

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

ญาณินท์ ปฐมกุล^{1*} วาতিต อินทุลักษณะ² คาล จามรมาร³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาถึงระดับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของโรงแรม สีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของ โรงแรมสีเขียวของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร และ (4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวมากที่สุด รองลง คือ ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมและด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

¹ นักศึกษาหลักสูตรการจัดการโรงแรมและภัตตาคาร คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยดุสิตธานี
จังหวัดกรุงเทพมหานคร e-mail: pathomkul83@googlemail.com

² อ.ดร.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและภัตตาคาร คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยดุสิตธานี
จังหวัดกรุงเทพมหานคร e-mail: Watit.in@dtc.ac.th

³ อาจารย์ประจำวิทยาลัยดุสิตธานี จังหวัดกรุงเทพมหานคร e-mail: Karl.ja@dtc.ac.th

* ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: pathomkul83@googlemail.com

FACTORS INFLUENCING THE INTENTION OF THE CONSUMERS TO SELECT GREEN HOTELS IN BANGKOK'S AREAS

Yanin Pathomkul^{1*} Watit Intuluck² Karl Jamornmarn³

Abstract

The purposes of the research are as follows: (1) To study the levels of the consumers' attitudes towards the consumer's behaviors to select Green Hotels in Bangkok's areas (2) To study the levels of subjective norms of the consumers towards the behaviors of the consumers to select Green Hotels in Bangkok's Areas (3) To study the levels of effects of self-efficacy to perceived consumers' behavioral controls to select Green Hotels in Bangkok's areas. (4) To study factors influencing the intention of the consumers to select green hotels in bangkok's areas. This research is a Mixed Methods Research consisting of quantitative methodology and qualitative methodology,

The results of this research are that the effect of self-efficacy to perceived behavioral control is the best factor that has the positive influence in consumers to select green hotels in Bangkok's areas. The minor factors are the attitude towards the consumers' behavior and the subjective norms of the consumers. These confirm the hypothesis with its statistical significance.

Keywords : Perceived Behavioral Control, Attitudes Towards the Behaviors, Subjective Norm

¹ Master of Hotel and Restaurant Management, Master of Business Administration, Dusit Thani College Bangkok e-mail: pathomkul83@googlemail.com

² Department of Hotel and Restaurant Management, Master of Business Administration, Dusit Thani College, Bangkok e-mail: Watit.in@dtc.ac.th

³ Department of Hotel and Restaurant Management, Master of Business Administration, Dusit Thani College, Bangkok e-mail: Karl.ja@dtc.ac.th

* Corresponding author, email: pathomkul83@googlemail.com

บทนำ

ในปัจจุบัน ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญ อีกหนึ่งปัจจัยซึ่งมนุษย์ให้ความสำคัญ และถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยจะเห็นได้จากตัวชี้วัดต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีความสอดคล้องกัน ว่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ ในรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโลก ได้นำเสนอว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศ มีอัตราเติบโตขึ้นร้อยละ 4 และจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 810 ล้านคน ซึ่งมากกว่าในช่วงเวลาเดียวกันในปี 2557 ถึง 33 ล้านคน สำหรับนักท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ จากข้อมูลพบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4 เท่ากัน ยกเว้นกลุ่มประเทศในทวีปแอฟริกาเท่านั้นที่ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลง ร้อยละ 5 และในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ประเทศในกลุ่มโอเชียเนีย อย่างออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ยังคงขยายตัวในอัตราร้อยละ 7 และตามมาด้วยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ขยายตัวในอัตราร้อยละ 6 (World Travel and Tourism Council, 2016)

ซึ่งประเทศไทยก็ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยได้ทำการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และได้จัดทำแผนขึ้นมา เป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 เพื่อเป็นกรอบการทำงานหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เป็นผลทำให้ประเทศไทยมีการเติบโตในด้านการท่องเที่ยวขึ้นอย่างมากดังจะเห็นได้จาก ตัวเลขเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 3 ของ ปี 2558 พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตในอัตราค่อนข้างสูง มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ประมาณร้อยละ 5.45 เมื่อเทียบกับ GDP รวมของประเทศ และจากการพัฒนาตามแผนงานนี้ ได้ชี้ชัดออกมาว่าประเทศสามารถสร้างรายได้มากจากการท่องเที่ยว แต่ว่าในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ

เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญ จึงเกิดแนวคิดธุรกิจสีเขียว (Green Business) ในปัจจุบัน จากกระแสโลกในขณะนี้ประชาชนส่วนมากต่างพูดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม กันมากขึ้นทุกขณะไม่ว่าจะเป็นทางโลกออนไลน์ หรือทางด้านวิชาการ และองค์กร เพราะผู้บริโภคทุกคนต่างรู้ตัวว่าเราไม่สามารถดำรงอยู่ได้ถ้าปราศจากสิ่งแวดล้อมที่ดี ที่เป็นตัวกำหนดการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่ง ณ ปัจจุบันนี้ผู้บริโภคได้หันมาสนใจที่จะใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า รวมถึงการบริโภคสินค้าและบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและหันมาใส่ใจในองค์กร ที่มีนโยบายเกี่ยวกับการรักษาสินค้าสิ่งแวดล้อม, ดูแลสังคม จึงเป็นโอกาสที่องค์กรต่างๆจะเปลี่ยนแปลง และปรับปรุงกลยุทธ์ของบริษัท ให้เป็น ธุรกิจสีเขียวมากขึ้น และสิ่งที่บ่งชี้ที่บอกว่าเป็นธุรกิจสีเขียวนั้นมีส่วนประกอบด้วยกันหลายๆ ส่วน คือจะต้องมีหลักการและนโยบาย ที่คำนึงถึงความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยจะต้องยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงาน การตัดสินใจต่างๆจะต้องส่งผล โดยการลดผลกระทบทางลบ หรือ ส่งผลกระทบทางบวก ต่อสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น รวมทั้งต่อประชาชน ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ และสิ่งที่ช่วยในเรื่องนี้ได้คือการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟที่ประหยัดพลังงาน, การนำกระดาษกลับมาใช้ซ้ำ, การลดการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต เป็นต้น แต่ทั้งนี้แล้วบริษัทเองก็สามารถ แสวงหาผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจสีเขียวได้ ทั้งในรูปการลดค่าใช้จ่ายต้นทุนในบริษัท และการขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (คมศักดิ์ สว่างไสว, 2559)

ทั้งนี้ ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีธุรกิจหลากหลายธุรกิจที่มีการตื่นตัวอย่างมาก โดยเฉพาะในภาคธุรกิจโรงแรมที่ได้มีการตั้งเป็นมูลนิธิไปไม้สี่เขียวเพื่อจะได้มีข้อกำหนดต่างๆ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และได้รับการตอบรับด้วยดีจากภาคธุรกิจโรงแรมต่างๆ จึงจะเห็นได้จากการที่โรงแรม 5 ดาวส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับทางมูลนิธิไปไม้สี่เขียว และในปัจจุบันแนวความคิด เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในธุรกิจนั้นได้ส่งผลกระทบต่อทางด้านบวกกับองค์กรต่างๆ คือ องค์การสามารถลดต้นทุนการผลิตและยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการ

แข่งขันทางด้าน การเพิ่มมูลค่า (Value-Added) และ สร้างความแตกต่าง (Differentiate) ให้แก่สินค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้แก่ลูกค้าโดยจะเห็นได้จากการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรมต่างๆ และการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม ที่เอาใจใส่สังคม ชุมชน และ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างเป็นรูปธรรม (Green Leaf Foundation, 2009) จากการศึกษาทำให้ทราบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับปัจจัย หลายประการ ซึ่งความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำ พฤติกรรมนั้น ถือเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) เป็น ทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังสามารถใช้อธิบายถึงอิทธิพลจากปัจจัย ต่างๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภค

จากเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องใน ธุรกิจโรงแรมสีเขียว สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และเลือกใช้วิธีการในการทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการของโรงแรมสีเขียว ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงระดับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของโรงแรม สีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของ โรงแรมสีเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ซึ่งศึกษาทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมสีเขียว และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) โดยการสัมภาษณ์ ผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขต กรุงเทพมหานครเป็นหลัก เนื่องจากในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมีโรงแรมสีเขียวทั้งหมด จำนวน 48 โรงแรม ที่กระจายอยู่ในเขต 50 เขตของกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มการปกครอง ตามระบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มธนบุรีใต้ และกลุ่มธนบุรีเหนือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2560)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มรัตนโกสินทร์ มี 9 เขต ดังนี้ บางซื่อ, ดุสิต, พญาไท, ราชเทวี, ปทุมวัน, พระนคร, ป้อมปราบศัตรูพ่าย, สหพันธวงศ์, และบางรัก

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบูรพา มี 9 เขต ดังนี้ ดอนเมือง, หลักสี่, สายไหม, บางเขน, จตุจักร, ลาดพร้าว, บึงกุ่ม, วังทองหลาง, และบางกะปิ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มศรีนครินทร์ มี 8 เขต ดังนี้ สะพานสูง, มีนบุรี, คลองสามวา, หนองจอก, ลาดกระบัง, ประเวศ, สวนหลวง, และคันทนา

กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าพระยา มี 9 เขต ดังนี้ ดินแดง, คลองเตย, พระโขนง, สาทร, ห้วยขวาง, วัฒนา, บางนา, บางคอแหลม, และยานนาวา

กลุ่มที่ 5 กลุ่มธนบุรีใต้ มี 8 เขต ดังนี้ บางขุนเทียน, จอมทอง, ทุ่งครุ, คลองสาน, บางบอน, ราษฎร์บูรณะ, ธนบุรี, และบางแค

กลุ่มที่ 6 กลุ่มธนบุรีเหนือ มี 7 เขต ดังนี้ บางพลัด, บางกอกน้อย, ภาษีเจริญ, ทวีวัฒนา, ตลิ่งชัน, บางกอกใหญ่, และหนองแขม

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ดังนี้

(1) การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการโรงแรมสี่เขียว กำหนดเป็นผู้ที่เคยเข้าพักโรงแรมสี่เขียวมาแล้ว ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยวิธีการสุ่มตามสะดวกจากการแบ่งกลุ่มการปกครอง ตามระบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร กลุ่มละ 1 คน เป็นจำนวน 6 คน

(2) การวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงแรมสี่เขียวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทำให้ไม่สามารถระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงได้ จึงมีขั้นตอนการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณยามาเน่ โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และต้องการความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 (สุทธนู ศรีไสย์, 2551)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการโรงแรมสี่เขียว ในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้มีการพัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน และพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้จากข้อมูลทฤษฎีมีเป็นหลักแบบสอบถามจึงประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมสี่เขียว เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List) ส่วนที่ 3 ปัจจัยต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมสี่เขียว ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยคำถามปลายปิด (Closed Ended Questions) ที่เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมสี่เขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม, (2) ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, และ (3) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

นอกจากนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้จัดเตรียมแบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากการสำรวจสภาพแวดล้อมของธุรกิจและศึกษาแนวโน้มของธุรกิจบริการโรงแรมสี่เขียวในเบื้องต้น และได้มีการกำหนดข้อคำถามไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมสี่เขียว จำนวน 12 ข้อคำถาม

จากที่กล่าวมาข้างต้น แบบสอบถามเชิงปริมาณมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) หลังจากทีรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม, ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง, และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครแล้วจะนำข้อมูลที่ได้ไปคำนวณหาค่าเฉลี่ย ตามสูตรอันตรภาคชั้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ศศิวิมล บุญสุภา, 2554)

5 หมายถึง	มากที่สุด
4 หมายถึง	มาก
3 หมายถึง	ปานกลาง
2 หมายถึง	น้อย
1 หมายถึง	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยแบบผสมผสานในครั้งนี้ ได้นำสถิติหลายรูปแบบมาใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในเนื้อหาที่ได้ดำเนินการประมวลผล โดยมีสถิติที่ใช้ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง บรรยายถึงลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยต่างๆที่กำหนดไว้ล่วงหน้าแล้วและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น จะใช้วิธีการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงจากการสัมภาษณ์และสังเกต ประกอบกับการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ เพื่อนำไปสรุปเป็นข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน สำหรับการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว จะใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นสถิติหลักในการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 การศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงแรมสีเขียวโดยส่วนใหญ่ เคยได้รับรู้ข้อมูลโรงแรมสีเขียว จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 เคยเข้าพักโรงแรมสีเขียว จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 มีวัตถุประสงค์ในการเลือกเข้าพักโรงแรมสีเขียว เพื่อธุรกิจมากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และผู้บริโภคมีพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมสีเขียวโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ

51.75 ทั้งนี้ถ้าแสดงด้วยตาราง ควรเป็นตารางแบบไม่มีเส้นขอบตารางด้านซ้ายและด้านขวา หัวตารางแบบธรรมดาไม่มีสี ตารางควรมีเฉพาะที่จำเป็นไม่ควรเกิน 5 ตาราง และมีคำอธิบายตาราง เช่น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การสรุปผลเชิงปริมาณ

1. ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมการใช้บริการของโรงแรมสีเขียว พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมการใช้บริการของโรงแรมสีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ($\beta_1 = .27, p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chin-Ching, Cheng Chieh, and Tzu-Tang (2018) ที่อธิบายถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเข้าพักโรงแรมสีเขียว เนื่องจากผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงความสะดวกสบายของโรงแรมที่มีการดำเนินงานด้วยการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อโรงแรมสีเขียว คือ การตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและสร้างคุณค่าต่อการรับรู้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ ผลงานวิจัยของ Elizabeth (2010) ได้อธิบายไว้ว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โรงแรมต่างๆ จึงได้ตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าว พร้อมทั้งประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) และผลงานวิจัยของ Tang and Lam (2016) ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภค (Generation Y) ที่มีบุคลิกภาพของการให้ความสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) และยินยอมเห็นใจบุคคลอื่น (Agreeableness) นั้น จะสามารถปรับทัศนคติต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมสีเขียวได้ดีมากสรุปได้ว่า เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ($\beta_2 = .09, p < 0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลงานวิจัยของ Anupama and Robert (2018) ที่ชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้บริโภคและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงนั้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในบริการของโรงแรมสีเขียว และมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อผู้ประกอบการโรงแรมสีเขียวที่เคยใช้บริการมาแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Yong et al., (2017) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผลงานวิจัยของ Marija, Marina, and Anita (2015) ได้อธิบายไว้ว่า ทัศนคติของผู้บริโภค การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้ออาหารฉลากเขียว (Green Food) สรุปได้ว่า เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

3. ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ($\beta_3 = .34, p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์ของ Suki and Suki (2014) แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการโรงแรมอีกครั้ง นอกจากนี้ ผลงานวิจัยของ Wu and Wu (2013) อธิบายว่า กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และในทำนองเดียวกันกับผลงานวิจัยของ Karavasilis et al., (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ที่ดีของผู้บริโภคสามารถนำไปสู่ความตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ทั้งการเข้าพักและการมาใช้บริการทั่วไป สรุปได้ว่า เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

การสรุปผลเชิงคุณภาพ

จากคำถามทั้งหมด 12 ข้อ สรุปประเด็นสำคัญโดยแบ่งตามปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ที่อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ดังนี้

1. ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคสามารถรู้จักโรงแรมสีเขียวได้จากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาทิเช่น กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผู้ประกอบการโรงแรมสีเขียว หน่วยงานภาครัฐ รายการนำเที่ยว และบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักโรงแรมสีเขียว หรือสามารถค้นหาข้อมูลโรงแรมสีเขียวได้ง่ายขึ้น และผู้บริโภคเกิดความเข้าใจในหลักการการดำเนินของโรงแรมสีเขียว ได้จากมาตรฐานการรักษาสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และผ่านการรับรองมาตรฐานความใส่ใจสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานต่างๆ มีระบบตรวจสอบต่างๆและใส่ใจสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว คือ การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม จึงต้องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และลดมลพิษของสิ่งแวดล้อม จึงตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้การมาใช้บริการโรงแรมสีเขียว ผู้บริโภคมีความเต็มใจในการจ่ายค่าบริการที่สูงกว่าโรงแรมทั่วไป ซึ่งในปัจจุบันโรงแรมสีเขียวได้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ เช่น ใช้รถที่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้าแทนการใช้น้ำมันในการรับ-ส่งผู้บริโภคของโรงแรม ซึ่งทำให้ผู้บริโภคที่มาใช้บริการโรงแรมสีเขียวได้รับบริการที่เหนือความคาดหมาย นำไปสู่ความพึงพอใจการบริการของโรงแรมสีเขียวได้เป็นอย่างดี

2. ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ผู้บริโภคมักจะมีความสนใจตามกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน บุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งกลุ่มอ้างอิงดังกล่าวเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการโรงแรมสีเขียวมาแล้ว จึงสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้ แก่บุคคลอื่นได้ และมีอิทธิพลในการจูงใจให้บุคคลอื่นคล้อยตาม และสามารถเปลี่ยนเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมเดียวกันกับกลุ่มอ้างอิงได้ จากผลการศึกษาสะท้อนถึงกลุ่มอ้างอิงได้เพียงบางส่วนเท่านั้น จึงส่งผลให้โรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครได้รับความนิยมน้อยกว่าโรงแรมสีเขียวในต่างจังหวัด ดังนั้น ผู้บริโภคจึงใช้บริการโรงแรมสีเขียวในต่างจังหวัดเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคจะใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานครเพื่อธุรกิจ การรับรองลูกค้า การจัดประชุมสัมมนา ทำให้ความถี่ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการโรงแรมสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานครค่อนข้างน้อย

3. ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว คือ ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการดำเนินธุรกิจโรงแรมที่สอดคล้องกับนโยบายการบริหารประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเจริญเติบโตสูง เป็นชุมชนเมืองที่มีประชากรหนาแน่น ทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีความสมบูรณ์น้อยลง และเสื่อมโทรม เมื่อมีโรงแรมสีเขียวเกิดขึ้น ผู้บริโภคจึงให้การยอมรับและเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียว ดังนั้น การสื่อสารถือเป็น กลยุทธ์สำคัญในการสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค ซึ่งหากผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวมากเพียงพอ จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียว สามารถควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์นั้น จำเป็นที่จะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โรงแรม เช่น กิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเน้นย้ำการรับรู้ สร้างความเชื่อมั่นในการบริการและการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับมาตรฐานของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นที่ยอมรับมากขึ้น นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจโรงแรมสีเขียวได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมสีเขียวเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตัวแปรใหม่ๆ ให้ได้กรอบแนวคิดที่มีความน่าสนใจมากขึ้น
2. ปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจประเภทอื่น เช่น อุตสาหกรรม MICE จะทำให้ได้รับความรู้ใหม่
3. ขยายขอบเขตการวิจัยจากการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการสำรวจข้อมูลทั่วประเทศ จะทำให้ได้ผลการวิจัยที่สามารถยืนยันผลการวิจัยได้อย่างกว้างขวาง

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จลุล่วงในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ จะเกิดขึ้นมิได้ถ้าปราศจากความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. วาতিต อินทลักษณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่กรุณาให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาในการศึกษาครั้งนี้และอาจารย์ ดร. คาล จามรมาร ที่ให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการแก้ไขปรับปรุงงานวิจัย ตลอดจนความกรุณาของอาจารย์ในการดูแลสั่งสอน อบรมข้อคิด ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า ทำให้วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้มีความสมบูรณ์ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุก ที่กรุณาแสดงความอนุเคราะห์ช่วยตอบแบบสอบถามจนงานวิจัยชิ้นนี้แล้วเสร็จไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้น 13 มีนาคม 2561, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index
- คมศักดิ์ สว่างไสว. (2559). ธุรกิจสีเขียว (Green Business). สืบค้น 10 มิถุนายน 2559, จาก <https://progreencenter.org/2016/02/09/-green-business/>
- ศศิวิมล บุญสุภา. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง พร้อมรับประทานของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB). ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2560). กรุงเทพฯของเรา. สืบค้นวันที่ 9 พฤศจิกายน 2559 จาก http://203.155.220.230/m.info/now_bma/
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ติรภานนท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคม ศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.
- Anupama, S., Robert., S. (2018). Will doing right lead to doing well? an examination of green behavior. The Journal of Consumer Marketing, 35(2), 169-182.

- Chin-Ching, T. Cheng Chieh, L.A., Tzu-Tang, H. (2018). Drivers of consumers' behavioral intention toward green hotel. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 30(2), 1134-1151.
- Elizabeth, J.A. (2010). **Hotel guests' intention to choose green hotels**. University of South Carolina, ProQuest Dissertations Publishing.
- Green Leaf Foundation. (2009). **Green Leaf Foundation**. Retrieved September 19, 2016, from http://www.greenleafthai.org/th/green_found/index.php
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis** (Vol. 6).
- Karavasilis, G., Neranzaki, D.M., Pantelidis, P., Paschaloudis, D., and Vrana, V. (2015). What generation Y in Greece thinks about green hotel. **World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, 11(4), 268-280.
- Marija, H., Marina, J., and Anita, F.I. (2015). **The role of subjective norms in forming the intention to purchase green food**. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 28(1), 738-748.
- Suki, N.M. and Suki, N.M. (2014). Consumers' environmental behavior towards staying at a green hotel moderation of green hotel knowledge. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 26(1), 103-117.
- Tang, C.M.F. and Lam, D. (2016). The role of extraversion and agreeableness traits on Gen Y's attitudes and willingness to pay for green hotels. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 29(1), 207-623.
- World Travel and Tourism council. (2016). **The Economic Impact of Travel & Tourism: 2016 Annual Update**. London, UK: World Travel and Tourism council.
- Wu, S.I. and Wu, Y.C. (2013). The influence of enterprisers' green management awareness on green management strategy and organizational performance. **International Journal of Quality & Reliability Management**, 31(4), 455-476.
- Yong, N.L., Ariffin, S.K., Nee, N.A., and Wahid, N.A. (2017). A study of factors influencing consumer's purchase. *Global Business and Management Research. An International Journal*, 9(4s), 281-297.