

## บทคัดย่อ

ปัจจุบันการแข่งขันที่เกิดขึ้นในธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างเข้มข้น นอกเหนือจากการรักษาไว้ซึ่งฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่แล้ว โรงแรมยังคงสร้างความแตกต่างให้กับตัวเองเพื่อเป็นจุดเด่น และส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของผู้บริโภค หลายๆโรงแรมได้เล็งเห็นถึงแนวของพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้าตลอดหลายปีมานี้ นั่นคือการดูแลสุขภาพและการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้หลายโรงแรมหันมาสร้างความแตกต่างโดย ดำเนินการปรับปรุงโรงแรมให้อยู่ในรูปแบบของโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) อย่างไรก็ตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) ในประเทศไทยซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาจาก Green Hotel Association นั้นค่อนข้างกว้างและไม่สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นผู้ดำเนินการวิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคว่าหากผู้บริโภคทราบว่า โรงแรมได้ดำเนินกิจกรรมหลากหลายเพื่อให้โรงแรม และสภาพแวดล้อมในโรงแรม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม อยู่ร่วมกันได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อกัน จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเข้าพักโรงแรมสีเขียวอย่างไร

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้กิจกรรมในบริบทของโรงแรมสีเขียว และทัศนคติต่อพฤติกรรม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักในโรงแรมสีเขียว ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ศึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อโรงแรมสีเขียว นอกจากนี้ ปัจจัยการรับรู้ได้ของผู้บริโภคถึงกิจกรรมในบริบทของโรงแรมสีเขียว 3 ด้าน คือ กิจกรรมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่คำนึงถึงสุขภาพองค์กรรวมของผู้เข้าพัก และกิจกรรมที่คำนึงถึงสังคมโดยรวม สามารถแสดงการรับรู้ได้ของผู้บริโภคถึงกิจกรรมในบริบทของโรงแรมสีเขียว นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมยังส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อพฤติกรรมอีกด้วย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท โดยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม หรือภาพรวมของโรงแรมสีเขียวให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น มีกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้ผู้เข้าพักได้ปฏิบัติในขณะที่เข้าพัก ป้ายข้อความรณรงค์หรือบ่งบอกถึงการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงผลดีที่ได้ต่อสุขภาพ รวมไปถึงการได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมรอบข้างในการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยสร้างความแตกต่างให้โรงแรมมีความโดดเด่นกว่าโรงแรมอื่นๆ และส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมมากขึ้น

**คำสำคัญ:** การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม, การตระหนักถึงสุขภาพองค์กรรวม, การตระหนักถึงสังคมโดยรวม, การรับรู้ได้ถึงกิจกรรมในบริบทของโรงแรมสีเขียว, และทัศนคติต่อพฤติกรรม, นักท่องเที่ยวชาวไทย

## Abstract

Nowadays, there is an intense competition in the hotel business. In addition to maintaining current customers and increasing new ones, hotels will have to continue making difference in order to make themselves outstanding and convince customers to decide to reserve a room. Changes in customers' behaviors, e.g., having more health and environment concerns, have been observed by a number of hotels over years. Those hotels are, therefore, trying to transform themselves into a green hotel. However, the standard of green hotels in Thailand, as set up by the Green Hotel Association, is quite broad and cannot be seen as concrete. Therefore, this study is aimed to investigate whether a variety of activities organized by hotels made the customers aware that hotels can coexist in the surroundings without creating any negative impact on each other and such awareness will affect the intention to stay of the customers at green hotels.

This study aimed to explore customers' perceptions toward a hotel's green practice and their attitudes toward the practice which might affect their intention to stay at green hotels. Results show that the perceptions and attitudes were positively correlated with the intention to stay at green hotels. The perceptions of a hotel's green practice which comprises activities taking into account 3 important elements: 1) environmental issues, 2) the holistic health of guests, and 3) surrounding society, can best reflect the perceptions of a hotel's green practice. In addition, it was found that the customers' attitudes toward these elements have been found to affect their behaviors.

These results are hoped to provide guidelines for company to improve hotel surroundings and a green hotel practice as a whole to suit the customers' needs, e.g., organizing activities and providing signs/notices that encourage customers to help save environment and be aware of the benefits of these activities to their health. The results, in addition, will guide the society nearby to protect the environment. These all will make the customers feel that they contribute to environmental protection, making the hotel superior to other hotels and resulting in the decision to stay in the hotels.

**Keywords:** Environment Concern Practice, Health Concern, Social Concern, Perception of a hotel's green practice, Attitude toward the behavior