน	3.78	0.908	มาก
4.	การจัดการความยั่งยืน	3.81	0.892	มาก
5	นวัตกรรมทางเทคโนโลยี	3.92	0.916	มาก

จากตาราง 4 พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.879) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการให้ความรู้กับลูกค้าเกี่ยวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = .705) รองลงมา ได้แก่ การติดป้ายหรือสัญลักษณ์เกี่ยวกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อมของโรงแรมอย่างชัดเจน ($\bar{X}$ = 3.90, S.D. = 1.080) และเรื่องสิ่งแวดล้อมได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากชุมชน ($\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 1.259) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.908) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามกฎหมายและบรรทัดฐานของสังคม ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.978) รองลงมา ได้แก่ ความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม ($\bar{X}$ = 3.85, S.D. = 1.172) และเคารพและปกป้องสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ($\bar{X}$ = 3.82, S.D. = 1.107) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พลังงานในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.908) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการจัดซื้อสินค้าหรืออุปกรณ์ที่มีเครื่องหมายการประหยัดพลังงาน ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.932) รองลงมา ได้แก่ การออกแบบพื้นที่เพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีการระบายอากาศและประหยัดพลังงาน ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = 1.087) และการใช้พลังงานทางเลือก ($\bar{X}$ = 3.75, S.D. = 1.233) ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการจัดการความยั่งยืนในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.892) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการดำเนินงานของโรงแรมเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.990) รองลงมา ได้แก่ การนำระบบที่ได้รับการรับรองด้านความยั่งยืนที่เป็นที่ยอมรับ ในระดับประเทศหรือระดับสากลมาใช้ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.142) และการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.126) และการส่งพนักงานเข้าอบรมหรือสัมมนาเรื่องความยั่งยืน ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.183) ในระดับที่เท่ากัน ตามลำดับ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.916) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 1.011) รองลงมา ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ด้านการบริการที่แตกต่างกันให้ลูกค้าผ่านเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 1.070) และการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 1.126) และการสร้างประสบการณ์ด้านการตลาดที่แตกต่างกันให้ลูกค้าผ่านเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.306) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครมีองค์ประกอบดังนี้ 1) การกำหนดมูลค่าทางเศรษฐกิจ 2) การกำหนดคุณค่าทางสังคม 3) การกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม 4) การสร้างและส่งมอบมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5) การสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสังคม 6) การสร้างและส่งมอบคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม 7) การถือครองมูลค่าทางเศรษฐกิจ 8) การถือครองคุณค่าทางสังคม 9) การถือครองคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบเหล่านี้สามารถสร้างคุณค่าแห่งความยั่งยืนให้โรงแรมขนาดเล็กได้ กล่าวคือ โรงแรมที่มีการดำเนินงานตามองค์ประกอบของแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืน จะมีระบบการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ มีการอนุรักษ์พลังงาน มีการจัดการความยั่งยืน และมีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานของ Osterwalder and Pigneur (2010), Bocken, Short and Evans (2014) และ Richardson (2008) ที่เสนอวิธีการออกแบบแบบจำลองธุรกิจโดยการแยกองค์ประกอบของธุรกิจออกเป็นส่วนๆ ตามภารกิจที่ธุรกิจพึงกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ส่วนงานวิจัยของ บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์ และคณะ (2562) ที่ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร พบว่า การจัดการความยั่งยืนประกอบด้วย 7 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจด้านการเงิน เศรษฐกิจด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สังคมด้านพนักงาน ด้านลูกค้า ด้านชุมชน สิ่งแวดล้อมด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองธุรกิจที่ชัดเจนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้จริง ควรเริ่มต้นจากการแยกองค์ประกอบของธุรกิจตามพันธกิจที่ธุรกิจนั้นควร

กระทำ เพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด เมื่อโรงแรมขยายขอบเขตวัตถุประสงค์ของตน จากเดิมที่หวังผลทางเศรษฐกิจมาเป็นการหวังผลด้านความยั่งยืน โรงแรมสามารถวางแผนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนได้โดยการพิจารณาถึงพันธกิจของตน นำมาแยกองค์ประกอบของแผน แล้วจึงนำไปปฏิบัติ จะทำให้แผนธุรกิจนั้นมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมและง่ายในการทำ ความเข้าใจ กับส่วนงานอื่นๆ

การกำหนดมูลค่าทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนของโรงแรม ขนาดเล็กทำได้โดยการกำหนดกลุ่มลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางแผนการดำเนินงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Yang and Yan (2020) ที่ระบุว่า การผสมผสานมูลค่าทาง เศรษฐกิจให้เป็นส่วนหนึ่งของคุณค่าทางสังคมในรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) สามารถนำธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนได้ การกำหนดคุณค่าทางสังคมส่งผลกระทบต่อทางตรง เชิงบวกต่อความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็ก ทำได้โดยการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวิเคราะห์ ผลกระทบของกิจการต่อสังคม

การกำหนดกิจกรรมเพื่อสังคม การดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมที่ สะท้อนค่านิยมที่คนส่วนใหญ่นับถือและเชื่อสืบต่อกันมาหรือการสร้างค่านิยมใหม่ที่เหมาะสมกับ สังคมในช่วงเวลาหนึ่ง เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจได้เช่นกัน (Wijethilake & Lama, 2019) สอดคล้องกับงานของ สุทธิพร เสฏฐิตานันท์ และฉัตรวิรัช องค์กร สิงห์ (2561) ที่ศึกษาการดำรงอยู่ของโฮสเทลในสังคมไทย พบว่า โฮสเทลซึ่งเป็นธุรกิจที่พักแรม ขนาดเล็กประเภทหนึ่ง เป็นสัญลักษณ์ของการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โฮส เทลจะอยู่ได้ด้วยการสร้างนวัตกรรมและการปรับตัว การกำหนดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมส่งผล กระทบทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็ก ทำได้โดยการกำหนดขอบเขตการใช้ บริการ การกำหนดช่วงเวลาการใช้บริการ การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดจากการให้บริการ การ พิจารณาถึงคุณค่าของธุรกิจที่มีต่อสิ่งแวดล้อมมีส่วนส่งเสริมให้ธุรกิจดำเนินงานตามหลักความยั่งยืน ได้อย่างราบรื่น (Pal & Gander, 2018) เมื่อโรงแรมออกแบบการให้บริการตามความต้องการของ ลูกค้า มีการประเมินผลกระทบที่สังคมได้รับจากการดำเนินธุรกิจของโรงแรมทุกปี และมีกำหนด ขอบเขตการให้บริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร หลักการดำเนินงานเหล่านี้จะส่งเสริมความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับ งานของ สุพีร์ ดาวเรือง และชวนชื่น อัคระวงษ์ (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดี ขององค์กรพบว่า เมื่อพนักงานโรงแรมมีความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม จะก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะมี ส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นำไปสู่พฤติกรรมที่ดีตามความคาดหวังขององค์กร สอดคล้องกับงานของชวลีย์ ณ ถลาง และคณะ (2564) ที่ศึกษาแนวทางการบริหารตามหลักความ ยั่งยืนของโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเกาะช้าง จ.ตราด พบว่า โรงแรมขนาดกลางและ ขนาดเล็กในเกาะช้างมีการบริหารงานตามหลักการดังนี้ 1) หลักการลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ เกิดขึ้น ณ สถานประกอบการ 2) พัฒนาห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แล 3) มี กฎระเบียบและระบบกำกับดูแลเพื่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับ ของพื้นที่และสิ่งแวดล้อม

การสร้างและส่งเสริมมูลค่าทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็ก ทำได้โดยการกำหนดพันธมิตทางธุรกิจ การกำหนดพันธกิจของกิจการ การกำหนดแหล่งทรัพยากร การกำหนดช่องทางการให้บริการ ผลงานวิจัยของ Upward and Jones (2016) ได้ระบุว่า ธุรกิจแต่ละแห่งมีการสร้างและส่งเสริมมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจดังกล่าว ส่งผลให้ขอบเขตการสร้างและส่งเสริมคุณค่าทางสังคมนั้นเป็นไปตามผลการวิเคราะห์หรือผลประโยชน์ที่ธุรกิจคาดว่าจะได้รับจากการสร้างและส่งเสริมคุณค่าทางสังคมดังกล่าว การวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้โดยไม่มีผลต่อต้นทุนของธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจในที่สุด (Cardeal, Höse, Ribeiro, & Götze, 2020) โรงแรมขนาดเล็กสามารถสร้างและส่งเสริมคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมได้ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้จะช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่โรงแรมแล้วยังมีส่วนช่วยประหยัดต้นทุน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับวัสดุสิ้นเปลือง (García-Muiña, Medina-Salgado, Ferrari, & Cucchi, 2020) เมื่อทุกๆ กิจกรรมมีการใช้ทรัพยากรตามหลักความยั่งยืน มีการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนและสังคม และการให้ความรู้พนักงานทุกคนเกี่ยวกับหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กได้เป็นอย่างดี โดยการสร้างและส่งเสริมคุณค่าทางสังคมส่งผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็ก ทำได้โดยการใช้หลักธรรมาภิบาล ความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนแวดล้อม การกำหนดลักษณะความสัมพันธ์ของกิจการกับสังคม ในงานของ นันทสารี สุขโต (2559) ที่ศึกษาแนวคิดการตลาดและนวัตกรรมการดำเนินงานของโรงแรมขนาดเล็กและสุชัยสินี คงทวีทรัพย์ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของโรงแรมขนาดเล็ก ทั้งสองงานได้ข้อสรุปตรงกันว่า “พนักงาน” เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้โรงแรมขนาดเล็กบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การสร้างและส่งเสริมคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็ก ทำได้โดยการเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้รับเหมาช่วง การออกแบบการผลิตและการให้บริการ

การคัดเลือกวัตถุดิบและทรัพยากรที่ใช้ การออกแบบการกระจายสินค้าและบริการ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ชี้ให้เห็นว่า การสร้างความยั่งยืนในโรงแรมขนาดเล็กจำเป็นต้องดำเนินงานในรูปแบบเครือข่าย เริ่มต้นจากการให้ความรู้เรื่องความยั่งยืนเพื่อทำความเข้าใจกับพนักงานของโรงแรม ให้เห็นความจำเป็นของการดำเนินงานตามหลักความยั่งยืน จากนั้นโรงแรมกำหนดทรัพยากรที่จำเป็นและผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีแนวคิดที่สอดคล้องกัน การดำเนินงานดังกล่าวจะสะท้อนออกมาเป็นบุคลิกของโรงแรม ส่งต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องความยั่งยืนไปยังลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม ก่อให้เกิดพฤติกรรมและความคาดหวังใหม่ของกลุ่มลูกค้า ที่มุ่งหวังให้เงินที่ตนจ่ายไปก่อให้เกิดผลประโยชน์กับสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือไปจากบริการที่ได้รับจากโรงแรม

การถือครองมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยการกำหนดโครงสร้างต้นทุน และการกำหนดแหล่งรายได้หลัก การถือครองคุณค่าทางสังคมโดยการลดผลกระทบต่อสังคม และการเพิ่มผลประโยชน์ให้สังคม และการถือครองคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมโดยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ล้วนส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กทั้งสิ้น ดังที่ปรากฏในงานวิจัยของ Gamidullaeva, Shmeleva, Tolstykh, and Shmatko (2022) ที่ได้ระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนทางการเงิน ต้นทุนทางสังคม และต้นทุนทางสิ่งแวดล้อม หากความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปอย่างเหมาะสมจะนำความยั่งยืนมาสู่ในระบบนิเวศของธุรกิจได้ ส่วนผลการวิจัยของ Hendrickson, et. al. (2006) และ (Chun and Lee, 2016) สรุปตรงกันว่า การประเมินต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมที่แฝงอยู่ในกระบวนการผลิตหรือให้บริการจะทำให้ธุรกิจมีข้อมูลที่สำคัญในการออกแบบกระบวนการผลิตหรือให้บริการที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ผลตอบแทนไปในเวลาเดียวกัน หากโรงแรมมีการจัดการกับต้นทุนได้เป็นอย่างดี มีการวางแผนการทำการกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง และมีการออกแบบกระบวนการให้บริการของโรงแรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความยั่งยืนของโรงแรมขนาดเล็กได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานของปีนรัตน์ สิริพันธ์ (ตุลาคม 2560 – มกราคม 2561) ที่ศึกษาการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม ได้ข้อสรุป คือ ธุรกิจโรงแรมมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม และงานของसानิตย์ หนูนิลและคณะ (2560) ที่ได้พัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาทางเศรษฐกิจและการสร้างความเข้มแข็งให้สังคม

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กสามารถนำแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจโรงแรมที่สามารถสร้างคุณประโยชน์ให้กับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุล สร้างความสัมพันธ์ในลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน แบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนนี้อาจถือเป็นแนวทางการเตรียมความพร้อมรับมือกับความท้าทายด้านมาตรฐานการจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มุ่งผลลัพธ์อื่นนอกเหนือไปจากมูลค่าทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามการประยุกต์ใช้แบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนในระดับปฏิบัติการอาจแตกต่างกันไปตามสังคมและสิ่งแวดล้อมที่โรงแรมนั้นสังกัดอยู่ รวมถึงความจำเป็นและความสามารถในการสร้างเครือข่ายของโรงแรมเองด้วย และสามารถนำแบบจำลองธุรกิจเพื่อความยั่งยืนสำหรับโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครนี้ไปทดลองปฏิบัติในธุรกิจที่พักโรงแรมขนาดเล็กประเภทอื่น เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่พักโรงแรมเพื่อความยั่งยืน ผลการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากมุมมองของผู้ประกอบการและพนักงานโรงแรม ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณามุมมองของผู้ใช้บริการในเชิงปริมาณเพื่อยืนยันข้อมูลทางสถิติ นอกจากนั้นควรนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางการศึกษาค้นคว้าหลักการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนสำหรับธุรกิจในอนาคตอื่นๆ เพื่อให้ธุรกิจนั้นสามารถนำพาความยั่งยืนมาสู่ประเทศได้ในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570). สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก https://drive.google.com/file/d/12qp4UFjmlAkks2_UW3ux2SB8bh_Umpg/view
- ขวสีย์ ณ ถลางและคณะ. (2564). แนวทางบริหารตามหลักการอย่างยั่งยืนสำหรับโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในเกาะช้าง จังหวัดตราด. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 7(1), 29-46.
- นันทสารี สุขโต. (2559). *หลักการตลาด (Marketing an introduction)*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- นันทสารี สุขโต และจิรือ-ชิงลิน. (2559). สมรรถนะทางธุรกิจและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมโรงแรม : กรณีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารสุทธิปริทัศน์, 30(93), 208-221.
- บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์, อมรา รัตตากรและชยุตม์ วัฒนา. (2561). รูปแบบสมการโครงสร้างการจัดการที่ยั่งยืนของโรงแรมขนาดกลาง ในกรุงเทพมหานคร. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 12(1), 10-19.
- บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์ และคณะ. (2562). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงแรมและที่พักขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 9(3) : 284-598.
- ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์. (2561). ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต. วารสาร มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 3(3), 96 – 106.
- ภัทรกร ชัยพุทธรพันธ์ และราณี อธิชัยกุล. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 9(2), 78-89.
- วัฒนา ทนงค์แพง และขวสีย์ ณ ถลาง. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เขตพื้นที่จังหวัด ตราด. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(3), 1-11.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). รายชื่อโรงแรมและที่พักสำหรับการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2565 จาก http://dpa.dopa.go.th/DPA/hotel_report.php
- สุชัยสินี คงทวีทรัพย์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กและขนาดกลางที่ดำเนินการโดยครอบครัวในเมืองพัทยา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 60-79.
- สุทธิพร เสฎฐิตานันท์ และฉัตรวรัญญ์ องคสิงห์. (2561). นวัตกรรมการศึกษา : การดำรงอยู่ของโฮสเทลในสังคมไทย. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 18(1), 128-134.
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (2563). รายงานสถิติพลังงานของประเทศไทย ปี พ.ศ.2563. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน.

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). ประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เรื่อง การกำหนดลักษณะของวิสาหกิจรายย่อย. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2563 จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFO/CENTER2/DRAWER039/GENERAL/DATA0000/00000651.PDF>
- สานิตย์ หนูนิล. (2559). การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. เพชรบุรี : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สานิตย์ หนูนิล และคณะ. (2560). การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(ฉบับพิเศษ), 171-185.
- สุพิร์ ดาวเรือง และชวนชื่น อัคระวงษ์. (2562). พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เรื่องการรักษาสีสิ่งแวดล้อม: ผลกระทบของการไหลล้นจากพฤติกรรม การใช้ชีวิตส่วนตัวไปสู่การทำงาน. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 41(3), 74-101.
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2559). การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจโรงแรมด้วยกลยุทธ์ Blue Ocean. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 36(1), 1-23.
- อรุณวรรณ ปรามพาล. (2563). โรงแรมที่ได้รับรางวัลจากการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้. วารสารสารศาสตร์, 3(1), 68-80.
- Bocken, Short and Evans. (2014). *A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes*. Journal of Cleaner Production, 65, 42–56.
- Cardeal, Höse, Ribeiro, & Götz. (2020). *Sustainable Business Models–Canvas for Sustainability*, Evaluation Method, and Their Application to Additive Manufacturing In Aircraft Maintenance. Sustainability (Switzerland), 12(21), 1–22.
- Chun and Lee. (2016). *Environmental Impacts of the Rental Business Model Compared to the Conventional Business Model: a Korean Case of Water Purifier for Home Use*. The International Journal of Life Cycle Assessment, 22, 1096-1108.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B.L., & DeColle, S. (2010). *Stakeholders Theory: The State of the Art*. New York: Cambridge University Press.
- Gamidullaeva, Shmeleva, Tolstykh, and Shmatko. (2022). *An Assessment Approach to Circular Business Models within an Industrial Ecosystem for Sustainable Territorial Development*. Sustainability, MDPI, 14(2), 1.

- García-Muiña, Medina-Salgado, Ferrari, & Cucchi. (2020). *Sustainability Transition in Industry 4.0 and Smart Manufacturing with the Triple-Layered Business Model Canvas*. Sustainability, MDPI, 12(6), 1-19.
- Hendrickson, et. al. (2006). *Fruit and vegetable access in four low-income food deserts communities in Minnesota*. Agriculture and Human Values, 23, 371-383.
- Graedel, T. E. (1997). *The grand objectives: A framework for prioritized grouping of environmental concerns in life-cycle assessment*. Journal of Industrial Ecology, 1(2), 51– 64.
- Osterwalder and Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Porter, M. E. (November–December 1996). *What is Strategy?* Harvard Business Review, 74(6), 61–78.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (January–February 2011) *Creating Shared Value*. Harvard Business Review, 89(1-2), 62–77.
- Pal & Gander. (2018). *Modelling environmental value: An examination of sustainable business models within the fashion industry*. Journal of Cleaner Production, 184, 251-263.
- Podsakoff, et al. (2003). *Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies*. Journal of Applied Psychology, 88(5), 879-903.
- Reio. (2010). *The threat of common method variance bias to theory building*. Human Resource Development Review, 9(4), 405-411.
- Richardson. (2008). *The Business Model: An Integrative Framework for Strategy Execution*. Strategic Change, 17, 133–144.
- Upward and Jones. (2016). *An Ontology for Strongly Sustainable Business Models: Defining an Enterprise Framework Compatible with Natural and Social Science*. Organization and Environment, 29(1), 97-123.
- Wijethilake & Lama. (2019). *Sustainability core values and sustainability risk management: Moderating effects of top management commitment and stakeholder pressure*. Business Strategy and the Environment, 28(1), 143.
- Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row Publications.
- Yang and Yan. (2020). *The Corporate Shared Value for Sustainable Development: An Ecosystem Perspective*. Sustainability, 12(6), 2348.