บทความวิจัย

การขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียว ผ่านมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ภายหลังการฟื้นฟูวิกฤติการณ์โควิด-19

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : *12 สิงหาคม 2566*
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : *14 ตุลาคม 2566*
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : *1 พฤศจิกายน 2566*

ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล
รองศาสตราจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ดร.สิริพร เขตเจนการ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทคัดย่อ

ภายหลังการระบาดของโรคโควิด-19 ก่อให้เกิดปัญหาขยะที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัว ขยะติดเชื้อ ขยะพิษ และขยะจากอาหารแบบใช้แล้วทิ้ง ส่งผลให้ธุรกิจบริการประเภทโรงแรมต้องเพิ่มต้นทุนดำเนินการและเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในกระบวนการกำจัดขยะ ปัญหาขยะที่เกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับคนในสังคมหันมาใส่ใจในการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ภายใต้สภาวะการแข่งขันของตลาดโรงแรมที่สูงขึ้นหลังเปิดประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องหันมาสร้างกลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ ด้วยเหตุนี้เอง งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาถึงมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจในการขับเคลื่อนธุรกิจโรงแรมสีเขียวภายหลังการฟื้นฟูวิกฤติการณ์โควิด-19 ภายใต้การวิจัยเชิงคุณภาพ งานวิจัยได้ใช้การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวทั้งหมด 35 แห่งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีสัดส่วนของจำนวนโรงแรมสีเขียวที่สูง ผลการวิจัยพบว่า การตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมถือเป็นแรงจูงใจในการดำเนินการธุรกิจภายใต้ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลูกค้าโรงแรมสามารถรับรู้การดำเนินงานของธุรกิจในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านป้ายบอกและสื่อออนไลน์ที่ทางโรงแรมนำเสนอ ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมจึงควรมีแนวทางขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียวผ่านนโยบายและแผนในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับการอบรม สร้างจิตสำนึกและแรงจูงใจในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน ประชาสัมพันธ์และลงทุนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการสร้างประสบการณ์ร่วมกับลูกค้าและชุมชนโดยรอบ

คำสำคัญ : โรงแรมสีเขียว โควิด-19 ผู้ประกอบการธุรกิจ สิ่งแวดล้อม

Research Article

Post-COVID-19 Crisis Recovery: Driving Green Hotels from the Perspective of Hotel Entrepreneurs

Received: *August 12, 2023*
Revised: *October 14, 2023*
Accepted: *November 1, 2023*

Dr.Charoenchai Agmapisarn
Associate Professor of Graduate School of Tourism Management (GSTM),
National Institute of Development Administration

Dr.Siriporn Khetjenkarn
Lecturer of Tourism and Hotel Department,
Faculty of Humanities and Social Sciences,
Nakhon Pathom Rajabhat University

ABSTRACT

Following the COVID-19 outbreak, which resulted in a rapidly growing waste problem, the tourism industry has recovered in particular. Infectious waste, toxic waste, and disposable food waste are driving up operating costs and having a negative impact on the environment during the waste disposal process for hotel businesses. At the same time, people are becoming more concerned about environmental protection. Hotel entrepreneurs must devise strategies for providing environmentally friendly products and services in the face of increased competition in the hotel market following Thailand's opening. This will ensure the long-term viability of the company. The purpose of this study is to investigate perspectives of business entrepreneurs in driving green hotel businesses during the COVID-19 crisis recovery. A phenomenological qualitative study of 35 green hotel entrepreneurs in Phuket and Koh Samui was used because there is a high proportion of green hotels in these areas. The results of the study show that environmental consciousness is a motivating factor in conducting environmentally friendly business operations. Through the hotel's signage and online content, guests can learn about a company's environmental preservation efforts. As a result, hotel entrepreneurs should develop precise environmental management policies and plans, give top priority to employee training, encourage staff members to be environmentally conscious and motivated, engage in public relations, and make investments in environmental preservation projects. They should also develop experiences for both the customers and the community.

Keywords: Green hotel, COVID-19, Entrepreneur, Environment

บทนำ

การระบาดของโรคโควิด-19 ก่อให้เกิดปัญหาวิกฤติด้านสุขภาพทั่วโลก รวมทั้งยังส่งผลกระทบเชิงลบในระยะยาวต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการสร้างปริมาณขยะ (WHO Media Team, 2022) โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2562 ปริมาณขยะพลาสติกในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยจาก 2,120 ตันต่อวันเป็น 3,440 ตันต่อวันในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงเมษายน พ.ศ. 2563 ซึ่งการเพิ่มขึ้นของขยะพลาสติกในช่วงเดือนเมษายนเพียงเดือนเดียวคิดเป็นร้อยละ 62 (Godbole, 2020) ของปริมาณขยะทั้งหมด ซึ่งหนึ่งในสาเหตุที่สำคัญของปัญหาขยะพลาสติกมาจากการจัดส่งอาหาร เนื่องจากในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ผู้คนต้องอาศัยอยู่บ้านทำให้แนวโน้มการจัดส่งอาหารเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการใช้ภาชนะพลาสติกและวัสดุห่อมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาขยะ (Oliveira et al., 2021) รวมถึงปริมาณของจำนวนขยะติดเชื้อที่เพิ่มขึ้นอันเกิดมาจากการใช้หน้ากากอนามัยป้องกันโรคโควิด-19 (Torres & De-la-Torre, 2021) ทำให้เกิดปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการในเรื่องของการจัดการขยะเป็นอย่างมาก (Filimonau, 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น (Chua & Han, 2022) เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาใส่ใจสุขภาพและสนใจประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมค่อนข้างสูง (Kuo et al., 2022) พวกเขาจึงจำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า การปรับรูปแบบองค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน เนื่องจากประเด็นเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) กลายมาเป็นเรื่องที่สังคมส่วนมากให้ความสำคัญภายหลังวิกฤติโควิด-19 (Elkhwesky et al., 2022) โดยเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น รัฐบาลไทยได้ประกาศฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวด้วยการออกมาตรการต่าง ๆ ในการช่วยเหลือผู้ประกอบการและกระตุ้นประชาชนให้เกิดการบริโภคผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยไม่ต้องกักตัว ภายใต้เงื่อนไขและวิธีปฏิบัติที่ต่างกันขึ้นอยู่กับระดับความเสี่ยงของประเทศต้นทาง ภายหลังวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 (Nguyen & Yuvejwattana, 2022) ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจโรงแรมจึงควรพลิกวิกฤติภายหลังการฟื้นฟูการระบาดของโรคโควิด-19 ให้เป็นโอกาสในการปรับเปลี่ยนและวางกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเน้นถึงความยั่งยืนในรูปแบบของการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) (Sritama, 2018; Zolfani et al., 2015) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า โดยเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องสร้างความตระหนักในเรื่องความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในขณะเดียวกันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมสีเขียวในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจภายหลังวิกฤติโควิด-19 มีค่อนข้างจำกัด ด้วยเหตุนี้เอง จึงเป็นช่องว่างของงานวิจัยและถือเป็นวัตถุประสงค์ของงานที่ต้องการศึกษาถึงการขับเคลื่อนธุรกิจโรงแรมสีเขียวผ่านมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจภายหลังการฟื้นฟูวิกฤติการณ์โควิด-19 โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงแรงจูงใจของผู้ประกอบการธุรกิจในการดำเนินธุรกิจโรงแรมสีเขียว (2) ศึกษาถึงแนวทางในการดำเนินการของธุรกิจโรงแรมเพื่อไปสู่การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (3) ศึกษาถึงการรับรู้ของลูกค้าต่อการดำเนินการธุรกิจโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์โควิด-19

แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสถานการณ์โควิด-19 การศึกษาส่วนมากพบว่าสถานการณ์โควิด-19 มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งเชิงบวกและลบ โดยการศึกษาของ Rume และ Islam (2020) Shakil และคณะ (2020) และ Han และคณะ (2023) ได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกจากสถานการณ์โควิด-19 ว่าทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลงในแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพอากาศในเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกดีขึ้นและช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงลดมลพิษทางน้ำและเสียง ซึ่งจะช่วยในการฟื้นฟูระบบนิเวศวิทยาในแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ผลกระทบเชิงลบที่มาจากการระบาดของโรคโควิด-19 คือ การเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะติดเชื้อที่มาจากอุปกรณ์การแพทย์และสถานพยาบาล เช่น หน้ากากอนามัย ถุงมือ เข็มฉีดยา รวมไปถึงอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) โดยขยะติดเชื้อที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกต้องจะส่งผลกระทบที่เป็นอันตรายอย่างมากต่อสิ่งแวดล้อม (Tsai, 2021) โดยในแง่มุมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ การสวมหน้ากากอนามัย เพื่อสุขอนามัยและความปลอดภัยกลายเป็นรูปแบบที่พบเห็นดาษดื่นในการให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการในแถบทวีปเอเชีย (Kong et al., 2021)

ขณะเดียวกันปัญหาขยะอาหาร (Food Waste) ก็ก่อให้เกิดความกังวลใจที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษาของ Zamri และคณะ (2020) พบว่า ขยะอาหารถือเป็นปัญหาที่ร้ายแรงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการบริการเป็นต้นเหตุของการสร้างปัญหาในเรื่องขยะ โดยมากกว่าหนึ่งในสามของขยะคือ ขยะอาหาร (Amicarelli et al., 2022) ที่เกิดจากธุรกิจโรงแรม ด้วยสาเหตุที่มาจาก (1) การประมาณการความต้องการอาหารที่ไม่ถูกต้อง (2) การเตรียมอาหารมากเกินไป (3) การจัดการสินค้าคงคลังที่ไม่ดี (4) การจัดเก็บอาหารที่ไม่เหมาะสม และ (5) พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้า โดยปัญหาของขยะอาหารส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะก่อให้เกิดความกังวลใจที่เกี่ยวข้อง อาทิ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ความไม่มั่นคงทางอาหาร (Food Security) และผลกระทบเศรษฐกิจโดยรวมที่เกิดจากขยะ โดยงานวิจัยยังได้กล่าวว่า ขยะอาหารก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจถึงร้อยละ 3 ของอาหารที่ซื้อ (Dhir et al., 2020)

แนวคิดความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม

งานวิจัย Stern และคณะ (1993) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern) หมายถึง ระดับการตระหนักถึงและ/หรือระดับความพยายามในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทัศนคติโดยรวมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมผ่านความตั้งใจ (Dunlap & Van Liere, 1978) ซึ่งความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม (Intention to Participate in Environmental Activity) หมายถึง ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น หรือความพยายามของบุคคลในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อปกป้องและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งจัดขึ้นโดยชุมชน สังคม และหน่วยงานต่าง ๆ โดย Houle และคณะ (2005) ได้เสนอแนะว่าบุคคลจะมีความตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับความสนใจส่วนบุคคล และจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) (Ajzen, 1991; Si et al., 2019) ที่ได้อธิบายว่า เมื่อบุคคลมีความเชื่อว่า หากแสดงพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวกก็มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการกระทำนั้น ๆ ซึ่งถ้ามีทัศนคติที่ดีแล้วบุคคลก็จะมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมาด้วย ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาของ Swaim และคณะ (2014) ในเรื่องอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจของนักศึกษาและพฤติกรรมที่มีต่อการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน แสดงให้เห็นว่า การมีทัศนคติต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนจะส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแสดงถึงพฤติกรรมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ Stern และคณะ (1993) ได้อธิบายถึงค่านิยม

สำหรับบุคคลที่มีความห่วงใยสิ่งแวดล้อมไว้สามประการคือ (1) ค่านิยมอัตนิยม (Egoistic Value Orientation) เป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีส่วนบุคคลและผลประโยชน์ส่วนตน (2) ค่านิยมสังคมนิยมและเห็นแก่ผู้อื่น (Social-altruistic Value Orientation) เป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อื่น รวมถึงครอบครัวและเพื่อนสนิท และสังคม และ (3) ค่านิยมสรรพชีวภาพ (Biospheric Value Orientation) เป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของสิ่งมีชีวิตทั้งหมดและธรรมชาติ ค่านิยมสรรพชีวภาพของบุคคลเป็นตัวชี้วัดความห่วงใยและความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม บุคคลเหล่านี้มีความเชื่อว่าความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อตนเอง สังคมและธรรมชาติ นอกจากนี้ ค่านิยมดังกล่าวยังมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานะเพศของแต่ละบุคคล โดยเพศหญิงจะมีค่านิยมสรรพชีวภาพในระดับที่สูงกว่าเพศชาย

งานวิจัยของ Dhir และคณะ (2020) พบว่า ในภาคอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศจีน ขยะอาหารมีปริมาณเทียบเท่ากับสองเท่าของพื้นที่เพาะปลูก ขยะอาหารมีผลกระทบอย่างมากต่อความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบไปยังการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความสูญเสียทางการเงิน ความมั่นคงทางอาหาร รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เนื่องจากปัญหาขยะอาหารที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมเกิดความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงความยั่งยืน

แนวคิดพฤติกรรมการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม

การศึกษาของ Stern และคณะ (1993) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า พฤติกรรมการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Supportive Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเสียสละที่ไม่ได้คาดหวังผลประโยชน์หรือสิ่งตอบแทน และการช่วยเหลือด้านการเงินผ่านการบริจาค โดย Organ และคณะ (2006) ได้อธิบายว่า การช่วยเหลือมีความหมายเช่นเดียวกับการคำนึงถึงผู้อื่น บุคคลที่คำนึงถึงผู้อื่น (Concern for Other) มักจะตระหนักถึงคุณค่าในการใช้ชีวิตประจำวันและใส่ใจสังคม โดยบุคคลที่คำนึงถึงผู้อื่นมักจะเต็มใจที่จะยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้น เพื่อใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าบุคคลที่คำนึงถึงแต่ตนเอง (Laroche et al., 2001) แม้ว่าฐานคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมเกิดจากทัศนคติผ่านความตั้งใจ แต่สำหรับบริบทเรื่องสิ่งแวดล้อม Schwartz (1973) และ Stern และคณะ (1993) ได้นำเสนอว่า พฤติกรรมสิ่งแวดล้อม (Pro-environmental Behavior) เป็นการแสดงออกหรือการกระทำในระดับจิตสำนึกที่มีเป้าหมาย เพื่อให้คุณภาพของสิ่งแวดล้อมดีขึ้น โดยเป็นผลมาจากค่านิยมหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยตรง ซึ่งจากการศึกษาของ Dodds และคณะ (2010) ที่ได้ศึกษาถึงระดับของความกังวลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะพีพี ประเทศไทย และเกาะกีลี (Gili) ประเทศอินโดนีเซียพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 49 และร้อยละ 34 ที่มาท่องเที่ยวบนเกาะกีลีและเกาะพีพีตามลำดับ มีความกังวลต่อปัญหาขยะบนเกาะ เช่น ขวดน้ำที่ทิ้งเรี่ยราด การไม่มีถังขยะสำหรับการแยกประเภทขยะ และนักท่องเที่ยวร้อยละ 95 และร้อยละ 79 ตามลำดับมีความเต็มใจที่จะยอมจ่ายภาษี เพื่อสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคม นอกจากนี้ O'Connor และ Assaker (2022) ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นสาเหตุหลักของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเกิดจากพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว (O'Connor & Assaker, 2022) ในขณะที่ Dwivedi และคณะ (2022) ได้แสดงแนวคิดเพิ่มเติมว่า ความกลัวและความไม่แน่นอนที่มีต่อการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อความเต็มใจในการจ่ายเบี้ยประกัน ทัศนคติและบรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective Norm) ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความกังวลเชิงพฤติกรรมในการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ บุคคลที่มีความกังวลในเชิงบวกจะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและสังคมมากกว่าบุคคลที่มีความกังวลในเชิงลบ ซึ่งพวกเขาจะให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยและสุขภาพของตนเองเป็นหลัก (Li & Sun, 2022)

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึงพฤติกรรมที่ส่งเสริมการรักษาและปกป้องสิ่งแวดล้อม รวมถึงการช่วยเหลือด้านการเงินผ่านการบริจาค บุคคลที่คำนึงถึงผู้อื่นมักให้ความสำคัญกับคุณค่าในสังคม ความกังวลในเชิงบวกและความกังวลในเชิงลบต่างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ถือเป็นตัวอย่างที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลและพฤติกรรมการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม โดยส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจและเพิ่มความตระหนักรู้ถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม

แนวคิดธุรกิจโรงแรมสีเขียว

ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจโรงแรมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สิ่งแวดล้อมและสังคมได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากการดำเนินงานและการให้บริการของโรงแรมนั้นมีการใช้พลังงานและทรัพยากรเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยเหตุนี้เอง จึงก่อให้เกิดแนวคิดโรงแรมสีเขียว หรือโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) (Acampora et al., 2022) หมายถึง สถานประกอบการประเภทที่พักที่มีแนวปฏิบัติในการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด มีมาตรการจัดการมลพิษและสิ่งแวดล้อมที่ดี ตลอดจนมีส่วนร่วมในการสืบสานศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น (Department of Environmental Quality Promotion, 2023) ประกอบกับการจัดทำมาตรฐานโรงแรมสีเขียวของอาเซียน (ASEAN Green Hotel Standard) จากรายงานโครงการจัดทำและพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยและมาตรฐานระหว่างประเทศปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (Department of Environmental Quality Promotion, 2023) ว่าด้วยเรื่องมาตรฐานโรงแรมสีเขียวของอาเซียน โดยประเทศไทยได้วางมาตรฐานสำหรับการส่งเสริมและการนำไปปฏิบัติของธุรกิจโรงแรมที่มีความตระหนักในด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีตัวชี้วัดประกอบด้วย 11 หมวด 30 ข้อกำหนด และ 80 เกณฑ์ โดยมี 17 ข้อกำหนดที่ธุรกิจโรงแรมสีเขียวจำเป็นต้องได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์

แนวคิดการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green) หรือกระแสความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมที่ภาคเศรษฐกิจให้ความสำคัญนั้นมีมาอย่างยาวนาน (Acampora et al., 2022; Chua & Han, 2022) โดยสืบเนื่องมาจากความเสื่อมโทรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น อันเป็นผลมาจากการบริโภคสินค้าเกินความจำเป็น ซึ่งในปัจจุบันนี้กระแสความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมนั้นกลับมาอีกครั้งหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา ปัจจุบันประเทศไทยมีการสนับสนุนแนวคิด BCG Model (แบบแผนการพัฒนาเศรษฐกิจครบวงจร) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจที่รวมหลายมิติเข้าด้วยกัน ซึ่งจะรวมถึงเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ภายใต้กรอบของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) แนวคิดดังกล่าวไม่เพียงมุ่งเน้นเฉพาะความเจริญทางเศรษฐกิจ แต่ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อมให้ไปในทิศทางเดียวกันอย่างสมดุลเพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน (Meiksin, 2020)

ด้วยเหตุนี้เอง การดำเนินธุรกิจโรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) นั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคนั้นเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการจัดการพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Spaces) ของโรงแรมนั้นมีความสัมพันธ์กันกับกระบวนการรักษาลูกค้าไว้ และยังมีผลต่อการปรับตัวทางจิตใจและทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคด้วย (Yu, 2020) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่าย หากโรงแรมนั้นมีภาพลักษณ์ของการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการให้ความสำคัญกับพื้นที่ปลอดบุหรี่ รวมถึงมีการดำเนินธุรกิจตามนโยบายโรงแรมสีเขียว ไม่ว่าจะเป็นการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยสู่แม่น้ำ การประหยัดน้ำ และประหยัดไฟ รวมถึงการกำจัดของเสียต่าง ๆ เป็นต้น

แนวคิดตามหลักไตรกัปปิยะ หรือ Triple Bottom Line (TBL)

แนวคิดตามหลักไตรกัปปิยะกลายมาเป็นแนวทางการสร้างความสมดุลธุรกิจยุคใหม่ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ธุรกิจโรงแรมสีเขียวเริ่มให้ความสำคัญกับ 3 องค์ประกอบหลัก (Acampora et al., 2022; Assaf et al., 2012) คือ “เศรษฐกิจ-สังคม-สิ่งแวดล้อม” หรือที่เรียกกันว่า Triple Bottom Line โดยเน้นองค์ประกอบ 3 ด้าน (Tseng et al., 2020; Yip et al., 2023) คือ **ด้านเศรษฐกิจ** (Economic) คือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีกำไร และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้เสีย **ด้านสังคม** (Social) คือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และ **ด้านสิ่งแวดล้อม** (Environmental) คือ การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า โดยธุรกิจจะทำการรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างครอบคลุม โดยบูรณาการทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการเงิน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในขณะที่สังคมกำลังผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมให้ความสำคัญกับการรายงานตามหลักไตรกัปปิยะ (TBL reporting) มากขึ้น แต่ยังก็มีความเห็นที่แตกต่างกันเกี่ยวกับผลกระทบของการรายงานตามหลักไตรกัปปิยะต่อผลการดำเนินงานของโรงแรม จากการศึกษาของ Assaf และคณะ (2012) ที่ได้ทำการศึกษาในกลุ่มธุรกิจโรงแรมประเทศสโลวีเนียพบว่า โรงแรมที่ทำการรายงานเกี่ยวกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะมีผลการดำเนินงานธุรกิจที่ดีขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยของ Boley และ Uysal (2013) ซึ่งใช้กรณีศึกษาของโรงแรมขนาดเล็ก รีสอร์ต และกลุ่มโรงแรมในเครือพบว่า ธุรกิจโรงแรมที่ยึดแนวคิดตามหลักไตรกัปปิยะ (TBL) จะมุ่งเน้นที่ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในระยะยาว โดยจะนำไปสู่ “การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิผล” (Competitive Synergy) ซึ่งหมายถึงปรากฏการณ์ที่ธุรกิจโรงแรมได้รับผลประโยชน์ที่คาดการณ์ไว้ (เช่น ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน) จากการมุ่งเน้นถึงความยั่งยืน รวมเข้ากับผลประโยชน์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ (เช่น เพิ่มความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน) ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น (Boley & Uysal, 2013, p. 236)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวภายหลังวิกฤติการณ์โควิด-19 มีค่อนข้างจำกัด (Hameed et al., 2022; Jian et al., 2020; Yu, 2020) โดยงานส่วนมากจะทำการศึกษาในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้า ผู้บริโภค หรือผู้เข้าใช้บริการ เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการโรงแรมที่มีการปรับตัวเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือโรงแรมสีเขียวในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยงานวิจัยของ Yu (2020) ที่ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่สีเขียว (Green Spaces) กับความยืดหยุ่นทางจิตใจหรือการฟื้นฟูทางด้านจิตใจ (Psychological Resilience) โดยเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและได้พบว่า อิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) ของลูกค้าสามารถช่วยเพิ่มทัศนคติเชิงบวกและเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับตัวลูกค้า แต่ทั้งนี้ยังคงขึ้นอยู่กับความสมเหตุสมผลของราคาของสินค้าด้วย ผลการศึกษาของ Hasan และ Rahman (2023) พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีค่านิยมและทัศนคติที่สนับสนุนแนวคิดสีเขียวหรือแนวคิดในการอนุรักษ์จะมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการโรงแรมสีเขียวอีกภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ความกลัวและความไม่แน่นอนของสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม จึงทำให้พวกเขามีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม โดยการให้ความไว้วางใจในตราสินค้าโรงแรมสีเขียวและการใช้บริการผลิตภัณฑ์สีเขียว รวมถึงเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าสีเขียวมากขึ้น (Jian et al., 2020) ดังนั้น หากมีการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณลักษณะของโรงแรมสีเขียว จะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมดำเนินธุรกิจตามแนวทางโรงแรมสีเขียวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังสามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการโรงแรมสีเขียวด้วย (Sharma & Chen, 2023) จากการศึกษาของ Chan (2013) เกี่ยวกับการตลาด

ของธุรกิจโรงแรมสีเขียวพบว่า ประเด็นสำคัญของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมสีเขียวคือ โรงแรมควรใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นช่องทางการทำการตลาดให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารโดยตรงและดำเนินการทางการตลาดสีเขียวของโรงแรมให้กับลูกค้า และโรงแรมควรเน้นย้ำถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงแรมในเรื่องความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวสีเขียว ในส่วนของประเด็น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ โรงแรมสีเขียวควรประชาสัมพันธ์ด้านการอนุรักษ์และจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างระมัดระวัง และควรหลีกเลี่ยงการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าในราคาที่สูง สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านสิ่งแวดล้อมหรือกิจกรรมสีเขียว นอกจากนี้งานวิจัยของ Hameed และคณะ (2022) ยังได้กล่าวว่า ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการบริการ และความเชื่อมั่นในตราสินค้า และการบอกต่อของลูกค้าที่เกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Word-of-Mouth) โดยงานวิจัยยืนยันว่า แนวปฏิบัติสีเขียว (Green Practices) ของโรงแรมมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของโรงแรมสีเขียว กล่าวคือ ภาพลักษณ์ของโรงแรมสีเขียวส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดความไว้วางใจของลูกค้าในตัวธุรกิจ รวมทั้งยังส่งผลต่อการบอกต่อของลูกค้าให้กับผู้อื่น ซึ่งสนใจเกี่ยวกับธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้การวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Study) (Emiliussen et al., 2021) ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Kane et al., 2014; Srijunpetch, 2017) สามารถแสดงให้เห็นถึงมุมมองที่มักถูกละเลยจากความซับซ้อน ความกำกวม และความแปรปรวน โดยศึกษาสภาพปกติในแต่ละวัน รวมถึงข้อยกเว้น (Exceptional) เหตุการณ์ผิดปกติ (Unusual Event) สถานการณ์ในปัจจุบัน และแนวทางปฏิบัติ (Practice) ซึ่งจะสามารถรวบรวมข้อมูลที่มีความหลากหลาย และมุมมองที่แตกต่างกันได้ แล้วจึงนำมาสังเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจถึงเหตุการณ์โดยเฉพาะการขับเคลื่อนโรงแรมของผู้ประกอบการธุรกิจให้เป็นโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การวิจัยเชิงคุณภาพจึงถือว่าเป็นวิธีวิจัยที่เหมาะสมสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของงาน (Riley & Love, 2000; Wilson & Hollinshead, 2015) คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) การสัมภาษณ์เป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) (Buys et al., 2022) โดยแบบสัมภาษณ์ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Fernández-Robin และคณะ (2019) เพื่อศึกษาถึงการขับเคลื่อนธุรกิจโรงแรมสีเขียวในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โดยมีข้อคำถามทั้งหมด 5 คำถาม โดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ COA No. 2022/0114 ประกอบด้วยข้อคำถามดังนี้ 1. อะไรคือเหตุผลและแรงจูงใจหลักในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม 2. ในปัจจุบัน โรงแรมมีการดำเนินการใดบ้างที่มุ่งไปสู่การช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม อธิบาย 3. อะไรคืออุปสรรคหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมในโรงแรมของคุณ อธิบาย 4. ผลกระทบทางเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลอย่างไรต่อการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในการทำธุรกิจโรงแรม และ 5. คุณช่วยบอกเราได้ไหมว่า ลูกค้าโรงแรมรับรู้ถึงการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่โรงแรมดำเนินการอย่างไร

ในขั้นตอนในการเลือกตัวแทนกลุ่มประชากรการศึกษา โดยคณะผู้วิจัยจะเน้นกลุ่มจังหวัดที่มีภาคธุรกิจโรงแรมสีเขียวโดย การสุ่มตัวอย่างของผู้ถูกสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวเป็นแบบหลายขั้น (Multistage Sampling) (Shimizu, 2014) ซึ่งเป็นการสุ่มที่เหมาะสม สำหรับการสุ่มตัวอย่างที่ประชากรมีขนาดใหญ่ โดยมีขอบเขตงานกว้างขวาง แบ่งออกเป็น 3 ขั้นคือ ขั้นที่ 1 คือ การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ จะเน้นจังหวัดที่มีกลุ่มธุรกิจโรงแรมสีเขียวให้บริการภายหลังการเปิดประเทศอันเนื่องมาจากวิกฤติการณ์โควิดคือ จังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (Daffey, 2023) โดยจากฐานข้อมูลของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Department of Environmental Quality Promotion, 2023) พบว่า จำนวนโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของทั้งจังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย จังหวัด

สุราษฎร์ธานี ถือเป็นประมาณร้อยละ 24.24 ของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้งประเทศ เมื่อเทียบกับจำนวนโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศ สัดส่วนของโรงแรมสีเขียวในสองจังหวัดรวมกันถือว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ขั้นที่ 2 คือ การเลือกตัวอย่างแบบก้อนหิมะหรือแบบอ้างอิงต่อเนื่องปากต่อปาก (Snowball Sampling) (Johnson, 2014) คือ หลังจากได้กลุ่มจังหวัดที่มีโรงแรมสีเขียว คณะผู้วิจัยเลือกผู้ให้สัมภาษณ์โดยอาศัยการแนะนำจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวในจังหวัดที่เลือก โดยทำไปจนครบตามจำนวนที่ต้องการ และขั้นที่ 3 คือ การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เมื่อได้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวตามที่ต้องการแล้ว คณะผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Marshall, 1996) คือ ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการหรือผู้จัดการที่ทำงานในธุรกิจโรงแรมสีเขียว โดยมีอายุมากกว่า 18 ปี รวมถึงมีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 1 ปี ซึ่งจะเป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview) ด้วยคำถามทั้งหมด 5 คำถาม ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม คณะผู้วิจัยเน้นการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมสีเขียวภายหลังการระบาดของโรคโควิด-19 โดยหลังจากการเปิดประเทศและต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยคณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัวกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวทั้งหมด 35 คน กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยผู้ประกอบการ (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) โรงแรมสีเขียวจำนวน 21 คน (แห่ง) ในจังหวัดภูเก็ต และ 14 คน (แห่ง) ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยงานวิจัยของ Hennink และ Kaiser (2022) ได้ทำการวิเคราะห์อภิมาน (Systematic Review) งานวิจัยที่ใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 16 บทความและได้ยืนยันว่า จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวจะอยู่ประมาณ 9–17 คน ด้วยเหตุนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาในการทำวิจัยเชิงคุณภาพชิ้นนี้ถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม

ตารางที่ 1 แสดงถึงข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) โรงแรมสีเขียวที่ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมด 35 คน (แห่ง) แบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมสีเขียวออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) โรงแรมอิสระ (Independent Hotel) เป็นโรงแรมประเภทที่บุคคลหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่น ๆ 2) โรงแรมเครือข่าย (Chained Hotel) เป็นโรงแรมประเภทที่มีรูปแบบการบริหารงานแบบเครือข่ายภายใต้บริษัทแม่ โดยมีการวางแผนการจัดการที่เป็นระบบ (Ribaudo et al., 2020)

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวทั้งหมด 35 คน แบ่งออกเป็น เพศชาย 12 คน (ร้อยละ 34.29) และเพศหญิง 23 คน (ร้อยละ 65.71) โดยจำแนกตามอายุ อายุน้อยกว่า 25 ปี ทั้งหมด 0 คน (ร้อยละ 0) 25–35 ปี ทั้งหมด 3 คน (ร้อยละ 8.57) 35–45 ปี ทั้งหมด 22 คน (ร้อยละ 62.86) 45–55 ปี ทั้งหมด 6 คน (ร้อยละ 17.14) และมากกว่า 55 ปี ทั้งหมด 4 คน (ร้อยละ 11.43) โดยเป็นธุรกิจโรงแรมอิสระ 21 แห่ง (ร้อยละ 60) และโรงแรมเครือข่าย 14 แห่ง (ร้อยละ 40) รวมทั้งมีประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรมน้อยกว่า 5 ปี ทั้งหมด 2 คน (ร้อยละ 5.71) 5–10 ปี ทั้งหมด 7 คน (ร้อยละ 20) 10–20 ปี ทั้งหมด 14 คน (ร้อยละ 40) และมากกว่า 20 ปี ทั้งหมด 12 คน (ร้อยละ 34.29) หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) ทั้งหมด 35 แห่ง หลังจากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ NVivo ไปพร้อม ๆ กับการให้รหัส (Coding) เพื่อจัดหมวดหมู่ (Category) ของข้อมูล และหาความหมายของความสัมพันธ์ที่ซ้ำกันระหว่างคุณลักษณะ (Properties) กับมิติ (Dimensions) เพื่อให้ได้หมวดหมู่หลัก (Core Category) ของปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา และทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาโดยทำการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) การเปรียบเทียบข้อค้นพบ (Finding) ของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษา (Phenomenon) จากแหล่งและมุมมองที่แตกต่างกัน ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากหลากหลายแหล่งที่มา ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากต่างเวลา ต่างสถานที่ และต่างบุคคลมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบ เพื่อหาความสอดคล้องและความแตกต่าง โดยตรวจสอบเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนเอกสารและ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนักวิจัยส่วนมาก (Decrop, 1999) พบว่า การตรวจสอบสามเส้าเป็นแนวทางการยืนยันความน่าเชื่อถือ (Credibility and Validity) ของข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ โดยถือเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เนื่องจากสามารถช่วยเพิ่มความถูกต้องของผลการวิจัยและช่วยให้เข้าใจหัวข้อวิจัยได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงการขับเคลื่อนธุรกิจโรงแรมสีเขียวในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจภายหลังการฟื้นฟูวิกฤติการณ์โควิด-19

ตารางที่ 1: ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) ธุรกิจโรงแรมสีเขียวทั้งหมด 35 คน

รหัส	ประเภทโรงแรม	จำนวนห้อง	เพศ	อายุ	ประสบการณ์ทำงาน/ปี	ตำแหน่ง	สถานที่
G1	โรงแรมเครือข่าย	124	หญิง	40	20	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G2	โรงแรมอิสระ	154	หญิง	40	20	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G3	โรงแรมอิสระ	144	ชาย	38	15	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G4	โรงแรมอิสระ	21	หญิง	48	25	ผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G5	โรงแรมอิสระ	244	หญิง	58	30	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G6	โรงแรมอิสระ	498	หญิง	42	15	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G7	โรงแรมอิสระ	312	ชาย	32	8	ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G8	โรงแรมเครือข่าย	690	ชาย	53	30	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G9	โรงแรมเครือข่าย	79	หญิง	38	13	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G10	โรงแรมอิสระ	240	หญิง	55	30	ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G11	โรงแรมเครือข่าย	518	หญิง	45	23	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G12	โรงแรมอิสระ	105	ชาย	56	22	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G13	โรงแรมอิสระ	92	หญิง	38	13	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	ภูเก็ต
G14	โรงแรมอิสระ	350	ชาย	65	30	ผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G15	โรงแรมอิสระ	180	หญิง	42	19	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G16	โรงแรมอิสระ	274	ชาย	52	31	ผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G17	โรงแรมอิสระ	195	ชาย	45	20	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G18	โรงแรมอิสระ	182	หญิง	45	25	ผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G19	โรงแรมเครือข่าย	265	หญิง	50	23	ผู้จัดการทั่วไป	ภูเก็ต
G20	โรงแรมอิสระ	600	หญิง	38	9	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต

ตารางที่ 1: ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) ธุรกิจโรงแรมสีเขียวทั้งหมด 35 คน (ต่อ)

รหัส	ประเภทโรงแรม	จำนวนห้อง	เพศ	อายุ	ประสบการณ์ทำงาน/ปี	ตำแหน่ง	สถานที่
G21	โรงแรมอิสระ	202	หญิง	41	20	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	ภูเก็ต
G22	โรงแรมอิสระ	74	หญิง	66	26	เจ้าของกิจการ	สมุย
G23	โรงแรมเครือข่าย	200	หญิง	38	3	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G24	โรงแรมเครือข่าย	67	หญิง	45	22	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G25	โรงแรมเครือข่าย	88	หญิง	41	7	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G26	โรงแรมอิสระ	144	ชาย	37	12	ผู้ช่วยจัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G27	โรงแรมเครือข่าย	172	หญิง	39	10	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G28	โรงแรมอิสระ	122	ชาย	43	15	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G29	โรงแรมอิสระ	60	หญิง	51	10	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G30	โรงแรมอิสระ	45	ชาย	43	1	ผู้จัดการแผนก	สมุย
G31	โรงแรมเครือข่าย	96	ชาย	40	7	ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	สมุย
G32	โรงแรมเครือข่าย	79	หญิง	36	12	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G33	โรงแรมเครือข่าย	76	ชาย	45	14	ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	สมุย
G34	โรงแรมเครือข่าย	81	หญิง	33	15	ผู้จัดการ	สมุย
G35	โรงแรมเครือข่าย	74	หญิง	41	10	ผู้จัดการแผนก	สมุย

หมายเหตุ: รหัส G1 แทนผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 และ G2 คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2

ผลการศึกษา

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาของผู้ประกอบการธุรกิจ (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) โรงแรมสีเขียวจำนวน 35 แห่ง ในจังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. แรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจธุรกิจโรงแรมสีเขียว

จากผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 54.29 (19 คนจาก 35 คน) ให้ความเห็นว่าประเด็นด้าน **การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม** ถือเป็นแรงจูงใจในการทำธุรกิจโรงแรมสีเขียว โดยส่วนมากเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอิสระ คิดเป็นร้อยละ 61.90 (13 คนจากทั้งหมด 21 คนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอิสระ) ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า

G 14: “...เรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องสำคัญเป็นปัจจัยที่ธุรกิจการท่องเที่ยวควรเห็นความสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวเขาจะเดินทางมาเที่ยวที่สิ่งแวดล้อมยังดี ภูเขายังเขียว น้ำทะเลยังใสไม่มีขยะ” (เพศชาย อายุ 65 ปี โรงแรมอิสระ)

G 17: "...หลายโรงแรมกำลังเข้าโครงการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) และผู้คนต่างตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อมและต้องการมองหาโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้น โรงแรมจึงต้องมีการปรับตัวให้กับกับเทรนด์และความต้องการ อีกสิ่งหนึ่งคือ ทางโรงแรมต้องการลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม" (เพศชาย อายุ 45 ปี โรงแรมอิสระ)

งานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมสีเขียว (Chua & Han, 2022) ให้ความเห็นว่า การตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืนในธุรกิจโรงแรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจทั่วโลก เริ่มตั้งแต่ที่ได้มีการเผยแพร่รายงานที่ชื่อว่า "แนวทางปฏิบัติที่ดีในด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม" จัดทำโดยโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ – อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับสมาคมโรงแรมและภัตตาคารนานาชาติในช่วงปี ค.ศ. 1990 ส่งผลทำให้ธุรกิจโรงแรมหันมาสนใจอย่างมากในเรื่องความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะโรงแรมอิสระที่ได้หันมาให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกลุ่มธุรกิจโรงแรมอิสระส่วนมากขาดแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมเมื่อเทียบกับกลุ่มโรงแรมเครือข่าย ซึ่งกลุ่มโรงแรมเครือข่ายส่วนมากได้มีการนำแนวทางการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมอิสระส่วนมากขาดการวางแผนระยะยาวในด้านแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมแต่เน้นไปที่การวางแผนระยะสั้น (Alonso-Almeida et al., 2017) ด้วยเหตุนี้ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอิสระจึงจำเป็นต้องหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ประเด็นรองลงมาคือ **เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการตลาด** ร้อยละ 31.43 (11 คนจาก 35 คน) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสองกลุ่มต่างให้ความเห็นตรงกันว่า

G1: "...ในส่วนหลักของฝ่ายบริหารเล็งเห็นถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นอยากเป็นโรงแรมต้นแบบที่ให้การใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม เพราะว่าในส่วนของการออกไปขายลูกค้าต่างชาติจะให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมาก" (เพศชาย อายุ 45 ปี โรงแรมเครือข่าย)

G10: "...เพราะเราทราบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาช่วงแรกเป็นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะชอบความสะอาดมาก ๆ ทางโรงแรมจึงได้พยายามรักษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและดำเนินการมาเป็นระยะเวลาค่อนข้างนานตั้งแต่เริ่มเปิดโรงแรมในช่วงแรก ๆ " (เพศหญิง อายุ 55 ปี โรงแรมอิสระ)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Merli และคณะ (2019) ที่พบว่า ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการโรงแรมเพิ่มขึ้น หากโรงแรมมีความมุ่งมั่นและใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยที่ลูกค้าส่วนมาก เมื่อมาใช้บริการโรงแรมสีเขียว พวกเขาจะมีความพึงพอใจและภักดีต่อโรงแรม รวมทั้งบอกปากต่อปากในแง่ดีให้แก่คนที่พวกเขารู้จัก จึงเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด โดยงานวิจัยของ Chan (2014) ได้ยืนยันว่า กลยุทธ์การตลาดในด้านโรงแรมสีเขียวจะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งที่เป็นกลุ่มโรงแรมทั่วไป รวมทั้งเพิ่มฐานลูกค้าที่ภักดีต่อโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงภาพลักษณ์ของโรงแรม รวมถึงการตลาดของโรงแรมให้เป็นรูปแบบของโรงแรมที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

2. แนวทางดำเนินการของโรงแรมที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 62.86 (22 คนจาก 35 คน) เน้น**การลดและแยกขยะอาหาร** โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลจากโรงแรมเครือข่าย ร้อยละ 78.57 (11 คนจาก 14 คน) ที่เน้นการลดและแยกขยะอาหารในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อม

G23: "เศษอาหารที่เหลือจากการใช้ในส่วนของร้านอาหารต่าง ๆ ทั้งในส่วนของพนักงานและของลูกค้า โดยเศษอาหารจะถูกแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกเป็นเศษอาหารที่ไม่ได้เน่าเสียจะมีชาวบ้านเลี้ยงหมูมารับไปเอาไปเป็นอาหารหมู ซึ่งตรงนี้ทางโรงแรมเองก็ได้กำจัดขยะออกไป ชาวบ้านเองก็ได้ประโยชน์จากการนำเศษอาหารไปเลี้ยงสัตว์ รวมถึงบางส่วนโรงแรมเรา

มีสวนของเราที่ห่างจากโรงแรมไปไม่มากนัก ซึ่งเราจะนำเศษอาหารเหล่านี้หรือเศษขยะหมักไปทำเป็นปุ๋ยแล้วนำกลับมาใช้ในโรงแรมด้วย" (เพศหญิง อายุ 38 ปี โรงแรมเครือข่าย)

โดยงานวิจัยของ Kattiloanlli และคณะ (2022) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสร้างปัญหาด้านขยะ โดยหนึ่งในสามของปัญหาขยะคือ ขยะอาหาร (Food Waste) โดยร้อยละ 75 คือ อาหารที่รับประทานได้ (Edible) โดยเฉพาะลูกค้าในธุรกิจโรงแรมที่สร้างปัญหาขยะอาหารโดยเฉลี่ยประมาณ 0.8–1.2 กิโลกรัมต่อคน ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจึงหันมาใส่ใจในการแก้ไขปัญหาด้านการแยกขยะอาหารที่จะส่งผลเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม โรงแรมเครือข่ายส่วนมากมีแนวทางปฏิบัติในการจัดการขยะอาหารที่ชัดเจนและการดำเนินการที่เป็นนโยบายโดยได้รับการสนับสนุนตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงไปจนถึงระดับปฏิบัติการ (Kattiyapornpong et al., 2023; Lévesque et al., 2022) ในขณะที่โรงแรมอิสระอาจจะขาดนโยบายการวางแผนและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในเรื่องการจัดการขยะอาหาร อย่างไรก็ตาม การจัดการลดและแยกขยะอาหารถือเป็นแนวทางปฏิบัติที่สำคัญของโรงแรมทั้งสองประเภท

รองลงมาคือ **การกลับมาใช้และแปรรูปใหม่** คิดเป็นร้อยละ 31.43 (11 คนจาก 35 คน) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวว่า

G4: "ตอนนี้ก็ปรับเปลี่ยนเป็นขวดแก้ว ซึ่งสามารถทำมาใช้ใหม่ (Reuse) ได้ หรือว่าในส่วนของห้องอาหาร เมื่อก่อนจะใช้หลอดน้ำดื่มที่ทำจากพลาสติก ก็เปลี่ยนมาเป็นหลอดที่สามารถย่อยสลายได้ และพวกของใช้ที่มีเหลือเช่น ขวดพลาสติกหรือขวดเครื่องดื่มที่ทำจากอะลูมิเนียม ทางโรงแรมก็นำมาใช้ใหม่และนำไปขายต่อ หรือเก็บไว้เพื่อบริจาคให้กับหน่วยงานที่ทำขาเทียม" (เพศหญิง อายุ 48 ปี โรงแรมอิสระ)

งานวิจัย Singh และคณะ (2014, p. 18) พบว่า การแปรใช้ใหม่ได้ (Recycling) ในธุรกิจโรงแรมจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions) โดยในระยะยาวจะส่งผลดีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การแปรใช้ใหม่ได้อาจไม่ได้ประหยัดต้นทุนในการดำเนินการของธุรกิจโรงแรม เพราะจะก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการซื้ออุปกรณ์ รวมถึงค่าจ้างสำหรับพนักงานในการดำเนินการ แต่สิ่งสำคัญคือ ธุรกิจโรงแรมจะสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างชัดเจน

ต่อมาเป็นประเด็นเกี่ยวกับ **การประหยัดพลังงาน** ร้อยละ 25.71 (9 คนจาก 35 คน)

G2: "...การปิดไฟและปิดแอร์ในช่วงของเวลาพักและการประหยัดน้ำ" (เพศหญิง อายุ 40 ปี โรงแรมอิสระ)

G33: "...ในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและในพื้นที่ต่างภายในโรงแรมจะเป็นพื้นที่เปิด เช่น ห้องอาหาร ส่วนที่จะใช้เครื่องปรับอากาศก็จะมีแค่ในห้องพักของลูกค้าและออฟฟิศของพนักงานเท่านั้น" (เพศชาย อายุ 36 ปี โรงแรมเครือข่าย)

ตามด้วย **การลดการใช้พลาสติก** ร้อยละ 22.86 (8 คนจาก 35 คน) และ**การใช้พลังงานแสงอาทิตย์** ร้อยละ 5.71 (2 คนจาก 35 คน)

G13: "...ปัจจุบันทางโรงแรมทุกแผนกดำเนินการลดขยะพลาสติกและเข้าร่วมโครงการไร้พลาสติก (Plastics Free) ทางโรงแรมร่วมโครงการต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่จะสามารถลดปริมาณพลาสติก" (เพศหญิง อายุ 38 ปี โรงแรมอิสระ)

G 29: "โรงแรมพยายามลดการใช้พลาสติกจากการสั่งซื้อของจากภายนอกซึ่งโรงแรมจะจัดการกับคนจัดหาสินค้าหากเป็นไปได้โรงแรมไม่ต้องใช้วัสดุที่ห่อหุ้มด้วยพลาสติก" (เพศหญิง อายุ 43 ปี โรงแรมอิสระ)

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สอดคล้องกับการศึกษาของ Prakash และคณะ (2023) ที่ได้ศึกษาถึงแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนที่มาใช้ในธุรกิจโรงแรมพบว่า ตัวชี้วัดผลงานที่สำคัญ (Critical Performance Indicators: CPIs) มี 5 อย่าง ได้แก่ มลพิษทางอากาศ (Air Pollution) ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (Energy Efficiency) การอนุรักษ์น้ำ (Water Conservation) มลพิษทางเสียง (Noise Pollution) และการจัดการขยะ (Waste Management) ซึ่งการประหยัดพลังงานถือเป็นส่วนหนึ่งของประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โดยจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พบว่าโรงแรมจะเน้นการลดการใช้ไฟฟ้า รวมทั้งการใช้ไฟช่วงเวลาที่จำเป็น นอกจากนี้ การลดการใช้พลาสติกถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการขยะ และจากการศึกษาของ Evode และคณะ (2021) พบว่า ภายหลังวิกฤติการณ์โควิด-19 พลาสติกได้ถูกนำมาใช้มากขึ้นในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากธุรกิจต่าง ๆ ได้นำพลาสติกมาบรรจุผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น แม้ว่าการใช้พลาสติกจะมีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันแต่ก็สามารถก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ กับชีวิตมนุษย์และระบบนิเวศได้ หากไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ Ioannidis และคณะ (2021) ที่ได้ทำการศึกษากับองค์กรที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 143 แห่งพบว่า หากธุรกิจสามารถจัดการ 3R (Reduce Reuse and Recycle: 3Rs) คือ การลดการใช้ การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการนำขยะกลับมาใช้ใหม่โดยเป็นแนวคิดและแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และสามารถช่วยลดปริมาณขยะให้น้อยลงจะส่งผลด้านบวกต่อธุรกิจในการเพิ่มตัวชี้วัดด้านผลกำไร เนื่องจากธุรกิจสามารถจัดการด้านขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถได้รับประโยชน์จากลดการใช้ทรัพยากรพลังงานและน้ำ ซึ่งถือเป็นต้นทุนในการดำเนินงานด้านธุรกิจ โดยจะนำไปสู่การลดค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคโดยตรง ซึ่งถือเป็นต้นทุนหลักของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ หากธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ สามารถนำกลยุทธ์ 3Rs มาประยุกต์ใช้ ธุรกิจสามารถลดปริมาณสินค้าคงคลัง รวมถึงลดต้นทุนสินค้าขายโดยตรงได้ เนื่องจากการนำกลับมาใช้ใหม่บางส่วนสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านทุนของธุรกิจ ด้วยเหตุนี้เอง หากธุรกิจโรงแรมสีเขียวได้นำกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม 3Rs มาใช้ในการดำเนินงาน โรงแรมจะสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายด้านทุน นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมสีเขียวยังสามารถได้รับประโยชน์จากการเพิ่มฐานลูกค้าของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น (Ioannidis et al., 2021, p. 3403)

3. ปัญหาหรืออุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินการนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.71 (16 คนจาก 35 คน) แสดงความเห็นว่า **ความรู้ความเข้าใจพนักงานโรงแรม**คือ ปัญหาหรืออุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพนักงานขาดความเข้าใจในเรื่องการดำเนินงานของนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็นผลมาจากปัญหาการขาดแคลนพนักงาน เพราะในช่วงก่อนวิกฤติโควิด-19 ธุรกิจโรงแรมได้มีการวางแผนในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโดยพนักงานในแผนกที่เกี่ยวข้อง แต่หลังจากวิกฤติ จำนวนพนักงานที่หายไปทำให้ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องสรรหาพนักงานใหม่ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการอบรมและฝึกฝนพนักงานให้เข้าใจถึงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

G14: “หากมีพนักงานเข้าหรือออกอยู่บ่อย ๆ ทุกครั้งจะต้องมีการอบรม ทำให้เกิดภาระงานที่เพิ่มมากขึ้นหรือพนักงานเก่าออกไปบ้างทำให้ต้องมีการมาดูแลอยู่บ่อยครั้ง รวมถึงเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องปลูกฝังจะต้องสร้างความตระหนักให้บุคลากรว่าเป็นสิ่งที่ควรจะต้องทำไม่เช่นนั้นเขาก็จะมีพฤติกรรมแบบเดิมซ้ำ ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นเรื่องง่ายที่จะเข้าใจและปฏิบัติตาม” (เพศชาย อายุ 65 ปี โรงแรมอิสระ)

งานวิจัยของ Okumus และคณะ (2019) ได้ยืนยันว่า ทัศนคติ ความรู้ ความตระหนัก และความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมตลอดจนความตั้งใจของพนักงานโรงแรมในการดำเนินกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสร้างพฤติกรรม

ทางนิเวศวิทยา (Ecological Behavior) ที่เป็นองค์ประกอบหลักในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับงานวิจัย ของ Chan และคณะ (2014) ที่ได้ศึกษาธุรกิจโรงแรมในเกาะฮ่องกง และพบว่า ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และการใส่ใจสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงแรม ถือปัจจัยหลักในการผลักดันให้ธุรกิจไปสู่โรงแรมสีเขียว หากพนักงานโรงแรมขาดความรู้และความตระหนักในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม พนักงานจะเป็นอุปสรรคต่อการบริหารงานของธุรกิจโรงแรมในด้านนโยบายรักษาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพนักงานโรงแรมถือเป็นกลไกหลักในการผลักดันให้ลูกค้าได้เข้าใจถึงนโยบายในการดำเนินการของธุรกิจโรงแรม รวมทั้งพวกเขามีบทบาทที่สำคัญในการผลักดันนโยบายของโรงแรมให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (Pham et al., 2023) อย่างไรก็ตาม เมื่อธุรกิจโรงแรมฟื้นตัวด้วยอุปสงค์จากการท่องเที่ยวภายหลังสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ธุรกิจโรงแรมต้องเร่งสรรหาพนักงานมาทำงานเพื่อตอบสนองการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการสานต่อนโยบายของโรงแรมด้านการตระหนักในสิ่งแวดล้อม ประกอบกับธุรกิจโรงแรมทั่วโลกประสบปัญหาการขาดแคลนพนักงานถึงขั้นวิกฤติ (Saraiva, 2023) ดังนั้นการเร่งเปิดการดำเนินการธุรกิจภายใต้วิกฤติการณ์การขาดแคลนพนักงาน (Race, 2021) ประกอบกับการฝึกอบรมจำเป็นต้องใช้เวลา รวมทั้งการทำความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรจำเป็นต้องใช้พนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงาน ส่งผลทำให้พนักงานเข้ามาใหม่ส่วนมากยังขาดความเข้าใจในเรื่องดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมสีเขียว (Yimam, 2022) อีกทั้งพนักงานยังจะต้องมีพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายของธุรกิจโรงแรมในการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาของ Alola และคณะ (2022) ที่ยืนยันว่า การฝึกอบรมพนักงานโรงแรมให้เข้าใจถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมจะต้องกระตุ้นพนักงานให้เกิดพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรของพนักงานต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรโดยรวม หากพนักงานโรงแรมมีพฤติกรรมดังกล่าว พวกเขาจะเข้าใจถึงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร และสามารถแสดงออกในการทำงานของพวกเขาที่สอดคล้องกับแนวคิดการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจโรงแรมอิสระ ร้อยละ 50 (12 คนจาก 24 คน) ได้ให้ความเห็นว่า

G3: “อุปสรรคน่าจะเป็นเรื่องของภาวะของคนที่ทำงานครับ เพราะอย่างเช่นคนเก่าไปคนใหม่มา อาจจะส่งผลในเรื่องของการทำงานเพราะจะต้องให้ความรู้กับคนใหม่ ๆ หรืออาจจะต้องฝึกอบรมให้เหมือนกับพนักงานรุ่นเก่าที่ออกไป” (เพศชาย อายุ 38 ปี โรงแรมอิสระ)

นอกจากนี้ การศึกษาของ Alonso-Almeida และคณะ (2017, p. 3) ยังพบว่า โรงแรมอิสระมีอุปสรรคภายในองค์กร (Internal Barriers) ในการดำเนินธุรกิจคือ การขาดพนักงานที่เข้าใจการจัดการโรงแรมอย่างยั่งยืน ประกอบกับโรงแรมอิสระมีความรู้ไม่เพียงพอ (Insufficient Knowledge) ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ได้ให้ความสำคัญต่อคาร์บอนฟุตพรินต์ (Carbon Footprint) หรือปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่าที่ควร (De Grosbois & Fennell, 2011) จึงเป็นสาเหตุของปัญหาในกลุ่มธุรกิจโรงแรมอิสระเมื่อเทียบกับโรงแรมเครือข่ายที่พนักงานเป็นปัญหาในการดำเนินการนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

4. ผลกระทบทางเศรษฐกิจกับการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

จากการผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งโรงแรมอิสระและเครือข่าย ร้อยละ 31.43 (11 คนจาก 35 คน) กล่าวว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจในการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมคือ การที่มีต้นทุนที่สูงขึ้นในการดำเนินการ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนมากให้ความเห็นว่า

G16: “หากโรงแรมใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถแปรใช้ใหม่ได้ (Recycle) 100% ราคาค่อนข้างสูง ซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนการผลิตปัจจุบันใน 100% โรงแรมผลักดันให้ใช้มากกว่า 50% ซึ่งการใช้จริงของโรงแรมอยู่ที่ 60–70% สามารถแปรใช้ใหม่ได้ 100%” (เพศชาย อายุ 52 ปี โรงแรมอิสระ)

G27: “ผลกระทบทางเศรษฐกิจส่งผลต่อด้านปัจจัยด้านการลงทุน เพราะทางโรงแรมใช้วัสดุหรือการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงถือว่าเป็นต้นทุนที่ค่อนข้างสูง” (เพศหญิง อายุ 37 ปี โรงแรมเครือข่าย)

งานวิจัยของ Chua และ Han (2022, p. 476) ที่ได้ทำการวิเคราะห์อภิมานบทความทั้งหมด 272 งานที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมสีเขียวและพบว่า “ต้นทุน” คือ อุปสรรคภายในของการดำเนินการธุรกิจโรงแรมสีเขียวและถือเป็นความท้าทายของธุรกิจโรงแรมที่จะไปสู่ความยั่งยืนในการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรม แม้ว่าธุรกิจโรงแรมสีเขียวต้องการที่จะสร้างสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแต่ก็มีต้นทุนในการจัดการที่สูงขึ้น อีกทั้ง Glusac (2022) ยังกล่าวไว้ว่า กลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ต้องการที่จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ (Carbon Neutral) ภายในปี พ.ศ. 2593 แต่ความท้าทายในการจัดการคือ การออกแบบอาคารใหม่ที่ประหยัดพลังงานหรือดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิมด้วยเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้เอง ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการบริหารงานสูงขึ้น

5. การรับรู้ของลูกค้าในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักร้อยละ 37.14 (13 คนจาก 35 คน) ให้ความเห็นว่า ลูกค้าส่วนมากรับรู้การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมได้จาก**ป้ายสัญลักษณ์** โดยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอิสระกล่าวว่า

G13: “ทางโรงแรมจะมีป้ายต่าง ๆ ภายในห้องพัก การประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ มีป้ายสำหรับการแจ้งแม่บ้านที่จะประสงค์ให้ทำความสะอาดห้องพักการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนทุก ๆ 2–3 วัน [ลูกค้า] สามารถที่จะเรียกร้องได้ตามความประสงค์” (เพศหญิง อายุ 38 ปี โรงแรมอิสระ)

G21: “ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ซึ่งมีการติดประชาสัมพันธ์ไว้ในหลายจุด เช่น ป้ายร่วมกันประหยัดไฟ การสนับสนับการใช้ถุงผ้า” (เพศหญิง อายุ 41 ปี โรงแรมอิสระ)

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเครือข่ายได้ให้ความเห็นว่า

G23: “เราจะมีการโปรโมตให้กับลูกค้า มีการแจ้งทั้งในช่องทางของทีวีภายในห้องพักหรือป้าย อย่างเช่น เราจะบอกลูกค้าว่าสามารถช่วยเราลดการใช้น้ำลงได้ด้วยการที่ส่งผ้าซักสองวันส่งครั้งจากที่ต้องซักทุกวัน ตรงนี้ก็จะสามารถช่วยลดการใช้น้ำลงไปได้ รวมถึงเรื่องพลาสติก ซึ่งโรงแรมจะมีการใช้ขวดแก้วแทนภายในห้องพัก ซึ่งการที่คุณใช้ขวดแก้วจะช่วยเราลดพลาสติกในโรงแรมได้ เป็นต้น” (เพศหญิง อายุ 38 ปี โรงแรมเครือข่าย)

จากการศึกษาของ Arun และคณะ (2021) ได้ทำการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยทั้งหมด 76 ชิ้นที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและธุรกิจโรงแรมสีเขียวพบว่า ธุรกิจโรงแรมสีเขียวมีวิธีการแตกต่างกันในการสื่อสารให้กับลูกค้าที่แสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีการลดต้นทุนหรือมีการลงทุนในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Image) โดย การศึกษาของ Moise และคณะ (2021) ได้ยืนยันว่า ลูกค้ารับรู้การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมผ่านการออกแบบตกแต่งภายใน รวมถึงตราสินค้าที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่น (Trust) โดยจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าพักโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากที่กล่าวมา ภาพลักษณ์ของโรงแรมสีเขียวผ่านการใช้ป้ายบอกและตราสินค้าจะเป็นเครื่องมือการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

รองลงมาคือ **สื่อออนไลน์** คิดเป็นร้อยละ 28.57 (10 คนจาก 35 คน) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวว่า

G24: “ลูกค้าของโรงแรมก่อนการเข้าพักจะดูข้อมูลจากเว็บไซต์ของโรงแรมก่อนเสมอ เพราะการเข้าพักส่วนใหญ่ลูกค้าจะเข้าพักโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (เพศหญิง อายุ 45 ปี โรงแรมเครือข่าย)

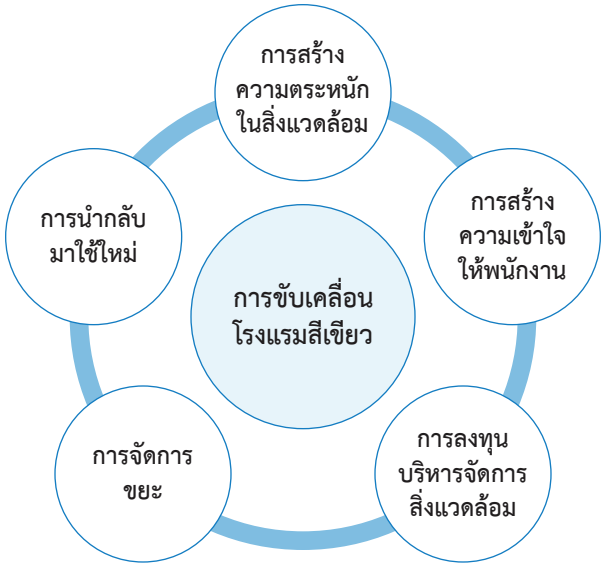
G9: “ส่วนแรกจะเป็นเรื่องของเว็บไซต์ที่บอกและยกตัวอย่าง ความยั่งยืน (Sustainability) ของ (โรงแรม) แต่ละแห่งซึ่งมีอยู่ 15 แห่ง อันนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่ง ซึ่งลูกค้าค่อนข้างให้ความสนใจและเป็นส่วนของการตัดสินใจที่ (พวกเขา) จะเลือกเข้าพักกับโรงแรมและในตัวสถานที่ ลูกค้าจะเห็นว่าทุก ๆ จุดของโรงแรม เช่น ห้องอาหารโรงแรมก็จะไม่ใช้หลอดพลาสติกไม่มีอะไรที่เป็นพลาสติกเลย ไม่ว่าจะเป็นภาชนะบรรจุอะไรต่าง ๆ ” (เพศหญิง อายุ 38 ปี โรงแรมเครือข่าย)

G18: “อันดับแรกก่อนที่ลูกค้าจะมาเข้าพักจะมีการค้นหาข้อมูลรายชื่อโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เมื่อลูกค้ามาถึงจะมาสอบถามว่าโรงแรมของคุณมีการดำเนินการในการจัดด้านสิ่งแวดล้อมใดบ้าง ซึ่งลูกค้าโอเคกับสิ่งนี้และเกิดการยอมรับในด้านนี้ และนอกจากนี้ ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) และมีป้ายในห้องพัก รวมถึงเชิญชวนลูกค้าให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย เช่น กิจกรรมการเก็บขยะ” (เพศหญิง อายุ 45 ปี โรงแรมอิสระ)

โดยการศึกษาของ Kleinrichert และคณะ (2012) พบว่า ธุรกิจโรงแรมใช้เว็บไซต์และสื่อสังคม (Social Media) ในการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้ ผลงานวิจัยของ Gil-Soto และคณะ (2019) ยังพบว่า ผู้จัดการโรงแรมจะใช้สื่อสังคมในการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม เนื่องจากกลุ่มลูกค้าโรงแรมที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมยินยอมที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นสำหรับค่าห้องพักในโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Kang et al., 2012) ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เว็บไซต์ TripAdvisor ซึ่งถือเป็นเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้เข้าพักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก (Gil-Soto et al., 2019, p. 63)

สรุปผลและอภิปรายผล

เมื่อภาคการท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูอย่างรวดเร็วหลังจากหยุดชะงักในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ท้าทายภาคอุตสาหกรรมโรงแรมในการประกอบธุรกิจตามแนวทางสีเขียวเป็นอย่างมาก โดยงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลในช่วงหลังการระบาดของโรคโควิด-19 คณะผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาและเสนอองค์ประกอบในการขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียว ดังแสดงในภาพที่ 1 โดยผลการศึกษาพบว่า ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียว (ผู้จัดการและเจ้าของธุรกิจ) ส่วนมากพวกเขาจะคำนึงในเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากภายหลังการฟื้นฟูวิกฤติการณ์โควิด-19 ปัญหาเรื่องขยะอันเป็นผลมาจากการส่งอาหาร (Food Delivery) ในช่วงการแพร่ระบาดที่คนส่วนใหญ่ต้องกักตัวอยู่บ้าน รวมถึงปัญหาขยะติดเชื้อที่มาจากอุปกรณ์ทางการแพทย์ หน้ากากอนามัย และอุปกรณ์ทำความสะอาด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้อง**ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อม** โดยถือเป็นเหตุผลและแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมอิสระที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญในเรื่องของการตลาดของธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างแนวทางและภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ และการที่ธุรกิจโรงแรมดำเนินการอนุรักษ์ด้านสิ่งแวดล้อมจะเป็นการสร้างความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป รวมทั้งเป็นการสร้างฐานลูกค้าของผู้ที่สนใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 1: การขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียวผ่านมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม

การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวส่วนมากในทางปฏิบัติคือ **การลดและแยกขยะอาหาร** เพราะเป็นการลดปัญหาขยะที่เกิดจากอาหารที่เหลือทิ้งอันเกิดมาจากส่วนของผู้บริโภคและผู้ผลิตในธุรกิจโรงแรม ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการได้สร้างปริมาณขยะอาหารในอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวโดยประมาณคือ ร้อยละ 12 ของปริมาณขยะอาหารทั้งหมด (Dhir et al., 2020) รวมทั้งยังเป็นการลดต้นทุนทางการเงินในการประหยัดค่าอาหารในการผลิต ตามด้วย**การกลับมาใช้และแปรรูปใหม่** ที่จะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ แต่อุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินการนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมคือ **พนักงานโรงแรม** ที่ยังขาดความเข้าใจและตระหนักถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมภายใต้นโยบายของธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานโรงแรมอิสระเมื่อเทียบกับโรงแรมเครือข่าย โดยพนักงานโรงแรมอิสระส่วนมากยังขาดแนวคิดและความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งผลทำให้การดำเนินนโยบายเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมในกลุ่มโรงแรมอิสระพบกับปัญหาและอุปสรรคมากกว่ากลุ่มโรงแรมเครือข่ายที่มีความชัดเจนและการวางแผนระยะยาวในเรื่องของนโยบายในการดำเนินการเกี่ยวกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจในการดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโรงแรมคือ **ต้นทุนในการดำเนินการ** โดยเฉพาะการแปรใช้ใหม่ได้ (Recycling) ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ รวมถึงค่าจ้างของพนักงานที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ธุรกิจโรงแรมมีการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรมและยังเป็นการสร้างตลาดของฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยลูกค้าโรงแรมจะสามารถรับรู้ถึงการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมได้จาก**ป้ายสัญลักษณ์** รวมถึง**สื่อออนไลน์**ที่ธุรกิจโรงแรมได้ทำการตลาดเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม

จากที่กล่าวมา การขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียวผ่านมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจะต้องอาศัยความร่วมมือภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานโรงแรม ซึ่งถือเป็นตัวแปรหลักในการขับเคลื่อนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม รวมถึงการลงทุนของผู้ประกอบการในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม แม้ว่าการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมจะมีต้นทุน ธุรกิจโรงแรมได้รับผลประโยชน์ในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์และสามารถเพิ่มฐานลูกค้าที่สนใจในธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเมื่อธุรกิจโรงแรมสามารถเข้าถึงและจับตลาดกลุ่มลูกค้าโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลูกค้ากลุ่มนั้นพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นในการใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งพวกเขายังเกิดการบอกต่อ (Word-of-Mouth)

ในเรื่องการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลอย่างมากในการทำการตลาดของธุรกิจโรงแรมในช่วงภายหลังการฟื้นฟูวิกฤติการณ์โควิด-19

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมสีเขียว

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีนโยบายในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ประกอบกับมีการวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว แม้ว่าการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมจะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ แต่ในระยะยาวจะส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความชัดเจนในเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) และถือเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรม

2. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการอบรมและสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน หากพนักงานโรงแรมตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มความเข้าใจและเพื่อให้เกิดแนวปฏิบัติที่ดีตามแนวทางโรงแรมสีเขียว เพราะพนักงานเป็นตัวแทนที่ดีขององค์กรในการที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริม รวมทั้งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กรในเรื่องความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เข้าพักในโรงแรม นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีการสร้างแรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงาน โดยพวกเขาควรจะทำให้ดูเป็นแบบอย่าง (Lead by Example) โดยถือว่าเป็นการแสดงถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานในโครงการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำในองค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระตือรือร้นไปยังพนักงานภายในองค์กรด้วย

3. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรจะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในเรื่องการรักษาด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากอิทธิพลของสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าพัก รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ให้ผู้ที่จะใช้บริการในอนาคต รวมทั้งลูกค้าของโรงแรมได้รับรู้ถึงการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างฐานการตลาดของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านการสื่อสารในสังคมออนไลน์

4. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการลงทุนดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้ (1) การลงทุนในเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพทางพลังงาน เช่น การติดตั้งระบบปรับอากาศและไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูง การใช้เทคโนโลยีการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการและลดการใช้พลังงานที่ผลิตโดยการใช้แหล่งพลังงานที่สะอาด (2) การลงทุนในระบบการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ เช่น การเลือกใช้ถังแยกขยะที่เหมาะสม (3) การลงทุนในการลดการใช้พลาสติก เช่น ใช้วัสดุอื่นที่ไม่ใช่พลาสติกสำหรับอุปกรณ์ในห้องพักและทุกบริเวณในโรงแรม และ (4) การลงทุนบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวในโรงแรม เช่น การปลูกพืชและจัดสวนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการใช้น้ำและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมรอบโรงแรม

5. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินธุรกิจ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระหว่างการเข้าพัก เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวทางสีเขียวให้แก่ลูกค้า ตลอดจนการสนับสนุนโครงการสีเขียวในพื้นที่ชุมชนโดยรอบและเพิ่มการตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน เป็นต้น

ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนโรงแรมสีเขียวผ่านมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมยังมีข้อจำกัดในเรื่องบริบทของพื้นที่ในการทำวิจัย โดยการศึกษายังอยู่ในเฉพาะกลุ่มพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตและเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลการศึกษาอาจจะสะท้อนในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแถวภาคใต้ แต่การศึกษาในการเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสีเขียวของกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ยังมีค่อนข้างจำกัด ในขณะเดียวกัน ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยควรจะศึกษาถึงการประเมินประสิทธิผลของการดำเนินการธุรกิจโรงแรมในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กที่ยังขาดแนวทางหรือนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงต้นทุนทางการเงินที่จำกัดในการดำเนินธุรกิจ

REFERENCES

Acampora, A., Lucchetti, M. C., Merli, R., & Ali, F. (2022). The theoretical development and research methodology in green hotels research: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 51*, 512–528. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.05.007

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Alola, U. V, Cop, S., & Tarkang, M. E. (2022). Green training an effective strategy for a cleaner environment: Study on hotel employees. *Journal of Public Affairs, 22*(3), e2489. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/pa.2489

Alonso-Almeida, M.-M., Fernández Robin, C., Celemín Pedroche, M. S., & Astorga, P. S. (2017). Revisiting green practices in the hotel industry: A comparison between mature and emerging destinations. *Journal of Cleaner Production, 140*, 1415–1428. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.10.010

Amicarelli, V., Aluculesei, A.-C., Lagioia, G., Pamfilie, R., & Bux, C. (2022). How to manage and minimize food waste in the hotel industry: an exploratory research. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 16*(1), 152–167. https://doi.org/10.1108/IJCTHR-01-2021-0019

Arun, T. M., Kaur, P., Bresciani, S., & Dhir, A. (2021). What drives the adoption and consumption of green hotel products and services? A systematic literature review of past achievement and future promises. *Business Strategy and the Environment, 30*(5), 2637–2655. https://doi.org/10.1002/bse.2768

Assaf, A. G., Josiassen, A., & Cvelbar, L. K. (2012). Does triple bottom line reporting improve hotel performance? *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 596–600. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.08.005

Boley, B. B., & Uysal, M. (2013). Competitive synergy through practicing triple bottom line sustainability: Evidence from three hospitality case studies. *Tourism and Hospitality Research, 13*(4), 226–238. https://doi.org/10.1177/1467358414528528

Buys, T., Casteleijn, D., Heyns, T., & Untiedt, H. (2022). A reflexive lens on preparing and conducting semi-structured Interviews with academic colleagues. *Qualitative Health Research, 32*(13), 2030–2039. https://doi.org/10.1177/10497323221130832

Chan, E. S. (2013). Gap analysis of green hotel marketing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 25*(7), 1017–1048.

Chan, E. S. (2014). Green marketing: Hotel customers' perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 31*(8), 915–936. https://doi.org/10.1080/10548408.2014.892465

Chan, E. S. W., Hon, A. H. Y., Chan, W., & Okumus, F. (2014). What drives employees' intentions to implement green practices in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behaviour. *International Journal of Hospitality Management, 40*, 20–28.

Chua, B.-L., & Han, H. (2022). Green hotels: the state of green hotel research and future prospects. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 39*(5), 465–483. https://doi.org/10.1080/10548408.2022.2136329

Daffey, M. (2023, February 25). Thailand travel: How to choose between Phuket and Koh Samui. *New Zealand Herald*. https://www.nzherald.co.nz/travel/thailand-travel-how-to-choose-between-phuket-and-koh-samui/IDC47N3KBZGMNCH6LJDQY7AMSM/

De Grosbois, D., & Fennell, D. (2011). Carbon footprint of the global hotel companies: Comparison of methodologies and results. *Tourism Recreation Research, 36*(3), 231–245. https://doi.org/10.1080/02508281.2011.11081669

Decrop, A. (1999). Triangulation in qualitative tourism research. *Tourism Management, 20*(1), 157–161. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00102-2

Department of Environmental Quality Promotion. (2023). *Green Hotel*. https://greenhotelthai.com/th/

Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Malibari, A. (2020). Food waste in hospitality and food services: A systematic literature review and framework development approach. *Journal of Cleaner Production, 270*, 122861. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122861

Dodds, R., Graci, S. R., & Holmes, M. (2010). Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism, 18*(2), 207–222. https://doi.org/10.1080/09669580903215162

Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The "new environmental paradigm." *Journal of Environmental Education, 9*(4), 10–19. https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875

Dwivedi, R. K., Pandey, M., Vashisht, A., Pandey, D. K., & Kumar, D. (2022). Assessing behavioral intention toward green hotels during COVID-19 pandemic: the moderating role of environmental concern. *Journal of Tourism Futures, ahead-of-p*(ahead-of-print). https://doi.org/10.1108/JTF-05-2021-0116

Elkhwesky, Z., Salem, I. E., Varmus, M., & Ramkissoon, H. (2022). Sustainable practices in hospitality pre and amid COVID-19 pandemic: Looking back for moving forward post-COVID-19. *Sustainable Development, 30*(5), 1426–1448. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sd.2304

Emiliussen, J., Engelsen, S., Christiansen, R., & Klausen, S. H. (2021). We are all in it!: Phenomenological qualitative research and embeddedness. *International Journal of Qualitative Methods, 20*, 1609406921995304. https://doi.org/10.1177/1609406921995304

Evode, N., Qamar, S. A., Bilal, M., Barceló, D., & Iqbal, H. M. N. (2021). Plastic waste and its management strategies for environmental sustainability. *Case Studies in Chemical and Environmental Engineering, 4*, 100142. https://doi.org/10.1016/j.cscee.2021.100142

Fernández-Robin, C., Celemín-Pedroche, M. S., Santander-Astorga, P., & Alonso-Almeida, M. del M. (2019). Green practices in hospitality: A contingency approach. *Sustainabiliy, 11*(13). 3733. https://doi.org/10.3390/su11133737

Filimonau, V. (2021). The prospects of waste management in the hospitality sector post COVID-19. *Resources, Conservation and Recycling, 168*, 105272. https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105272

Gil-Soto, E., Armas-Cruz, Y., Morini-Marrero, S., & Ramos-Henríquez, J. M. (2019). Hotel guests' perceptions of environmental friendly practices in social media. *International Journal of Hospitality Management, 78*, 59–67. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.016

Glusac, E. (2022, April 26). Hotels with net-zero ambitions. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/2022/04/26/travel/hotels-sustainability-net-zero.html

Godbole, T. (2020). *Coronavirus aggravates Thailand's plastic waste crisis*. Deutsche Welle. https://www.dw.com/en/coronavirus-aggravates-thailands-plastic-waste-crisis/a-53586789

Hameed, I., Hussain, H., & Khan, K. (2022). The role of green practices toward the green word-of-mouth using stimulus-organism-response model. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 5*(5), 1046–1061. https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2021-0096

Han, J., Yin, J., Wu, X., Wang, D., & Li, C. (2023). Environment and COVID-19 incidence: A critical review. *Journal of Environmental Sciences, 124*, 933–951. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jes.2022.02.016

Hasan, A. A.-T., & Rahman, M. T. (2023). Factors influencing green hotel revisit intentions after the COVID-19 in Bangladesh. *International Journal of Tourism Cities, 9*(1), 143–158.

Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science and Medicine, 292*, 114523. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523

Houle, B. J., Sagarin, B. J., & Kaplan, M. F. (2005). A functional approach to volunteerism: Do volunteer motives predict task preference? *Basic and Applied Social Psychology, 27*(4), 337–344. https://doi.org/10.1207/s15324834basp2704_6

Ioannidis, A., Chalvatzis, K. J., Leonidou, L. C., & Feng, Z. (2021). Applying the reduce, reuse, and recycle principle in the hospitality sector: Its antecedents and performance implications. *Business Strategy and the Environment, 30*(7), 3394–3410. https://doi.org/10.1002/bse.2809

Jian, Y., Yu, I. Y., Yang, M. X., & Zeng, K. J. (2020). The impacts of fear and uncertainty of covid-19 on environmental concerns, brand trust, and behavioral intentions toward green hotels. *Sustainability, 12*(20), 1–14. https://doi.org/10.3390/su12208688

Johnson, T. P. (2014). Snowball sampling: Introduction. In *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118445112.stat05720

Kane, H., Lewis, M. A., Williams, P. A., & Kahwati, L. C. (2014). Using qualitative comparative analysis to understand and quantify translation and implementation. *Translational Behavioral Medicine, 4*(2), 201–208. https://doi.org/10.1007/s13142-014-0251-6

Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 564–572. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.08.001

Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., & Chuntamara, C. (2023). Sustainable food waste management practices: Perspectives from five-star hotels in Thailand. *Sustainability, 15*(13), 10213. https://doi.org/10.3390/su151310213

Kleinrichert, D., Ergul, M., Johnson, C., & Uydaci, M. (2012). Boutique hotels: technology, social media and green practices. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, 3*(3), 211–225. https://doi.org/10.1108/17579881211264495

Kong, A., Oh, J.-E., & Lam, T. (2021). Face mask effects during COVID-19: perspectives of managers, practitioners and customers in the hotel industry. *International Hospitality Review, 35*(2), 195–207. https://doi.org/10.1108/ihr-07-2020-0025

Kuo, F.-I., Fang, W.-T., & LePage, B. A. (2022). Proactive environmental strategies in the hotel industry: eco-innovation, green competitive advantage, and green core competence. *Journal of Sustainable Tourism, 30*(6), 1240–1261. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931254

Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing, 18*(6), 503–520. https://doi.org/10.1108/EUM0000000006155

Lévesque, J., Perreault, V., Bazinet, L., & Mikhaylin, S. (2022). Food waste in a hotel foodservice: A case study identifying hot spots and strategies to prioritize towards a reduction. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 30*, 100600. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100600

Li, G., & Sun, X. (2022). The impact of green brand crises on green brand trust: An empirical study. *Sustainability, 14*(2), 611. https://doi.org/10.3390/su14020611

Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice, 13*(6), 522–525. https://doi.org/10.1093/fampra/13.6.522

Meiksin, J. (2020). EU and Thailand address bio-circular-green-economy. *MRS Bulletin, 45*(6), 419. https://doi.org/DOI: 10.1557/mrs.2020.175

Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., & Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management, 81*(5), 169–179. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.022

Moise, M. S., Gil-Saura, I., & Ruiz Molina, M. E. (2021). The importance of green practices for hotel guests: does gender matter? *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja, 34*(1), 3508–3529.

Nguyen, A., & Yuvejwattana, S. (2022, May 19). Thailand to promote medical tourism in post-Covid era, PM says. *Bloomberg*. https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-05-19/thailand-to-promote-medical-tourism-in-post-covid-era-pm-says#xj4y7vzkg

O'Connor, P., & Assaker, G. (2022). Examining the antecedents and effects of hotel corporate reputation on customers' loyalty and citizenship behavior: an integrated framework. *Journal of Hospitality Marketing and Management, 31*(5), 640–661. https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2034560

Okumus, F., Köseoglu, M. A., Chan, E., Hon, A., & Avci, U. (2019). How do hotel employees' environmental attitudes and intentions to implement green practices relate to their ecological behavior? *Journal of Hospitality and Tourism Management, 39*, 193–200. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.008

Oliveira, W. Q. de, Azeredo, H. M. C. de, Neri-Numa, I. A., & Pastore, G. M. (2021). Food packaging wastes amid the COVID-19 pandemic: Trends and challenges. *Trends in Food Science and Technology, 116*, 1195–1199. https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.05.027

Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences*. SAGE Publications.

Pham, N. T., Chiappetta Jabbour, C. J., Vo-Thanh, T., Huynh, T. L. D., & Santos, C. (2023). Greening hotels: does motivating hotel employees promote in-role green performance? The role of culture. *Journal of Sustainable Tourism, 31*(4), 951–970. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1863972

Prakash, S., Sharma, V. P., Singh, R., Vijayvargy, L., & Nilaish. (2023). Adopting green and sustainable practices in the hotel industry operations- an analysis of critical performance indicators for improved environmental quality. *Management of Environmental Quality: An International Journal, 34*(4), 1057–1076. https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2022-0090

Race, M. (2021, July 20). Is there a solution to the hospitality staff crisis? *BBC*. https://www.bbc.com/news/business-57817775

Ribaudo, G., Moccia, S., Orero-Blat, M., & Palacios-Marqués, D. (2020). Comparing chains versus independent hotels based on international sales: an exploratory study. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 33*(1), 2286–2304. https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1710719

Riley, R. W., & Love, L. L. (2000). The state of qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research, 27*(1), 164–187. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00068-7

Rume, T., & Islam, S. M. D. U. (2020). Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability. *Heliyon, 6*(9), e04965–e04965. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04965

Saraiva, A. (2023, September 20). Why US hotels are missing more than 238,000 employees. *Bloomberg*. https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-09-20/us-tourism-rises-leaving-hotels-short-staffed-post-covid?leadSource=uverify wall#xj4y7vzkg

Schwartz, S. H. (1973). Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal, and empirical test. *Journal of Experimental Social Psychology, 9*(4), 349–364. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-1031(73)90071-1

Shakil, M. H., Munim, Z. H., Tasnia, M., & Sarowar, S. (2020). COVID-19 and the environment: A critical review and research agenda. *Science of the Total Environment, 745*, 141022. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141022

Sharma, T., & Chen, J. S. (2023). Expected green hotel attributes: Visit intentions in light of climate change and COVID-19 double whammy. In *Advances in Hospitality and Leisure* (pp. 155–176). Emerald Publishing Limited.

Shimizu, I. (2014). Multistage sampling. In *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*. American Cancer Society. https://doi.org/10.1002/9781118445112.stat05705

Si, H., Shi, J.-G., Tang, D., Wen, S., Miao, W., & Duan, K. (2019). Application of the theory of planned behavior in environmental science: A comprehensive bibliometric analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 16*(15), 2788. https://doi.org/10.3390/ijerph16152788

Singh, N., Cranage, D., & Lee, S. (2014). Green strategies for hotels: Estimation of recycling benefits. *International Journal of Hospitality Management, 43*, 13–22. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.07.006

Srijunpetch, S. (2017). Qualitative research. *Journal of Business Administration, 13*(37), 92–103.

Sritama, S. (2018, August 2). Greening Thai tourism. *Bangkok Post*. https://www.bangkokpost.com/thailand/special-reports/1514214/greening-thai-tourism

Stern, P. C., Dietz, T., & Kalof, L. (1993). Value orientations, gender, and environmental concern. *Environment and Behavior, 25*(5), 322–348. https://doi.org/10.1177/0013916593255002

Swaim, J. A., Maloni, M. J., Napshin, S. A., & Henley, A. B. (2014). Influences on student intention and behavior toward environmental sustainability. *Journal of Business Ethics, 124*(3), 465–484. https://doi.org/10.1007/s10551-013-1883-z

Torres, F. G., & De-la-Torre, G. E. (2021). Face mask waste generation and management during the COVID-19 pandemic: An overview and the Peruvian case. *Science of The Total Environment, 786*, 147628. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147628

Tsai, W.-T. (2021). Analysis of medical waste management and impact analysis of COVID-19 on its generation in Taiwan. *Waste Management & Research, 39*(1_suppl), 27–33. https://doi.org/10.1177/0734242X21996803

Tseng, M. L., Chang, C. H., Lin, C. W. R., Wu, K. J., Chen, Q., Xia, L., & Xue, B. (2020). Future trends and guidance for the triple bottom line and sustainability: a data driven bibliometric analysis. *Environmental Science and Pollution Research, 27*(27), 33543–33567. https://doi.org/10.1007/s11356-020-09284-0

WHO Media Team. (2022). *Tonnes of COVID-19 health care waste expose urgent need to improve waste management systems*. World Health Organization. https://www.who.int/news/item/01-02-2022-tonnes-of-covid-19-health-care-waste-expose-urgent-need-to-improve-waste-management-systems

Wilson, E., & Hollinshead, K. (2015). Qualitative tourism research: Opportunities in the emergent soft sciences. *Annals of Tourism Research, 54*, 30–47. https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.06.001

Yimam, M. H. (2022). Impact of training on employees performance: A case study of Bahir Dar university, Ethiopia. *Cogent Education, 9*(1), 2107301. https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2107301

Yip, W. S., Zhou, H. T., & To, S. (2023). A critical analysis on the triple bottom line of sustainable manufacturing: key findings and implications. *Environmental Science and Pollution Research, 30*(14), 41388–41404. https://doi.org/10.1007/s11356-022-25122-x

Yu, J. (2020). Exploring the role of healthy green spaces, psychological resilience, attitude, brand attachment, and price reasonableness in increasing hotel guest retention. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(1), 133. https://doi.org/10.3390/ijerph17010133

Zamri, G. B., Azizal, N. K. A., Nakamura, S., Okada, K., Nordin, N. H., Othman, N., MD Akhir, F. N., Sobian, A., Kaida, N., & Hara, H. (2020). Delivery, impact and approach of household food waste reduction campaigns. *Journal of Cleaner Production, 246*, 118969. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118969

Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: A comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja, 28*(1), 1–30. https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.995895