



การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย

Management of Environmental Friendly Hotel in Southwestern Thailand

ทศพร กาญจนภรพัฒน์

คู่มือฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสยาม



ใบรับรองคุณวุฒิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

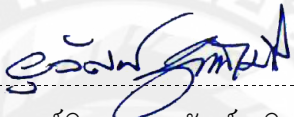
สาขาการจัดการ

คณะบัณฑิตวิทยาลัย

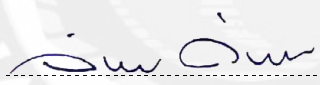
ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย
(ภาษาอังกฤษ) Management of Environmental Friendly Hotel in Southwestern Thailand

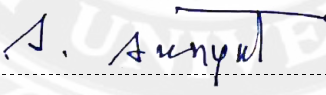
นามผู้วิจัย (ภาษาไทย) นายทศพร กาญจนภมรพัฒน์
(ภาษาอังกฤษ) Mr.Todsaporn Kanchanapamornpat

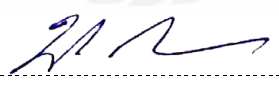
คณะกรรมการสอบคุณวุฒิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบคุณวุฒิพนธ์ฉบับนี้แล้ว

ประธานกรรมการ  เมื่อวันที่ 18 / ต.ค. / 2562
(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี)

กรรมการ 
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์)

กรรมการ 
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา ถิรศิริกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก 
(รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สัญญาวิวัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม 
(รองศาสตราจารย์ ดร.บงกช ฤทธิชัยนุวัฒน์ งามสม)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม อนุมัติให้รับคุณวุฒิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม

..... 
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชนันท์ ปัญญาศิริ)
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขาการจัดการ

วันที่ 18 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตก
ของประเทศไทย

โดย : นายทศพร กาญจนภรพัฒน์

ชื่อปริญญา : ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขา : การจัดการ

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา:

(รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สัญญาวิวัฒน์)

(รองศาสตราจารย์ ดร.บงกช ฤทธิชัยวิวัฒน์ จามสม)

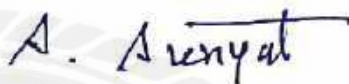
การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาถึงลักษณะการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมทางสังคมกับชุมชนท้องถิ่นของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทยโดยใช้วิธีการศึกษา (Case Study) สถานประกอบการ โรงแรมที่ได้รับคำรับรองการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิจัยครั้งนี้ได้จัดแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็นสองกลุ่ม โดยกลุ่มแรกใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ศึกษาในมิติด้านการจัดการองค์การสีเขียวและมิติด้านการตลาดสีเขียวและกลุ่มที่สองใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ศึกษาในมิติการมีส่วนร่วมทางสังคมกับชุมชนท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยประกอบไปด้วยทั้งหมดสามปัจจัยคือ มิติการจัดการองค์การสีเขียว ได้แก่ “ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์” ผู้บริหารประพฤติดัวเป็นแบบอย่างที่ดี ทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจและเกิดแรงจูงใจต่อการทำงานในองค์กรต่อมาคือมิติด้านการตลาดสีเขียว ได้แก่ “ระดับราคาที่พักที่มีความคุ้มค่าและเหมาะสม” โดยโรงแรมสามารถควบคุมต้นทุนด้านการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวพิจารณาเลือกใช้ซัพพลายเออร์และวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ช่วยลดต้นทุนด้านการดำเนินงานของโรงแรมให้ต่ำลงอันจะส่งผลต่อราคาสินค้าหรือบริการของโรงแรมทำให้ขยายฐานหรือกลุ่มของลูกค้าได้กว้างขึ้นนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรและการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นและสุดท้ายคือ มิติการมีส่วนร่วมทางสังคมอันได้แก่การเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมและรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันเกิดจากการดำเนินงานของโรงแรมและมีผลกระทบมาถึงความเป็นอยู่ของประชาชนและสิ่งแวดล้อมข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยคือควรมีการจัดการศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นทำให้ภาคชุมชนท้องถิ่นมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจท้องถิ่นมีทั้งความเจริญเติบโตและความยั่งยืน

คำสำคัญ: โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, ภาคใต้ฝั่งตะวันตก, องค์การสีเขียว, การจัดการองค์การ

Abstract

Title : Management of Environmental Friendly Hotel in Southwestern Thailand
By : Mr.Todsaporn Kanchanapamornpat
Degree : Doctor of Philosophy
Major : Management
Advisor :



.....
(Associate Professor Dr.Sunya Sunyavivat)



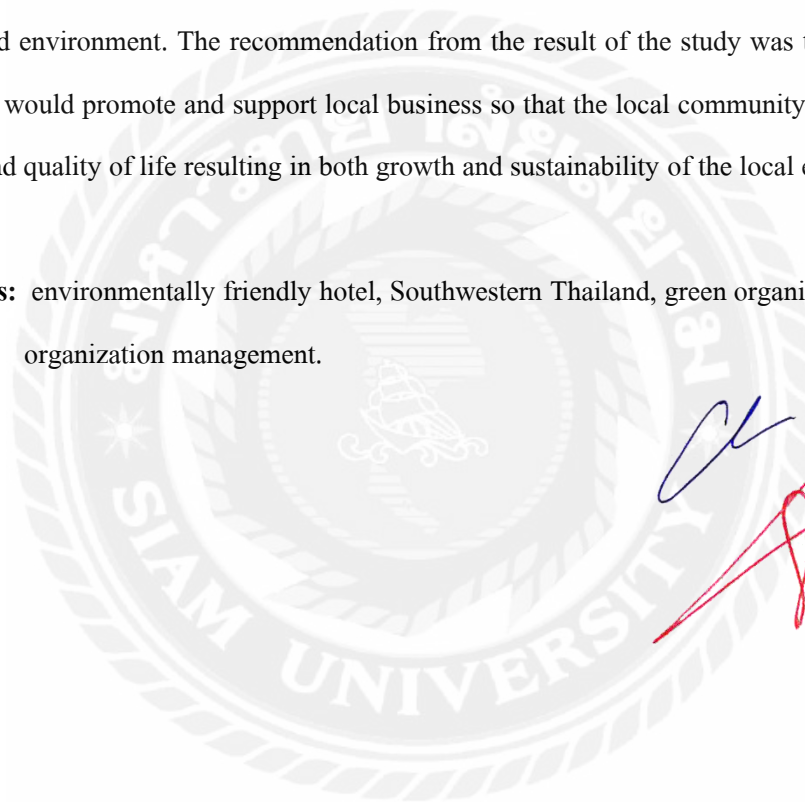
.....
(Associate Professor Dr.Bongkosh Rittichainuwat Ngamsom)

The objectives of this qualitative research were: 1) to study green organization management of an environmental friendly hotel in Southwestern Thailand; 2) to study green marketing characteristics of an environmental friendly hotel in Southwestern Thailand; 3) to study social activities and participation with local communities of an environmental friendly hotel in Southwestern Thailand. This research used a case study of a certified environmentally friendly management hotel in the west coast of the Southern part of Thailand. All qualitative data were analyzed by the content analysis method. The key informants in this research were divided into two major groups. The first group was selected for an in-depth interview technique for studying the dimension of green organization management and green marketing. For the second group, a focus-group technique was used for studying the dimension of social participation with local communities.

Research findings revealed that the pattern of management of the environmental friendly hotel in the West coast of the Southern Thailand involved three factors included green organization management dimension of “Transformational Leadership as Idealized Influencer” with role model

behavior leading to organizational pride and work motivation of the staff. Next, the green marketing dimension of “worthy and suitable price”, in which the cost was controlled by green procurement for choosing the right suppliers and local materials, would help reduce the hotel’s operation cost. The product and service price would widen a variety of customer segments, leading to profitability and local community income distribution. Finally, a social participation dimension that enabled the locals to participate and share responsibility related to hotel’s business operations would have impact on people and environment. The recommendation from the result of the study was to conduct a cultural study that would promote and support local business so that the local community could acquire better income and quality of life resulting in both growth and sustainability of the local economy.

Keywords: environmentally friendly hotel, Southwestern Thailand, green organization, organization management.



กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์เล่มนี้สามารถสำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจากผู้เกี่ยวข้องมากมาย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สัญญาวิวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.บงกช ฤทธิชัยวัฒน์ งามสม อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านซึ่งประกอบด้วย ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี ประธานกรรมการผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา อธิศิริกุล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิผู้ซึ่งกรุณาตลอดเวลาอันมีค่าเมตตาให้ข้อเสนอแนะตลอดจนชี้แนะข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้คุษฎีนิพนธ์เล่มนี้มีความคมชัดและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนทุกท่านที่ได้อบรม ถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.มณีกัญญา นากามัทลี ที่เปรียบเสมือนเข็มทิศนำทาง ผู้วิจัยตลอดมา กรุณาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างมากในแต่ละช่วงขั้นตอนที่สำคัญของการทำคุษฎีนิพนธ์ แนะนำวิธีการนำเสนองานวิจัยต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และช่วยตรวจสอบงานเขียนวิชาการนี้ให้มีคุณภาพมากขึ้น จนกระทั่งการทำคุษฎีนิพนธ์ของข้าพเจ้าสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ อีกทั้งขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารโรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว จ.พังงา และผู้แทนภาคสังคมท้องถิ่นทุกหน่วยงาน ที่ได้อำนวยความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูลรวมทั้งอนุญาตให้ผู้วิจัยได้เข้าทำการสัมภาษณ์และทำการสนทนากลุ่มขอบคุณท่านคณบดีและเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม รวมทั้งเพื่อนๆ ร่วมโครงการที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งตลอดช่วงระยะเวลาที่ข้าพเจ้าเป็นนักศึกษาปริญญาเอก

ท้ายสุดนี้ขอกราบขอบพระคุณผู้มีพระคุณสูงสุดบิดามารดาผู้ให้กำเนิดคุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากการค้นคว้าในการทำคุษฎีนิพนธ์นี้ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชาแด่ผู้ที่กล่าวนามมาข้างต้น ซึ่งเป็นผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ สำหรับข้อบกพร่องใดๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ทศพร กาญจนภรพัฒน์

ธันวาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
ABSTRACT.....	(ค)
กิตติกรรมประกาศ.....	(จ)
สารบัญ.....	(ณ)
สารบัญตาราง.....	(ช)
สารบัญรูปภาพ.....	(ฌ)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 โจทย์วิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.6 นิยามศัพท์.....	8
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดการจัดการองค์การที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	10
2.2 แนวคิดการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	16
2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำ แบบสร้างการเปลี่ยนแปลง.....	21
2.4 แนวคิดการตลาดสีเขียว.....	31
2.5 แนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	35
2.6 กรณีตัวอย่างการจัดการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั่วไป.....	39
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	60
2.8 กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	73
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 รูปแบบของการวิจัย.....	79
3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ / ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	82
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	85
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	86
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 มิติการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในภาคใต้ของประเทศไทย.....	89
4.2 มิติการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในภาคใต้ของประเทศไทย.....	105
4.3 มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย.....	112
4.4 สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย.....	118
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	124
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	128
5.3 บทสังเคราะห์การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย.....	133
5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	135
บรรณานุกรม.....	137
ภาคผนวก.....	144
- ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์.....	145
- ภาคผนวก ข การประชุมสัมมนากลุ่ม (Focus Group).....	148
- ภาคผนวก ค ประกาศนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม.....	151
- ภาคผนวก ง การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment).....	156
- ภาคผนวก จ การตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing).....	179
ประวัติผู้วิจัย.....	193

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	สรุปรวมงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการสิ่งแวดล้อม ของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel)..... 67
3.1	รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (มติที่ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว และ มติที่ 2 ด้านการตลาดสีเขียวโรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว จังหวัดพังงา)..... 82
3.2	รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการสนทนากลุ่ม (การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว จังหวัดพังงา) : มติที่ 3 มติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม..... 83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิดในระบบนิเวศน์วงจร	1
1.2 ร้อยละของสถานประกอบการ โรงแรมจำแนกตามรายภาคทั่วประเทศ	4
2.1 โครงสร้างอาคารลดผลกระทบภาวะโลกร้อนใกล้ตัวทะเลของ โรงแรมอมารี เกาะสมุย	40
2.2 การใช้ไฟแบบประหยัดพลังงาน เน้นโคมไฟเขียวของโรงแรมอมารี เกาะสมุย	42
2.3 โครงการพันธมิตรกับสิ่งแวดล้อมทำความสะอาดพื้นที่ป่าชายเลนปลูกป่า ของโรงแรม อมารี เกาะสมุย	45
2.4 โครงสร้างการจัดแต่งห้องพักเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของโรงแรมไม้งั่วดำเนินรีสอร์ท	46
2.5 จักรยานบริการฟรีให้แขกและการปลูกผักและพืชโดยไม่ใช้ดิน ของโรงแรมไม้งั่วดำเนินรีสอร์ท	47
2.6 โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ทเน้นรูปแบบวิถีชีวิตแบบพอเพียง	50
2.7 ข้อมูลการใช้พลังงานต่อผู้ให้บริการรายเดือน ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท ปี พ.ศ 2559 และ 2560	52
2.8 กิจกรรมการรณรงค์คัดแยกขยะตามประเภท ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท	53
2.9 การบริหารจัดการของเสีย (ขยะ) ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท ปี พ.ศ 2559 และ 2560	53
2.10 กิจกรรมส่งเสริม การบริหารและการจัดการขยะ ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท	54
2.11 โครงการประหยัดน้ำโดยเลือกไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวเป็นรายวัน ภาคสมัครใจ ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท	55
2.12 ข้อมูลการใช้น้ำต่อผู้ให้บริการรายเดือนของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท ปี พ.ศ 2559 และ 2560	55
2.13 กิจกรรมภายในองค์กรของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท	56
2.14 กิจกรรมภายนอกองค์กรของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท	57
2.15 กิจกรรมภายนอกองค์กรของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท	58

สารบัญภาพ (ต่อ)

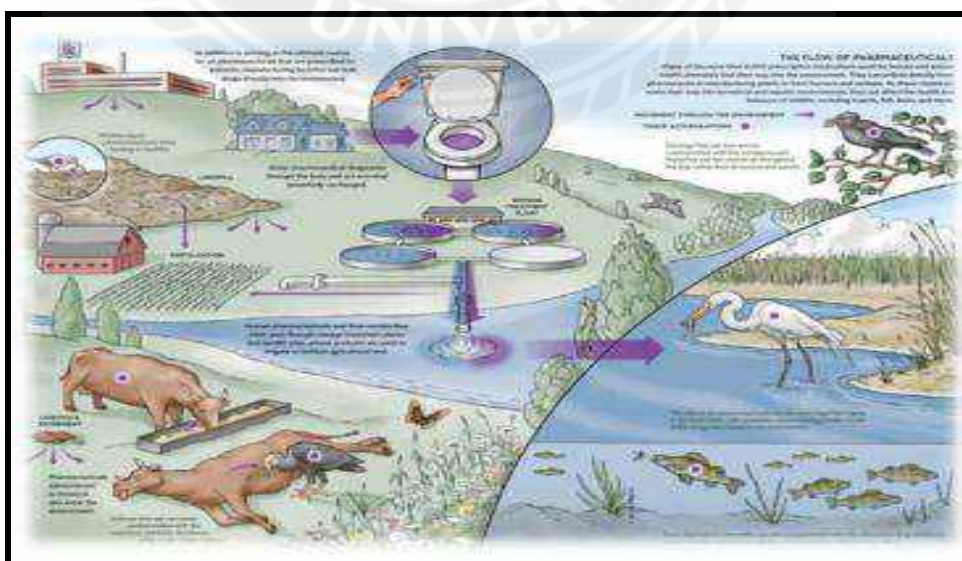
ภาพที่	หน้า
2.16 การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์รีสอร์ท.....	59
2.17 รางวัลสถานประกอบการ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระดับดีเยี่ยม (G ทอง) ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์รีสอร์ท ปี พ.ศ 2560.....	59
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	81
4.1 นวัตกรรมสีเขียว.....	106
4.2 แผนภาพวิเคราะห์การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน ภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย (ตัวแบบกรีนโฮเทล LPS/Green Hotel LPS Model).....	122
5.1 ตัวแบบการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	134

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้สภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การแข่งขันทางธุรกิจ และการพัฒนาทางเทคโนโลยี ในโลกของการค้าเสรีปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกในหลายทศวรรษที่ผ่านมา รวมถึงประเทศไทยไม่ได้คำนึงถึงหลักการใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าซึ่งทุกประเทศทราบกันดีว่าเมื่อมีการนำมาใช้แล้วต้องหมดไป แล้วสิ่งที่สำคัญคือเมื่อนำมาใช้แล้วกลับไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อการทำลายสภาพสิ่งแวดล้อม ทำลายระบบนิเวศน์วิทยาที่เป็นแหล่งสำคัญในการดำรงชีพของสิ่งมีชีวิตของโลกใบนี้ ก่อให้เกิดมลพิษ ทางน้ำ อากาศ และพื้นดินที่เสื่อมโทรมซึ่งยากที่จะแก้ไขหรือแก้ไขได้อาจจะสายเกินไป นักสังคมศาสตร์ทั้งในและต่างประเทศมองว่า การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการบริโภค และการได้มาซึ่งผลกำไรอย่างเดียวอันเนื่องจากทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมได้มาฟรีไม่มีซึ่งต้นทุนในการซื้อขาย จึงมีการบริโภคอย่างไม่มีการจำกัด โดยล้มผลกระทบที่ตามมาอย่างทวีคูณ อาทิ วิกฤตอุทกภัย เกิดน้ำเน่าเสีย อากาศมีปริมาณสารตะกั่วสูง ไม่สามารถดื่มน้ำฝนได้อีกต่อไป เมื่อฝนตกลงมาพื้นดินก็เป็นส่วนรองรับน้ำฝนที่เจือปนสารพิษต่างๆ สู่พื้นดิน การทำการเกษตรก็ไม่ได้ผลผลิตที่คุ้มค่า ปัญหาเหล่านี้ล้วนเกิดจากฝีมือมนุษย์ที่ยังขาดจิตสำนึกและไร้ซึ่งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมนั่นเอง



ภาพที่ 1.1 ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิดในระบบนิเวศน์จริง
ที่มา: กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2559)

จากภาพที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า พบการปนเปื้อนของสารเคมีในสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่องานวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีการปล่อยสารเคมีสู่สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง และมีสมมติฐานว่าจะคงอยู่ในสิ่งแวดล้อมเป็นระยะเวลานานหรือตกค้างยาวนานในแหล่งน้ำและดิน การค้นพบสารเคมีในแหล่งน้ำและน้ำที่ผ่านการบำบัดอาจมีผลกระทบในระยะยาว เป็นเพราะยังขาดข้อมูลความเป็นพิษและการตรวจติดตามการปนเปื้อนของสารเคมีในแหล่งน้ำ ในขณะที่สารเคมีที่ปนเปื้อนเหล่านี้เป็นสารที่มีผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตถึงแม้จะในปริมาณน้อย จากการศึกษาพบว่าการปนเปื้อนสารเคมีในแหล่งน้ำและไหลลงสู่ทะเล งานวิจัยได้มีการชี้บ่งว่าอาจมีผลกระทบด้านลบต่อระบบนิเวศน์เมื่อมีการปนเปื้อนของสารเคมี สำหรับในประเทศไทยยังคงมีการตรวจพบการปนเปื้อนของสารเคมีในน้ำเสียและน้ำที่ผ่านการบำบัดจากระบบบำบัดน้ำเสียบางประเภท การปนเปื้อนจะขึ้นกับชนิดและปริมาณของสารเคมีนั้นๆ และประสิทธิภาพของระบบบำบัดชนิดนั้นๆ การปนเปื้อนอาจเกิดจากการทิ้งสารเคมีที่หมดอายุหรือเหลือใช้ลงในถังขยะหรือปล่อยสู่แหล่งน้ำ โดยมีการกำจัดที่ไม่เหมาะสม การทิ้งลงระบบระบายน้ำ โดยปัญหาสิ่งแวดล้อมแต่ละประเภทล้วนส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิดในระบบนิเวศน์และปัญหาเหล่านั้นล้วนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นวงจรไม่รู้จบสิ้น

ตั้งแต่ประเทศไทยได้เข้าสู่การรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) นั้น ประโยชน์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเพิ่มขึ้น ประกอบกับปัจจัยด้านความสะดวกสบายด้านคมนาคมทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ เหล่านี้จะช่วยดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวและนักลงทุนของไทยและต่างชาติ ให้หันมาลงทุนในธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทยมากขึ้น จากสาเหตุดังกล่าวทำให้ธุรกิจด้านที่พักและโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวยังคงมีโอกาสขยายตัวสูงขึ้น หลังจากที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกกลุ่มเออีซีในช่วงปลายปี 2558 เป็นต้นมา ยิ่งเพิ่มโอกาสในการขยายตัวแก่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น (Kasikornbank, 2014) ซึ่งการขยายตัวของสถานประกอบการโรงแรมอย่างต่อเนื่องทำให้สิ่งแวดล้อมและสังคมได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากการดำเนินงานเฉพาะ และการให้บริการของสถานประกอบการมีการใช้พลังงาน น้ำ และทรัพยากรเป็นจำนวนมาก (Robinot & Giannelloni, 2010) จึงทำให้เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของสถานประกอบการโรงแรมตามมาอย่างหลีกเลี่ยงมิได้

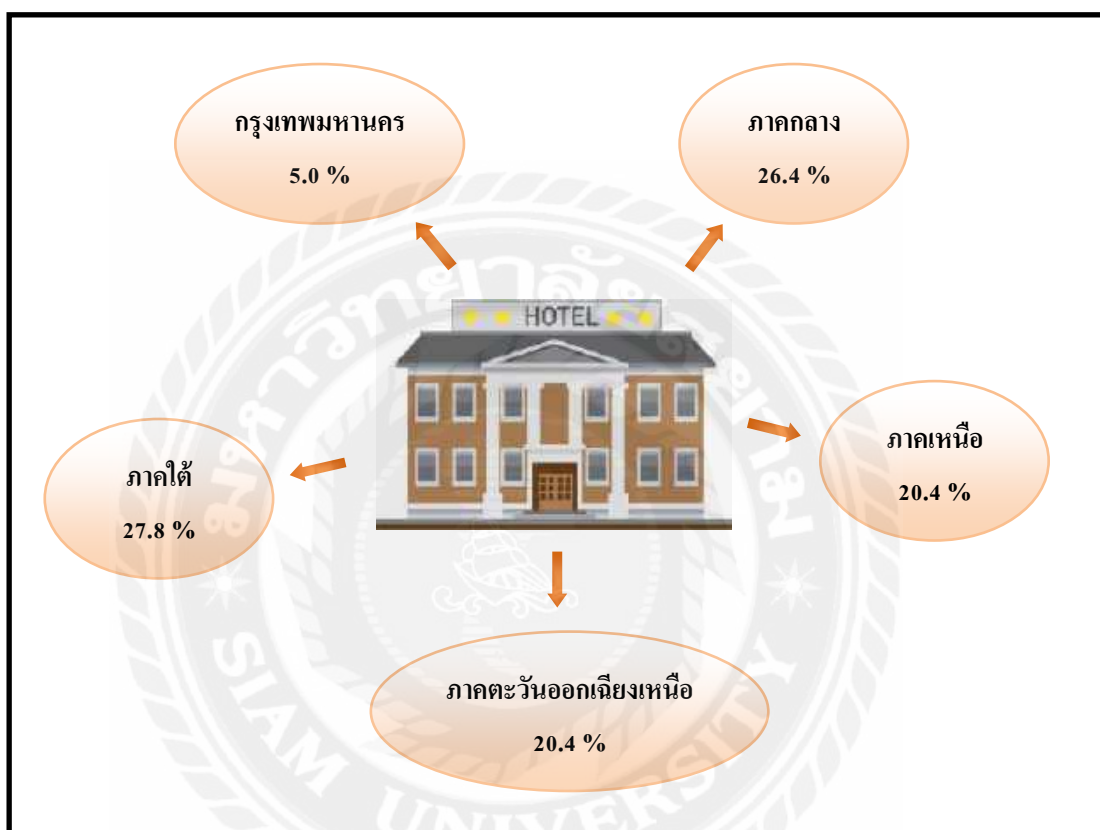
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในแต่ละวันของโรงแรมจำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานและการบริการสาธารณะ ความต้องการที่มากขึ้นก็ยังเพิ่มจำนวนของสิ่งปลูกสร้าง ความเสื่อมโทรมจึงสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือสิ่งแวดล้อมทางสังคม จากฐานข้อมูล

อาคารควบคุมตาม พ.ร.บ. การส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา พบว่าสถานประกอบการประเภทโรงแรมมีปริมาณการใช้พลังงานมากกว่าอาคารธุรกิจประเภทโรงพยาบาลและสถานศึกษา แสดงให้เห็นถึงการเป็นอุตสาหกรรมบริการในการใช้พลังงานในรูปของพลังงานไฟฟ้าและพลังงานความร้อนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ถ้าหากโรงแรมมีการลดการใช้พลังงานน้อยลงจะทำให้โรงแรมประหยัดค่าไฟฟ้าและลดการสูญเสียหรือสูญเสียเปล่าของทรัพยากรธรรมชาติ ในส่วนของน้ำก็เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สถานประกอบการประเภทโรงแรมใช้ในการดำเนินงานและให้บริการ โดยแหล่งที่มาของน้ำเสียจากโรงแรมเกิดจากแหล่งใหญ่ๆ คือ ห้องพัก ห้องซักรีด ห้องครัว สระว่ายน้ำ สบู่ และน้ำปล่อยทิ้งจากเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยปริมาณน้ำเสียของโรงแรมขึ้นอยู่กับการใช้ น้ำของลูกค้า (Lorsomboon et al., 2000)

การดำเนินงานสถานประกอบการประเภทโรงแรมยังสร้างผลกระทบในเรื่องของเสียและสิ่งปฏิกูล โดยของเสียที่เกิดจากกิจกรรมในการดำเนินของโรงแรมส่วนใหญ่ ได้แก่ เศษอาหารเหลือจากห้องอาหาร ภาชนะบรรจุต่างๆ ขวดแก้ว พลาสติก กระป๋อง อลูมิเนียม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีปริมาณมากกว่าขยะทั่วไปที่มาจากชุมชนที่พักอาศัย เรื่องของอากาศและเสียงก็เป็นผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของโรงแรมเช่นกัน ซึ่งการปล่อยมลพิษสู่อากาศทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยสารที่ใช้ในการปรับอากาศหรือทำความเย็นในธุรกิจโรงแรม จะไปทำลายชั้นโอโซนที่ทำหน้าที่กรองรังสีอัลตราไวโอเลตซึ่งส่งผลให้รังสีอัลตราไวโอเลตสามารถผ่านลงมาสู่ผิวโลกและสามารถสร้างอันตรายต่อมนุษย์ได้ นอกจากนี้ปัญหาด้านคุณภาพอากาศธุรกิจโรงแรมมักเป็นปัญหาต่อสุขภาพและความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานในแต่ละวัน รวมไปถึงมลพิษทางเสียงจากการดำเนินกิจกรรมบางอย่างของโรงแรมที่อาจทำให้เกิดมลพิษทางเสียงแก่พนักงานหรือชุมชนใกล้เคียงได้

โรงแรมเป็นสถานประกอบการ ที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการเพื่อให้ความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการซึ่งในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ส่วนต้องใช้ทรัพยากรพลังงานและก่อให้เกิดมลภาวะทั้งขยะและน้ำเสีย จึงมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศอันเป็นสาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปรากฏการณ์โลกร้อนที่กำลังกลายเป็นวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ดังที่หน่วยงานภาครัฐคือกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ได้เข้ามาดำเนินโครงการ “การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมประเภทโรงแรม (Green Hotel)” เพื่อส่งเสริมศักยภาพโรงแรมให้มีการใช้ทรัพยากรพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี และยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

หากเราพิจารณาข้อมูลจากการสำรวจของสำนักสถิติแห่งชาติปี 2561 ซึ่งทำการสำรวจทุกๆ 2 ปี นั้นมีสถานประกอบการโรงแรมที่เป็นตัวอย่างทั้งสิ้น 5,392 แห่ง ข้อมูลที่นำเสนอเป็นผลการดำเนินงานในรอบปี 2560 (1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2560) ของสถานประกอบการที่พักแรมทั่วประเทศ สรุปได้ดังแสดงในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 ร้อยละของสถานประกอบการ โรงแรมจำแนกตามรายภาคทั่วประเทศ
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560)

จากข้อมูลทางสถิติดังภาพที่ 1.2 พบว่าจำนวนสถานประกอบการโรงแรมในเขตภาคใต้มีมากเป็นอันดับที่หนึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนของสถานประกอบการโรงแรมรายภาค เมื่อพิจารณาสถานประกอบการ ที่พักแรมเป็นรายภาค พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 27.8 เป็นสถานประกอบการในภาคใต้ รองลงมาคือ ภาคกลางร้อยละ 26.4 สำหรับสถานประกอบการในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนเท่ากันคือร้อยละ 20.4 ที่เหลือร้อยละ 5.0 คือสถาน-ประกอบการในกรุงเทพมหานคร อนึ่งการดำเนินงานในรอบปี 2560 ของสถานประกอบการที่พักแรมทั่วประเทศ มีมูลค่ารายรับและค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ประมาณ 210,861.9 ล้านบาท และ 164,799.9 ล้านบาท

ตามลำดับ โดยมีรายรับและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อกิจการประมาณ 8.6 ล้านบาท และ 6.7 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามภาค พบว่าสถานประกอบการที่พักแรมในภาคใต้ มีมูลค่ารายรับและค่าใช้จ่ายสูงที่สุดประมาณ 79,179.7 ล้านบาท และ 63,766.2 ล้านบาท ตามลำดับ ในขณะที่สถานประกอบการที่พักแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่ารายรับและค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดประมาณ 9,197.8 ล้านบาท และ 6,077.9 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มโรงแรมภาคใต้ฝั่งตะวันตกหรือฝั่งอันดามัน เช่น ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และสตูลยังถือว่าเป็นสถานที่อันทรงคุณค่าด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของประเทศเป็นแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นที่นิยมมีชื่อเสียง มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนสถานที่ไหนเปรียบเทียบกับได้ จึงเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วสารทิศ ทั้งในและต่างประเทศต่างมาดื่มด่ำกับทัศนียภาพและสิ่งแวดล้อมที่สวยงามของจังหวัดทางภาคใต้ ทำให้เกิดรายได้ของประชาชนในท้องถิ่นดีขึ้น วิธีการดำรงชีพเปลี่ยนไป ส่วนการโรงแรมมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเพิ่มขึ้น มีการสร้างรีสอร์ท และโรงแรมตามริมฝั่งทะเลมีการบุกเบิกป่าชายเลนเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น จนลืมไปว่าสิ่งเหล่านี้ได้เข้ามาทำลายอัตลักษณ์ทางธรรมชาติสิ่งแวดล้อมทั้งที่ตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจล้วน ส่งผลต่อสภาพสิ่งแวดล้อมทั้งนั้น ดังนั้นแนวคิดทางด้านการจัดการจึงได้ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโรงแรมแต่แนวคิดเหล่านั้นยังไม่ได้เป็นสูตรสำเร็จทำให้องค์กรโรงแรมนำมาใช้ให้ประสบผลสัมฤทธิ์ เนื่องจากการที่จะบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ยุคปัจจุบันจะต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะขององค์กรโรงแรม และบริบทสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องร่วมมือเพื่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ หลักการ แนวคิด มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้สภาพสิ่งแวดล้อมมิได้ถูกทำลายอีกต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเชิงคุณภาพถึงแนวทางในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะโรงแรมในเขตภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยซึ่งมีจำนวนสถานประกอบการ โรงแรมคิดเป็น 47% ของจำนวนสถานประกอบการโรงแรมในเขตภาคใต้โดยรวม และเป็นโซนที่มีศักยภาพต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งให้ความสนใจในการเข้ามาพำนักเป็นจำนวนไม่น้อยในแต่ละปี ธุรกิจโรงแรมที่พักจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวและมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานในด้านที่พัก พร้อมกับจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทั้งนี้การประเมินการจัดการของโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพในลักษณะของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นดัชนีชี้วัดให้เห็นถึงการบริการของโรงแรมที่ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านทรัพยากร ความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ความรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน รวมถึงความตระหนักถึงท้องถิ่นทั้ง

ทางด้านสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้จะสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการแก้ปัญหาการจัดการสิ่งแวดล้อมในรูปแบบการจัดการของสถานประกอบการประเภทโรงแรมภายใต้บริบทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันนี้ โดยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับการปฏิบัติการและการดำเนินงานจริงของโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อการเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษามิติการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษามิติการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษามิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านกรณีศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกิจการที่จะศึกษาจากโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) จากคณะกรรมการส่งเสริมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว ประจำปี 2559-2561 ทั่วประเทศจำนวนทั้งหมด 53 โรงแรม โดยคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งกำลังดำเนินกิจการอยู่ในเขตจังหวัดภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจากคณะกรรมการฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 3 จังหวัด ได้แก่โรงแรมใน จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ เป็นจำนวนทั้งหมด 22 โรงแรม จากประเภทการรับรองคุณภาพการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยที่ต้องการ เน้นความมีคุณภาพเป็นหลัก มีความละเอียด ลึกซึ้ง มีข้อมูลที่ลุ่มลึกและมุ่งเน้นความชัดเจนมากกว่างานวิจัยเชิงปริมาณโดยทั่วไป ผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยใช้วิธีการกรณีศึกษา (Case Study) โดยมุ่งศึกษาจำกัดเฉพาะสถานประกอบการ

โรงแรมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย โดยโรงแรมที่มีความพร้อมของข้อมูลในการนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาได้อย่างสมบูรณ์ที่สุดในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว จังหวัดพังงา ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวและยังได้รับมาตรฐานรับรองสำหรับธุรกิจภาคการท่องเที่ยวจากสภาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (FTO) โครงการ Travelife ในระดับสูงสุดเพียงแห่งเดียว โรงแรมนี้ได้นำมาเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรโรงแรมทั้งหมดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย ดังนั้นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจังหวัดภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยอื่นๆ จะถือเป็นข้อจำกัดในศึกษาครั้งนี้

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาในประเด็นด้านการบริหารจัดการที่นำไปสู่ความยั่งยืนในการจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรจะต้องทบทวนกิจกรรมทั้งหมดเพื่อปลูกฝังเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้าไปในทุกๆ กิจกรรม มิใช่การดำเนินเพียงกิจกรรมเพื่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่อยู่นอกกระบวนการหรือแยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาสู่ความยั่งยืน โดยแบ่งการศึกษออกเป็นสามมิติหลัก คือ 1) มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว 2) มิติด้านการตลาดสีเขียว และ 3) มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

โดยมิติอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากประเด็นด้านการบริหารจัดการใน 3 มิติหลัก ดังกล่าวจะถือเป็นข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา เมษายน 2560 - ธันวาคม 2562

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปปรับลดจุดอ่อน เสริมสร้างจุดแข็ง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโต ก้าวไปสู่การยกระดับเป็นโรงแรมสีเขียวในระดับโลกได้

2. ได้องค์ความรู้เฉพาะเกี่ยวกับลักษณะของการบริหารจัดการกิจการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อภาครัฐและภาคเอกชน

3. สามารถนำองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการบริหารจัดการจากผลที่ได้จากการวิจัยนี้ มาใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนางานทางวิชาการใหม่ๆ หรือเทียบเคียงในการพัฒนานโยบายและมาตรการเพื่อ

ส่งเสริมให้เกิดกิจการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น อันจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ สังคมชุมชนและสิ่งแวดล้อมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงและยั่งยืนของประเทศต่อไป

1.6 นิยามศัพท์

โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly Hotel) หมายถึง โรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว จังหวัดพังงา ที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากคณะกรรมการส่งเสริมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว และดำเนินกิจการอยู่ในเขตจังหวัดภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย เป็น โรงแรมสีเขียวที่มีการดำเนินการธุรกิจที่ใส่ใจกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในทุกๆ กระบวนการของการดำเนินการเพื่อให้มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

การจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management) หมายถึง การวางแผน การจัดสรร การใช้ทรัพยากรและการกระทำ การจัดการ หรือการดำเนินการใดๆ ในองค์การเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในสังคมและชุมชน ทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และเกิดประโยชน์ต่อชุมชน ผ่านกระบวนการสร้างศักยภาพของสิ่งแวดล้อมให้เกิดการคงสภาพด้วยการใช้อย่างยั่งยืน มีการขจัดของเสีย/มลพิษ และการควบคุมกิจกรรมการจัดการ เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อมนุษย์ตลอดไปทั้งทางตรงและทางอ้อม

วัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) หมายถึง วัฒนธรรมองค์การในรูปแบบเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นวัฒนธรรมที่ให้นักงานเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม องค์การสนับสนุนให้นักงานปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) หมายถึง ภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงเป็นการใช้ภาวะผู้นำเพื่อเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในการปฏิบัติงานขององค์การให้อีกอำนาจต่อการบรรลุประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service) หมายถึง การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในระดับสูงจนทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดีต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในที่สุด

การตลาดสีเขียว (Green Marketing) หมายถึง การที่โรงแรมมีการดำเนินงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ สรรหาแหล่งผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต โดยใช้แนวคิดความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's

การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Social Participation)

หมายถึง การที่โรงแรมเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่น สังคม สามารถเข้าไปมีส่วนร่วม หรือในการตัดสินใจในโครงการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม และเข้าร่วมประชุมเมื่อมีโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อประชาชนโดยรวม มีส่วนร่วมในการติดตามและในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาโครงการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย ได้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมเอกสารในเชิงทฤษฎี แนวคิด งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แล้วนำมาประมวลผลจนได้มาซึ่งกรอบแนวคิดในงานวิจัยและสมมติฐานในงานวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดการจัดการองค์การที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2.2 แนวคิดการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำสร้างการเปลี่ยนแปลง
- 2.4 แนวคิดการตลาดสีเขียว
- 2.5 แนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2.6 กรณีศึกษาตัวอย่างของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั่วไป
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดการจัดการองค์การที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีบทบาทและมีความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอย่างรวดเร็วโดยปราศจากการวางแผนและการควบคุมส่งผลให้สิ่งแวดล้อมเกิดการเสื่อมสภาพ ผลกระทบของการพัฒนาโรงแรมโดยทั่วไปคล้ายกับโครงสร้างของสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การดำเนินงานในแต่ละวันของธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานและการบริการสาธารณะ ความต้องการที่มากขึ้นก็ยิ่งเพิ่มจำนวนของสิ่งปฏิกูล ความเสื่อมโทรมจึงสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งทางกายภาพหรือสิ่งแวดล้อมทางสังคม นอกจากนี้การปล่อยอากาศทางปล่องควันทำให้เกิดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ ขณะที่ของเสียในรูปของเศษอาหารเหลือทิ้งก็ทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของกลิ่นเหม็น

ในด้านการใช้พลังงาน พบว่า อุตสาหกรรมบริการมีความต้องการในการใช้พลังงานในรูปของพลังงานไฟฟ้า และพลังงานความร้อน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งปริมาณการใช้พลังงานของธุรกิจโรงแรมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ลักษณะและรูปแบบ

ของอาคาร การใช้งานของลูกค้ายที่เข้าพัก จำนวนห้องพัก อุณหภูมิภายนอกอาคาร การดูแลบำรุงรักษา เป็นต้น ดังนั้นหากโรงแรมนำการจัดการพลังงานมาใช้ในการดำเนินธุรกิจโดยใช้พลังงานในแต่ละส่วนให้มีประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานฟุ่มเฟือยลงจะทำให้โรงแรมประหยัดค่าไฟฟ้า และลดการสูญเสียหรือสูญเสียเปล่าของทรัพยากรธรรมชาติ (International Finance and World Bank Group อ้างถึงใน ปณิตา มงคลฤดี, 2553)

นอกจากนี้น้ำก็เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ธุรกิจโรงแรมใช้ในการดำเนินงานและให้บริการ โดยแหล่งที่มาของน้ำเสียจากธุรกิจโรงแรมเกิดจากแหล่งใหญ่ๆ คือ ห้องพัก ห้องซักรีด ห้องครัว ครัว สระว่ายน้ำ สปา และน้ำปล่อยทิ้งจากเครื่องจักรอุปกรณ์โดยปริมาณน้ำเสียของโรงแรมขึ้นอยู่กับ การใช้น้ำของลูกค้าย กิจกรรมของโรงแรมและระบบบำบัดน้ำเสียที่กิจการใช้ ซึ่งโรงแรมส่วนใหญ่ จะมีการบำบัดน้ำเสียให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้ (พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์, พัฒน์พงษ์ บุตรราช, สันติชัย ศิลป์ งามเลิศ, กมล สุทธิจันทร์ธนา, สาริต เนียมสุวรรณ และชัยวิชิต ลิขิตาภรณ์, 2543) โดยให้เป็นไปตามมาตรฐานการควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคารประเภทโรงแรม (กรมควบคุมมลพิษ, 2553)

การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมยังสร้างผลกระทบในเรื่องของเสียและสิ่งปฏิกูลโดยของเสียที่เกิดจากกิจกรรมในการดำเนินงานของโรงแรมส่วนใหญ่ ได้แก่ กระดาษใช้แล้วจากสำนักงาน เศษอาหารเหลือจากห้องอาหาร ภาชนะบรรจุต่างๆ เช่น ขวดแก้ว พลาสติก กระจังอลูมิเนียมที่อยู่ในสภาพดี กระดาษแข็งจากกล่อง ซึ่งลักษณะของๆเสียเหล่านี้จะคล้ายคลึงกับขยะทั่วไปที่มาจากชุมชนที่พักอาศัย แต่จะมีปริมาณที่มากกว่า โดยขยะจากโรงแรมบางประเภทสามารถนำไปขายได้ ซึ่งจะกลายเป็นรายได้ส่วนเพิ่มให้แก่กิจการ ส่วนขยะที่เหลือจะถูกรวบรวมเพื่อให้เทศบาลนำไปกำจัดต่อไป (พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์ และคณะ, 2543)

การผลิต การบริโภคสินค้า และการบริการก่อให้เกิดของเสียจำนวนมาก ซึ่งปัญหาอยู่ที่ของเสียบางชนิดต้องใช้เวลานานหลายปี จึงจะสามารถย่อยสลายหรือไม่ก่อให้เกิดอันตราย ดังนั้นหากโรงแรมมีการนำหลักการ 3R (Reuse, Reduce, Recycle) มาใช้จะช่วยลดปัญหาการเพิ่มขึ้นของปริมาณของเสียและสิ่งปฏิกูลและไม่ทำให้ขยะและสิ่งปฏิกูลเหล่านั้นส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ และสุขภาพอนามัยของประชาชน (วินัย วีรพัฒนานนท์, 2537)

อากาศ และเสียงก็เป็นผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมเช่นกัน ซึ่งการปล่อยมลพิษสู่อากาศทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยสารที่ใช้ในการปรับอากาศหรือทำความเย็นในธุรกิจโรงแรมเช่น สารจำพวกคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (Chlorofluorocarbon: CFCs) จะไปทำลายชั้นโอโซนบางลงและเกิดเป็นช่องว่าง ทำให้รังสีสามารถผ่านลงมาถึงผิวโลกได้ โดยรังสีอัลตราไวโอเลตที่กระจายลงสู่ผิวโลกนี้สามารถสร้างอันตรายต่อมนุษย์ได้

แม้ว่าการปล่อยมลพิษต่างๆ ของธุรกิจโรงแรมจะไม่ได้เป็นการรบกวนโดยตรงต่อพื้นที่รับรองลูกค้า แต่ปัญหาด้านคุณภาพอากาศในธุรกิจโรงแรมมักเป็นปัญหาต่อสุขภาพและความปลอดภัยจากการประกอบอาชีพของพนักงาน รวมไปถึงมลพิษทางเสียงจากการดำเนินกิจกรรมบางอย่างของโรงแรมที่อาจทำให้เกิดมลพิษทางเสียงแก่พนักงานหรือชุมชนใกล้เคียงได้ เช่น เสียงจากระบบน้ำหล่อเย็น เสียงจากห้องซักรีด เป็นต้น (พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์ และคณะ, 2543)

ธุรกิจโรงแรมควรมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยในการจัดการพลังงาน โรงแรมควรมีการจัดเก็บข้อมูลด้านการใช้พลังงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องเพื่อสามารถตรวจสอบประสิทธิภาพการใช้พลังงานในปัจจุบัน และการวางแผนปรับปรุงการใช้พลังงานในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งโรงแรมควรมีการวางแผนการใช้พลังงาน โดยจัดให้มีการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ อย่างเต็มประสิทธิภาพ

การปรับปรุงระบบการทำงานของไฟฟ้าภายในโรงแรมควรมีการเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในสถานที่นั้นๆ และเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าชนิดประหยัดพลังงาน นอกจากนี้ในส่วนควบคุมการใช้พลังงานควรมีการใช้ระบบควบคุมแบบเปิดปิดแบบอัตโนมัติ หรือเปลี่ยนระบบการควบคุมการเปิดปิดสวิตช์แบบรวมให้เป็นแบบแยก เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการใช้พลังงานในพื้นที่ต่างๆ (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2548)

ในเรื่องของการจัดการน้ำ ธุรกิจโรงแรมควรมีการติดตั้งมาตรวัดอัตราการไหลของน้ำในแต่ละแผนก เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการใช้น้ำ และสามารถติดตามผลการปรับปรุงได้และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในการรับรองลูกค้า ควรมีการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์เป็นประเภทที่สามารถลดการใช้น้ำลง เช่น โถสุขภัณฑ์แบบประหยัดน้ำ สร้างกิจกรรมในการประหยัดน้ำ โดยอาจเสนอทางเลือกให้กับลูกค้าที่ไม่ต้องการเปลี่ยนผ้าเช็ดตัวและผ้าปูที่นอนใหม่ทุกวัน

นอกจากนี้ น้ำเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของโรงแรม ควรมีการติดตั้งบ่อดักไขมันเพื่อรองรับน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย น้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ในกิจกรรมต่างๆ ของโรงแรม เช่น ใช้น้ำรดต้นไม้ในบริเวณโรงแรม โดยโรงแรมควรมีการตรวจสอบและดูแลบ่อบำบัดน้ำเสียอยู่เสมอ (South Pacific Tourism Organization, 2004)

สำหรับแนวปฏิบัติที่ดีในการกำจัดของเสียและสิ่งปฏิกูลโรงแรมควรนำหลักการ การคิดใหม่ (Rethink) การลดจำนวน (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) มาใช้ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนในการพิจารณาเพื่อเลือกผลิตภัณฑ์ (Rethink) ที่จะนำมาใช้ในโรงแรม โดยควรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Purchasing) เช่น การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ไม่มีส่วนผสมของสารเคมีที่อาจเป็นอันตราย หรือส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนและสิ่งแวดล้อม หรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (กรมควบคุมมลพิษ,

2549) หรือมีแนวทางเช่น การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก เช่น เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดชนิดที่สามารถเติมใหม่ได้ (Refill) เพื่อลดปริมาณขยะจำพวกขวดหรือภาชนะบรรจุและควรจัดซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก และควบคุมให้มีการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้โรงแรมสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายลงไปได้

ในส่วนของแนวปฏิบัติที่ดีทางด้านประเภทวัสดุย่อยสลายได้ยาก เช่น โฟม พลาสติก โรงแรมควรมีการลดการใช้งานลง (Reduce) โดยอาจเลือกซื้อหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนอื่นจากธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ง่ายหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าแทน นอกจากนี้โรงแรมควรมีการคัดแยกขยะก่อนทิ้งเพื่อคัดแยกขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือเพื่อนำของเสียหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และเพื่อสะดวกในการนำไปจัดการต่อ (South Pacific Tourism Organization, 2004)

ในส่วนของแนวปฏิบัติที่ดีทางด้านอากาศ โรงแรมควรหลีกเลี่ยงการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดสารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (Chlorofluorocarbon: CFCs) และเลือกซื้อยานพาหนะที่จะนำมาใช้ในโรงแรมให้มีการเผาไหม้ที่ดีเพื่อลดการสร้างมลพิษสู่อากาศ (South Pacific Tourism Organization, 2004)

อนึ่งควรมีการดูแลและตรวจสอบสภาพอากาศภายในบริเวณโรงแรมเช่นบริเวณส่วนรับรองแขก บริเวณห้องครัว บริเวณลานจอดรถ ทำให้สภาพอากาศไม่ก่อให้เกิดความรำคาญต่อพนักงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง (พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์ และคณะ, 2543) ในการจัดการสิ่งแวดล้อมผ่านคู่ค้าทางธุรกิจในประเทศไทยนั้น ภาคธุรกิจนับเป็นภาคที่สำคัญภาคหนึ่งต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก เนื่องจากเกี่ยวข้องทั้งในแง่ของการเป็นผู้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและให้บริการและการเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ตามห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ดังที่ทราบกันทั่วไปว่า ห่วงโซ่อุปทานของการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งๆประกอบด้วยองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กจำนวนมาก ตั้งแต่ ต้นน้ำ (Upstream) จนถึงปลายน้ำ (Downstream) องค์กรธุรกิจหนึ่งๆ จึงสามารถเป็นได้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในห่วงโซ่อุปทาน การจัดการห่วงโซ่อุปทานจัดเป็นกลยุทธ์ด้านการบริหารเชิงธุรกิจที่สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อทำให้เกิดปรับปรุงการบริหารจัดการและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตการจัดซื้อ การขนส่ง และการส่งมอบสินค้าไว้ด้วยกันโดยสร้างความร่วมมือภายในองค์กรและบริษัทคู่ค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และส่งเสริมให้มีการนำหลักการผลิตที่สะอาดและการป้องกันมลพิษมาใช้ในองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มผลผลิตและลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ในทำนอง “พีชชีวน้อง” นั่นคือ องค์กรธุรกิจที่มีขนาดใหญ่มีอำนาจในการซื้อ (Buyers) ช่วยเหลือ SMEs ซึ่งเป็นคู่ค้า (Suppliers)

ของตนให้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น โดยผ่านการฝึกอบรม การเป็นพี่เลี้ยงการให้รางวัลโดย การสั่งซื้อของเพิ่มขึ้น เป็นต้น อนึ่งการจัดการสิ่งแวดล้อมผ่านห่วงโซ่อุปทานกำลังได้รับความนิยม นามาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายโดยบริษัทข้ามชาติและองค์กรขนาดใหญ่ในต่างประเทศเพื่อ ตอบสนองต่อกระแสการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน และข้อตกลงด้านการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะ กับสหภาพยุโรปซึ่งนับวันจะให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นบริษัทผู้ซื้อ จึงจำเป็นต้องคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีหรือมีความสามารถผลิตสินค้า ตามสเปคที่กำหนดให้ได้ซึ่งการคัดเลือกดังกล่าวอาจอยู่ในรูปของการคัดสรรคู่ค้าที่มีคุณภาพตรง ตามความต้องการ หรือการช่วยปรับปรุงคู่ค้าที่มีอยู่ให้สามารถปฏิบัติตามเกณฑ์ที่ต้องการได้โดย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดและให้การฝึกอบรม หรืออาจเว้นการซื้อแล้วหา บริษัทซัพพลายเออร์อื่นแทน ดังนั้น เพื่อความอยู่รอดของบริษัทซัพพลายเออร์ขนาดเล็กโดยเฉพาะ บริษัทที่มีเจ้าของเป็นคนไทยซึ่งจะต้องพยายามปรับกระบวนการผลิตและสินค้าของตนให้เข้ากับ ความต้องการของบริษัทผู้ซื้อให้ได้สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยจึงได้ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบ (Model) วิธีการดำเนินงานการจัดการสิ่งแวดล้อมผ่านคู่ค้าทางธุรกิจ (ห่วงโซ่อุปทาน) ในบริบทไทย ภายใต้โครงการการพัฒนารูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมผ่านคู่ค้าทางธุรกิจในบริบทไทยพร้อมกับ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มธุรกิจต่างๆ ได้รับทราบเพื่อให้องค์กรธุรกิจของไทยเกิดความรู้ ความเข้าใจต่อแนวคิดดังกล่าวและสามารถนำมาปรับใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กรได้ รวมทั้งการจัดตั้งเครือข่ายการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Thailand Green Purchasing Network: TGP) เพื่อขยายตลาดสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการจัดการด้านอุปสงค์ (Demand-side) ควบคู่ไปกับการจัดการด้านอุปทาน (Supply-side) ผลท้ายสุดคือ เกิดจิตสำนึก ความ ตระหนักและมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นในภาพรวมของประเทศ นอกจากนี้ แนวคิดจัดการ สิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ซึ่งได้แก่ 1) คือ การลด ละ เลิก (Reduce) ใช้สิ่งของเครื่องใช้ที่ไม่จำเป็น หรือใช้จำนวนให้น้อยลง โดยการควบคุมปริมาณการใช้ให้อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะ เพื่อให้เกิดการ สูญเปล่าให้น้อยที่สุด การลดการใช้ไฟฟ้าได้ง่ายๆ โดยการเลือกใช้เท่าที่จำเป็น เช่น ปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ ใช้งานหรือเปิดเฉพาะจุดที่ใช้งาน ปิดคอมพิวเตอร์และเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่ใช่เป็นเวลานานๆ ถอดปลั๊กของเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น กระจกน้ำร้อนออกเมื่อไม่ได้ใช้ เมื่อต้องการเดินทางใกล้ๆ ก็ควร ใช้วิธีเดิน จักรยาน หรือนั่งรถโดยสารแทนการขับรถไปเอง หลีกเลี่ยงการเลือกซื้อสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มหลายชั้น หลีกเลี่ยงการเลือกซื้อสินค้าชนิดใช้ครั้งเดียว หรือ ผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานต่ำ เป็นต้น เพียงเท่านี้ เราก็สามารถเก็บทรัพยากรด้านพลังงานไว้ใช้ได้ นานขึ้น ประหยัดพลังงาน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย หรือในประเด็นการลดการใช้น้ำ การใช้ ฝักบัวจะสิ้นเปลืองน้ำน้อยที่สุด รูดฝักบัว ยิ่งเล็ก ยิ่งประหยัดน้ำ และหากใช้อ่างอาบน้ำจะใช้น้ำถึง

110 - 200 ลิตร, โยนหมวดแล้วใช้กระดาษเช็ดก่อน จึงใช้น้ำ จากแก้วมาล้างอีกครั้ง ล้างมีด โยนหมวดโดยการจุ่มล้างในแก้ว จะประหยัดกว่าล้างโดยตรงจากก๊อก, การใช้น้ำบ้วนปากและแปรงฟัน โดยใช้แก้ว จะใช้น้ำเพียง 0.5-1 ลิตร การปล่อยให้ น้ำไหล จากก๊อกตลอดการแปรงฟัน จะใช้น้ำถึง 20 - 30 ลิตรต่อครั้ง, การใช้ฝักบัวรดน้ำต้นไม้แทนการใช้น้ำสายยางต่อกจากก๊อกน้ำโดยตรง หากเป็นพื้นที่บริเวณกว้าง ก็ควรใช้ สปริงเกอร์ หรือน้ำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นมารดต้นไม้ ก็จะช่วยประหยัดน้ำลงได้ เป็นต้น ในกรณีของการ คือ การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด โดยการนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) โดยการนำสิ่งของที่ใช้งานไปแล้วแต่ยังสามารถใช้งานได้กลับมาใช้อีก ใช้ไปจนกว่าจะหมดสภาพการใช้งาน เช่น การใช้น้ำอัดลมขวดลิตร ดื่มหมดก็นำขวดไปใส่น้ำเปล่าแทน ใช้น้ำยาซักผ้า ล้างจาน ก็ใช้แบบถูเดิมแทนซื้อใหม่แบบขวด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้นอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงานแล้ว ยังช่วยรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ปัจจุบันพบว่าน้ำเน่าเสียของแม่น้ำลำคลอง และแหล่งน้ำธรรมชาติเกิดจากน้ำเสียจากการดำรงชีวิตของมนุษย์ถึงประมาณ 75% ฉะนั้นการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่จึงเป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหาน้ำเสีย โดยการนำน้ำที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ มาทำการปรับสภาพน้ำให้อยู่ในเกณฑ์ที่แหล่งน้ำรับได้ โดยอาศัยวิธีการต่างๆ เช่น การทำระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อกำจัดสิ่งสกปรกในน้ำที่ปล่อยจากบ้านเรือนที่เกิดจากการใช้ในชีวิตประจำวัน ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ หรือ การบำบัดน้ำเสียที่ใช้ในครัวเรือน เพื่อนำน้ำกลับมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น การนำน้ำที่ผ่านจากการบำบัดมาใช้ในการชำระล้างในห้องน้ำ, การนำน้ำมาใช้ร่วมกับระบบสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ, การนำน้ำมารดน้ำต้นไม้ หรือการล้างรถ เป็นต้น ในส่วนของ การนำเศษวัสดุของเหลือกินเหลือใช้มาแปรรูปใหม่เพื่อนำกลับมาใช้งานอีกครั้ง (Recycle) เป็นการจัดการวัสดุเหลือใช้ที่กำลังจะเป็นขยะ โดยนำไปผ่านกระบวนการแปรรูป และนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น กระดาษ แก้ว กระจก อะลูมิเนียม และพลาสติก เป็นต้น การรีไซเคิลเป็นหนึ่งในวิธีการลดขยะ ลดมลพิษให้กับสภาพแวดล้อม ลดการใช้พลังงานและลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของโลกไม่ให้ถูกนำมาใช้สิ้นเปลืองมากเกินไป ดังเช่น กรณีศึกษาการรีไซเคิลน้ำ “Water Plaza คิตะคิวชู” เป็นโรงงานสาธิตการรีไซเคิลและรีユสน้ำ ที่ตั้งอยู่ในเมืองคิตะคิวชู จังหวัดฟูกูโอกะ จัดตั้งสมาคมวิจัยเทคโนโลยีการนำวัสดุมาแปรรูปและนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) น้ำสากล (Global Water Recycling and Reuse Solution Technology Research Association - GWSTA) โดยการนำน้ำเสียมากรองผ่านเยื่อบางที่ผลิตจากเทคโนโลยีล้ำน้ำล่าสุดของญี่ปุ่น น้ำเสียจะถูกกรองผ่านรูบนเยื่อที่มีขนาดเล็กมาก แต่ละรูมีความยาวเส้นผ่านศูนย์กลางเท่ากับหนึ่งในหมื่นถึงหนึ่งในล้านส่วนของมิลลิเมตร ในกรณีของน้ำจากท่อน้ำเสีย จะต้องนำจุลินทรีย์มาใส่ก่อนเพื่อละลายกากอินทรีย์ จากนั้นค่อยนำมากรองผ่านเยื่อบางเพื่อขจัดอนุภาคอื่นๆ ที่ยังคงค้างอยู่ ซึ่งรวมถึงจุลินทรีย์

ด้วย จึงจะได้มาซึ่งน้ำที่ใสสะอาด ในกรณีของน้ำทะเล จะใช้การกรองโดยใช้แผ่นเยื่อบาง (Ultra Filtration) และใช้แรงดันให้ของเหลวเคลื่อนที่ผ่านเยื่อบางเพื่อขจัดอนุภาคต่างๆ เช่น แบคทีเรีย ทั้งน้ำเสียและน้ำทะเลจะต้องผ่านระบบเยื่อกรองอีกชั้นหนึ่งเพื่อกำจัดเกลือและไอออน จนกลายเป็นน้ำรีไซเคิลที่สามารถนำมาดื่มได้ เยื่อบางที่ใช้ในการกรองชั้นที่สองนั้นมีระดับนาโนที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางยาวหนึ่งในล้านส่วนของมิลลิเมตร อันเป็นผลจากเทคโนโลยีสุดล้ำ เยื่อนั้นถูกนำมาม้วนทับกันหลายชั้นให้เป็นหลอดที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางยาวประมาณ 8-16 นิ้ว แต่เนื่องจากน้ำไม่สามารถกรองผ่านเยื่อได้เนื่องจากเกลือเกินไป จึงต้องใช้ปั๊มเพื่อให้เกิดแรงดันน้ำให้สามารถไหลผ่านรูกรองจนกลายเป็นน้ำดื่มได้

2.2 แนวคิดการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การศึกษาถึงแนวทางในการมีส่วนร่วมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมจะดีได้ทุกคนต้องมีส่วนร่วม การร่วมมือกันสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นการร่วมรณรงค์ให้แต่ละคนมีจิตสำนึกในการใช้สิ่งแวดล้อมให้เกิดคุณค่าสูงสุด โดย ยูวณน์ วุฒิเมธี (2526) กล่าวถึง การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึง ตัวประชาชน นอกจากนี้แล้ว Cohen and Uphoff (1980) กล่าวถึงขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่ามีดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา (Analysis)
- 2) การมีส่วนร่วมในการเลือกวิธีการแก้ไขปัญหา (Decision Making)
- 3) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการแก้ไขปัญหา (Implementation)
- 4) การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการ (Benefits)
- 5) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

การมีส่วนร่วมของประชาชนโดยที่ สมลักษ์ณา ไชยเสริฐ (2549) ได้แบ่งแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น 3 ด้านหลัก คือ ด้านประชาชน (Public) ด้านการมีส่วนร่วม (Participation) และด้านภาครัฐ โดยการมีส่วนร่วม (Participation) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ประชาชนที่เป็นบุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินการพัฒนาช่วยเหลือ สนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่างๆ หรือกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผล เพื่อให้เกิดการยอมรับ และก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกันทุกฝ่าย ดังนี้

- 1) การรับรู้ (Perception) ต้องสร้างสำนึกให้ทั้งภาครัฐและประชาชน มีความตระหนัก การรับรู้ การยอมรับในสิทธิหน้าที่และส่วนร่วมของทุกกลุ่มทุกฝ่าย

2) ทักษะ (Attitude) ต้องสร้างความเข้าใจและปรับทัศนคติของบุคลากรภาครัฐและภาคประชาชนทั้งสองฝ่าย ให้มีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วม

3) การเป็นตัวแทน (Representation) การสรรหาและคัดเลือกตัวแทน จะต้องคำนึงถึงประชาชนทุกกลุ่ม ทุกฝ่าย เพื่อให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลายทุกกลุ่มนั้นมีตัวแทนเข้าไปร่วมด้วย จะได้ประสานผลประโยชน์กันจนลงตัวและเกิดความเป็นธรรมขึ้น

4) ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust) การมีส่วนร่วมนั้น ต้องสร้างให้สมาชิกมีความเข้าใจ และมี ความจริงใจในการเข้าร่วม มีความเชื่อมั่น ความเชื่อถือศรัทธา ความไว้วางใจกันและกัน เป็นเงื่อนไขสำคัญ

5) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Information-sharing) สร้างกลไกเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร เพราะ การมีส่วนร่วมเป็น กระบวนการที่ทำให้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านที่เป็นข้อเท็จจริงและด้านที่เป็นความคิด ความรู้สึก ความคาดหวัง ได้ถูกแสดงออกมาอย่างหลากหลายกลุ่ม ลึกและสมบูรณ์ ครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งจะทำให้การวินิจฉัยปัญหาและการเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา มีหลากหลายและตรงกับความต้องการ

6) ฉันทามติ (Consensus) โดยการให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเข้าร่วม ในการหาวิธีแก้ไขปัญหาที่ยุ่ยากซับซ้อนร่วมกัน หาทางออกสำหรับการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในทางสันติ เป็นที่ยอมรับ

7) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) องค์การการมีส่วนร่วมต้องสร้างให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two Ways Communication) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

8) ความประสงค์หรือความมุ่งหมาย (Purpose) ต้องกำหนดความประสงค์หรือความมุ่งหมาย ในการมีส่วนร่วมไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นไปเพื่ออะไร ผู้เข้าร่วมจะได้ตัดสินใจดีกว่าควรเข้าร่วมหรือไม่

9) การประเมินผล (Appraisal) การประเมินผลเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการมีส่วนร่วม และถือเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารในการบริหารทรัพยากรบุคคลให้เกิดประโยชน์สูงสุด การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการสิ่งต่างๆ จะมีแนวทางหรือหลักในการสร้างคู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (2557) ได้กล่าวถึงหลักการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนของสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมกับภาครัฐ ซึ่งสามารถแบ่งระดับของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ระดับดังนี้

1) การเข้าถึงข้อมูล (Access to Information) เป็นระดับที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นก้าวแรกของการที่ภาครัฐจะเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงกลุ่มผู้หญิงและคนเปราะบาง เข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ วิธีการให้ข้อมูลสามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น เอกสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ จดหมาย ป้ายประกาศ การจัดนิทรรศการ การจัดงานแถลงข่าว การตีพิมพ์เป็นต้น

2) การรับฟังความคิดเห็น (Consultation) เป็นกระบวนการที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การจัดเวทีสาธารณะ การสำรวจความคิดเห็น การแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

3) การเกี่ยวข้อง (Engagement) เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน หรือร่วมเสนอแนะ แนวทางที่นำไปสู่การตัดสินใจ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ประชาชนว่าข้อมูลความคิดเห็น และความต้องการของประชาชน จะถูกนำไปพิจารณาเป็นทางเลือกในการบริหารงานของภาครัฐ เช่น ประเด็นนโยบายสาธารณะ ประชาพิจารณ์ เป็นต้น

4) ความร่วมมือ (Collaboration) เป็นการให้กลุ่มประชาชนผู้แทนภาคสาธารณะ มีส่วนร่วมกับภาครัฐในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ และมีการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เช่น คณะกรรมการที่มีฝ่ายประชาชนร่วมเป็นกรรมการ เป็นต้น

5) การเสริมพลังอำนาจแก่ประชาชน (Empowerment) เป็นระดับที่ให้บทบาทประชาชนสูงที่สุด กล่าวคือ ให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจอย่างมีเหตุผล เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เป็นต้น ซึ่งมอบอำนาจให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจทั้งหมด ภาครัฐทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator)

นอกจากนี้ คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (2557) กล่าวถึงหัวใจของการจัดการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน ประกอบด้วย

1) การเริ่มต้นตั้งแต่ระยะแรก ให้ข้อมูลก่อนการดำเนินโครงการเพื่อให้ชุมชนทราบแนวทางการดำเนินงาน และกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของประชาชน และชุมชนก่อนการตัดสินใจ อันจะช่วยให้มีเวลาพิจารณาทางเลือกหรือแนวทางแก้ปัญหาของชุมชนที่เหมาะสมมากขึ้น

2) เป้าหมายของการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างหลักประกันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เข้าถึงข้อมูล ร่วมคิดร่วมตัดสินใจและมีข้อตกลงร่วมกัน

3) ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสีย คำนึงถึงผู้ที่ได้รับผลกระทบทุกฝ่าย ไม่ว่าโดยตรง หรือโดย

อ้อม และเปิดโอกาสให้เข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วม โดยจะต้องรับฟังข้อมูล หรือปรึกษาหารือ ผู้ได้รับผลกระทบทางตรงเป็นอันดับแรก

4) ความจริงใจ จัดกระบวนการอย่างจริงจัง เปิดเผย ข้อสัตย์ ปราศจากอคติ และมีการสื่อสารสองทางอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และเพียงพอ ตอบสนองต่อความสงสัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5) วิธีการที่เหมาะสม เลือกเทคนิค หรือรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน และชุมชนที่เหมาะสมโดยพิจารณาลักษณะที่แตกต่างกันของพื้นที่ และของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีหลักประกันให้ผู้หญิง และกลุ่มเปราะบางเข้าถึงข้อมูลการมีส่วนร่วม ตลอดจนความแตกต่างด้านวัฒนธรรม สังคมและค่านิยม ระดับความสนใจของชุมชนในประเด็น หรือโครงการ ความสามารถ และความพร้อม รวมทั้งข้อจำกัดของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วม

การทำความเข้าใจถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนซึ่ง จินตวิทย์ เกษมสุข (2554) กล่าวถึงรูปแบบของการมีส่วนร่วม การที่ประชาชนภายในพื้นที่มีการรวมกลุ่มในรูปของประชาคมหรือชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา ซึ่งการแก้ไขปัญหานั้นจำเป็นต้องมีความร่วมมือทำพร้อมๆ กันในทุกระดับ ต้องระดมทุกองค์ประกอบในสังคม โดยเฉพาะชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง รูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

1) การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้ การได้รับการแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ

2) การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง และได้รับผลกระทบ เพื่อรับฟังความคิดเห็น และตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น

3) การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชน และฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และมีผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการ หรือกิจกรรมนั้น ได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้น ซึ่งมีหลายรูปแบบได้แก่

3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) โดยจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อคำถาม

3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบาย และให้ความเห็นต่อโครงการ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

3.3 การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผย ไม่มีการปิดบังทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการ และฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับ มีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจน และแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน

4) การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการตัดสินใจได้เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนประชาชนในพื้นที่

ลักษณะที่สำคัญของการมีส่วนร่วมว่าเป็นเรื่องของกระบวนการ ซึ่งได้สรุปถึงขั้นตอนของการมีส่วนร่วมได้ 4 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้ (จินตวิทย์ เกษมสุข, 2554)

1) มีส่วนร่วมในการคิด ศึกษา และค้นคว้า หาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ตลอดจนความต้องการของชุมชน

2) มีส่วนร่วมในการวางแผนนโยบาย หรือแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม เพื่อลดและแก้ไข ปัญหา

3) มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัด หรือปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย

4) มีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการทำงาน การมีส่วนร่วมกับสิ่งแวดล้อม โดยสรุปแล้วเป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี การมีส่วนร่วมที่ดีต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยสรุปแล้วประกอบด้วย

1) การมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม เป็นการให้แต่ละภาคส่วน บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม เริ่มจากความคิดที่ดีในการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมภายในที่ดี การร่วมกันจุดประกายความคิด ให้แต่ละคนมีแนวความคิดร่วมกันในการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่ดี

2) การร่วมปฏิบัติในการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นการร่วมมือกระทำ หรือช่วยกันทำ สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้น

3) การร่วมกันรับผิดชอบ ความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่ทุกคนพึงมี การรับผิดชอบในการสร้างสภาพแวดล้อมรอบตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมภายในบ้านของเราเอง จะต้องมีความรับผิดชอบในการเก็บกวาด มีความรับผิดชอบในการช่วยปลูกต้นไม้ ตัดแต่งกิ่ง

4) การรับรู้ การรับรู้เป็นสิ่งที่จะต้องมีการสร้างจิตสำนึก รวมถึงต้องให้ความรู้ในการช่วยสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี การตระหนักว่าตนเองต้องมีความร่วมมือกันในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี การตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ในการร่วมรณรงค์ทางด้านสภาพแวดล้อม

5) ทักษะคิด การสร้างทักษะคิดที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางให้แต่ละคนมีแนวทางการร่วมทำความเข้าใจ รวมถึงพยายามปรับทัศนคติของแต่ละคนให้มีแนวคิดที่ดีต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพยายามทำความเข้าใจต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ดี

6) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เป็นการมีส่วนร่วมอย่างหนึ่งในการแบ่งปันข้อมูลทางด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนความรู้สึกร่วมกันในการร่วมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการแลกเปลี่ยนแนวทางในการร่วมสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม

2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง

2.3.1 แนวคิดวัฒนธรรมองค์กร

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546) ได้นิยามความหมายวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นกฎเกณฑ์ที่ไม่เป็นทางการในหน่วยงาน ซึ่งพนักงานใหม่ต้องเรียนรู้เพื่อที่จะสามารถทำงานในหน่วยงานนั้นได้ หรือหมายถึงพฤติกรรมที่ปฏิบัติกันอย่างสม่ำเสมอ มีความรู้ความคิด ความเชื่อข้อสมมติพื้นฐาน (Basic Assumptions) และ/หรือค่านิยมที่มีอยู่ในจิตใจร่วมกันของคนจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ในองค์กรคนกลุ่มดังกล่าวใช้ระบบความรู้ความคิดร่วมกันเป็นแนวทางในการคิดตัดสินใจและทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

ในการบริหารจัดการองค์กร วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กร ผู้นำองค์กร ภาวะผู้นำองค์กร ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริหาร วิธีการบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างกันในแต่ละองค์กร คือวัฒนธรรมองค์กร แหล่งที่มาขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กร ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร กล่าวได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรที่สามารถขับเคลื่อนองค์กร และทำให้องค์กรนั้นไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ และทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ วัฒนธรรมเปรียบเสมือนกุญแจที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพ ความสำเร็จขององค์กร และกับการบริหารจัดการองค์กร

การบริหารจัดการองค์กรมีความสัมพันธ์กับกระบวนการจัดการต่างๆ วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์และโดดเด่นสามารถผลักดันและขับเคลื่อนให้องค์กรต่างๆ ประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ วัฒนธรรมองค์กร

เป็นสิ่งที่มองเห็นและมองไม่เห็น เป็นความเชื่อ ค่านิยม ความคิด ประเพณีการปฏิบัติ มีการส่งผ่านจากผู้ไปสู่ปฏิบัติ จากองค์กรสู่บุคคลรุ่นต่อรุ่น เป็นวัฒนธรรมทางกายภาพ หรือทางสังคม การบริหารจัดการองค์กรบางครั้งต้องอาศัยวัฒนธรรมขององค์กรในการที่แก้ไขสถานการณ์และวิกฤติต่างๆ นำไปสู่ความสำเร็จ อาทิ ระดับของวัฒนธรรมย่อย วัฒนธรรมหลัก แต่ละรูปแบบมีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมองค์กรก่อให้เกิดการผูกพัน (Involvement) และการมีส่วนร่วมในการทำงาน ทำให้องค์กรเกิดการปรับตัว (Adaptability) ที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน นอกจากนี้วัฒนธรรมองค์กรยังส่งผลให้เกิดการประพฤติปฏิบัติที่สม่ำเสมอ (Consistency) จึงทำให้เกิดการทำงานที่ประสานกันและสามารถคาดหมายพฤติกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ (Denison, 1990)

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี พบว่ามีนักวิชาการหลายท่านได้จำแนกรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรไว้หลากหลายรูปแบบ ดังนี้

Handy (1981) ได้ศึกษาและมีการจัดกลุ่มทางวัฒนธรรม โดยยึดจากพื้นฐานการทำงาน ซึ่งสามารถแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 4 แบบ ดังนี้

1) วัฒนธรรมที่เน้นบทบาท (Role Culture) มุ่งเน้นที่ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบที่กำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร มีโครงสร้างขององค์กรที่กำหนดไว้ชัดเจนตามลำดับขั้นทางการบริหารที่ลดหลั่นการไปมีกฎระเบียบข้อบังคับในกระบวนการปฏิบัติต่างๆ ที่ชัดเจนทั้งองค์กร

2) วัฒนธรรมที่เน้นบทบาทเฉพาะบุคคล (Existential Culture) มีการกำหนดกฎเกณฑ์ของตัวเอง เพราะแต่ละคนมีความเป็นอิสระสูง เพราะมีความรู้และความสามารถที่หลากหลาย องค์กรมีหน้าที่กำกับและให้ความช่วยเหลือ

3) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นงาน (Task Culture) องค์กรที่เน้นการทำงานเป็นทีม โดยสนับสนุนให้คนในองค์กรมีการใช้ความรู้และความสามารถอย่างเต็มที่และพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ไม่ยึดติดกับโครงสร้างองค์กร มีการสร้างทีมเพื่อนำความรู้ความสามารถของคนที่หลากหลายมารวมเข้าด้วยกัน

4) วัฒนธรรมที่เน้นการเป็นผู้นำ (Leader Culture) เป็นองค์กรที่ผู้นำมีความสามารถในการนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ผู้นำสามารถตัดสินใจ ตลอดจนกำหนดนโยบายแนวทางและแผนงานไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ มีระบบความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น

Cooke (1989, pp.16-23) ได้กล่าวถึงลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลในองค์กรที่มีการรับรู้ยึดถือและประพฤติปฏิบัติบรรทัดฐานในการทำงาน การปฏิบัติตัวในองค์กร โดยแบ่งวัฒนธรรมองค์กรเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1) ลักษณะสร้างสรรค์ (Constructive Styles) หมายถึง องค์กรที่ให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงานโดยมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กรคือความต้องการความสำเร็จความต้องการไม่ตรีสัมพันธ์รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันและมีลักษณะการทำงานที่ส่งผลให้บุคลากรในองค์กรประสบความสำเร็จกับการทำงานซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติคือ

1.1 มิติเน้นความสำเร็จ (Achievement) คือ องค์กรที่มีภาพรวมในลักษณะการทำงานที่ดีมีค่านิยมและพฤติกรรมการทำงานของคนในองค์กรที่มีลักษณะของการมีเป้าหมายของการทำงานร่วมกันมีเหตุผลและหลักการเป็นแนวทางแผนที่มีประสิทธิภาพมีความกระตือรือร้นมีความสุขกับงานรู้สึกว่าการที่ทำงานมีความสำคัญและท้าทาย

1.2 มิติเน้นสัจการแห่งตน (Self-actualizing) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมที่แสดงออกในทางสร้างสรรค์เน้นความต้องการของบุคคลในองค์กรตามความนึกคิดและคาดหวังเป้าหมายของการทำงานอยู่ที่คุณภาพมากกว่าปริมาณงานที่ได้รับรวมทั้งความสำเร็จของงานมาพร้อมๆ กันกับความก้าวหน้าของพนักงานทุกคนทุกคนมีความภูมิใจในงานของตน

1.3 มิติเน้นไม่ตรีสัมพันธ์ (Affiliation) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมที่แสดงออกมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทุกคนในองค์กรมีความเป็นกันเองเปิดเผยและมีความรู้สึกของเพื่อนร่วมงานหรือทีมการแสดงออกของพนักงานในองค์กรจะเน้นการทำงานในลักษณะให้ความอบอุ่นให้การยอมรับซึ่งกันและกันมีการแบ่งปันและเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกัน

1.4 มิติเน้นบุคคลและการกระทำ (Humanistic-encouraging) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการทำงานโดยมีการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และมุ่งเน้นบุคคลเป็นศูนย์กลางให้ความสำคัญกับพนักงานถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กรการทำงานมีลักษณะการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทำให้พนักงานมีความสุข และภูมิใจในการทำงานและได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าจากการทำงานสม่ำเสมอ

2) ลักษณะตั้งรับ-เฉื่อยชา (Passive/Defensive Styles) หมายถึง องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมที่แสดงออกที่มุ่งเน้นความต้องการความมั่นคงของพนักงาน และมีผู้นำที่เน้นบุคคลคล้อยตามความคิดเห็นของผู้บริหารยึดถือกฎระเบียบแบบแผนพึ่งพาผู้บริหารและพยายามหลีกเลี่ยงการกระทำที่ต้องรับผิดชอบรับการมอบหมายงานจากผู้บริหารเน้นถึงความสัมพันธ์กับบุคคล

ในลักษณะปกป้องตนเอง และตั้งรับเพราะเป็นแนวทางที่ทำให้มั่นคงปลอดภัยและก้าวหน้าในหน้าที่การงานซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติคือ

2.1 มิติเน้นการเห็นพ้องด้วย (Approval) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่บุคคลให้การยอมรับซึ่งกันและกันหลีกเลี่ยงการขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นพฤติกรรมที่ถูกต้องในองค์กรคือพยายามเห็นด้วยและคล้อยตามความคิดเห็นการปฏิบัติตัวเหมือนกับบุคคลส่วนใหญ่ในองค์กรลักษณะคล้อยตามเป็นสิ่งที่พนักงานในองค์กรพึงพอใจ

2.2 มิติเน้นการพึ่งพา (Dependent) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกถึงสายการบังคับบัญชาศูนย์รวมการบริหารจัดการการตัดสินใจอยู่ที่ผู้บริหารหรือผู้นำกลุ่มซึ่งทุกคนต้องปฏิบัติตามการตัดสินใจนั้นและทุกคนเชื่อว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้องทุกคนไม่สนใจคุณภาพของงานหรือลักษณะงานที่ทำทลายไม่ทราบจุดมุ่งหมายการทำงานของตนเองและขององค์กรมุ่งการปกป้องตนเองโดยการปฏิบัติตามผู้บริหาร

2.3 มิติเน้นกฎระเบียบ (Conventional) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกลักษณะอนุรักษ์นิยมรักษาระเพณีแบบแผนการปฏิบัติงานมีการควบคุมด้วยระบบราชการคนในองค์กรต้องทำตามกฎระเบียบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด

2.4 มิติเน้นการหลีกเลี่ยง (Avoidance) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่เน้นการลงโทษเมื่อทำงานผิดพลาดแต่เมื่อทำงานประสบความสำเร็จกลับไม่ได้รับรางวัลอะไรทำให้พนักงานเกิดความรับผิชอบให้กับผู้อื่นและหลีกเลี่ยงการกระทำต่างๆที่อาจก่อให้เกิดความผิดพลาดในการทำงานและถูกตำหนิพนักงานทุกคนจะรู้สึกผิดตำหนิตัวเองและรู้สึกว่าตนเองไม่มีคุณค่าเมื่อทำงานผิดพลาดทุกคนหลีกเลี่ยงการทำงานหรือการปฏิบัติตัวที่ก่อให้เกิดการขัดแย้งและความผิดต่างๆพยายามหลีกเลี่ยงไปให้ผู้อื่นรวมงาน

3) ลักษณะตั้งรับ-ก้าวร้าว (Aggressive/Defensive Styles) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกลักษณะมุ่งเน้นงานและเน้นความต้องการด้านความมั่นคงของพนักงานลักษณะการทำงานแบบมุ่งเน้นอำนาจเห็นตรงกันข้ามการแข่งขันและการทำงานแบบสมบูรณแบบซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติคือ

3.1 มิติเน้นการเห็นตรงกันข้าม (Oppositional) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของการเผชิญหน้าเป็นอย่างมากโดยมีค่านิยมการบริหารที่เน้นการเจรจาต่อรองพนักงานรู้สึกว่ามิคุณค่าได้แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าขาดการวางแผนล่วงหน้าการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าก่อให้เกิดความขัดแย้งกับบุคคลอื่นในองค์กรอยู่เสมอ พนักงานจะแสดงถึงความขัดแย้งในลักษณะไม่ไว้วางใจบุคคลอื่นและการแสดงอาการตำหนิและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงหรือต่อต้านความคิดเห็นของผู้อื่นอยู่เสมอ

3.2 มิติเน้นการแข่งขัน (Competitive) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรม การแสดงออกของการแข่งขันที่ต้องการผลแพ้ชนะพนักงานต้องการชนะและดีกว่าผู้อื่นทุกคนมุ่งมั่น เพื่อรักษาความรู้สึกการมีคุณค่าของตนเองจากการแบ่งระดับในที่ทำงานและวัดผลสำเร็จที่การทำงานที่มีการแข่งขันและมีความเชื่อว่าการทำงานต้องมีการแข่งขันจึงจะประสบความสำเร็จ

3.3 มิติเน้นอำนาจ (Power) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมแสดงออกที่มีโครงสร้างการบริหารแบบไม่มีส่วนร่วมโดยมีพื้นฐานแบบเน้นอำนาจหน้าที่และบทบาทของแต่ละคนอยู่ที่ตำแหน่งที่ควรดำรงอยู่รางวัลที่ได้รับจากองค์กรคือการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งได้ควบคุมพนักงานที่มีระดับต่ำกว่าทุกคนมีความต้องการที่จะได้ตำแหน่งที่สูงขึ้นและต้องการอำนาจเพื่อบำรุงรักษาความรู้สึกที่มั่นคงโดยการมุ่งมั่นที่ผลงานโดยการใช้อำนาจหน้าที่

3.4 มิติเน้นความสมบูรณ์แบบ (Perfectionist) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรม การแสดงออกลักษณะเน้นความเป็นระเบียบการทำงานอย่างหนักและยึดมั่นในระบบการทำงาน

นอกจากนี้ Denison (1990, pp. 347-372) ได้เสนอแนวคิดการแบ่งวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ผลกระทบต่อการทำงานในทางธุรกิจโดยอาศัยความยืดหยุ่นและความมั่นคงกับการมุ่งมั่นที่ภายใน ดังนี้

1) การมีส่วนร่วม (Involvement) สมาชิกในองค์กรจะรู้สึกได้ถึงความเป็นเจ้าขององค์กรเนื่องจากได้รับอำนาจให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการบริหารงานอย่างเต็มที่ (Empowerment) และลักษณะการทำงานที่มุ่งมั่นทีมงาน (Team Orientation) ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ (Capability Development) ของพนักงาน

2) ความสอดคล้องกัน (Consistency) ของสมาชิกในองค์กรทำให้การทำงานบรรลุเป้าหมายได้ดีเนื่องจากพนักงานมีการยอมรับในค่านิยมหลัก (Core Value) ร่วมกันซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้วยการร่วมคาดหวังในสิ่งที่ตรงกันทำให้เกิดความเห็นพ้องต้องกัน (Agreement) ได้ง่ายขึ้นสามารถหาข้อสรุปในประเด็นที่ต้องมีการวิพากษ์วิจารณ์ร่วมกันส่งผลให้มีการทำงานร่วมกัน (Coordination and integration) จนงานเสร็จสิ้น

3) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) เป็นการมุ่งตอบสนองสิ่งแวดล้อมภายนอก องค์กรการปรับตัวได้นั้นคือการสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลง (Creating Change) โดยการวางแผนหลังจากที่อ่านและสามารถทำนายแนวโน้มของธุรกิจในอนาคตได้และต้องมุ่งมั่นไปที่ลูกค้า (Customer Focus) โดยการตอบสนองที่รวดเร็วซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้น องค์กรต้องมีการเรียนรู้คือการสะสมความรู้และพัฒนาความสามารถให้มากขึ้นเพื่อที่จะรับและแปลความหมายจากสัญญาณที่ส่งมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้น

4) การมุ่งเน้นที่พันธกิจ (Mission) เมื่อองค์กรตั้งมั่นในพันธกิจนั้นหมายถึงทุกคนในองค์กรต้องร่วมรับรู้ในพันธกิจ และสามารถเข้าใจถึงทิศทางของกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ในพันธกิจ (Strategic Direction and Intent) เมื่อทุกคนสามารถก้าวตามกลยุทธ์ก็สามารถมุ่งไปยังเป้าหมาย (Goal) และวัตถุประสงค์ (Objective) ที่สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร

ทั้งนี้ Denison (1990) ได้ใช้วัฒนธรรมองค์กรทั้ง 4 รูปแบบ ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับมาตรวัดประสิทธิผลขององค์กรซึ่งมีตัวชี้วัดที่เป็นผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งในด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินเช่นผลประกอบการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ส่วนแบ่งทางการตลาด ความพึงพอใจของพนักงาน จากผลการศึกษาพบว่าวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 4 รูปแบบมีความสัมพันธ์กับมาตรวัดประสิทธิผลขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งนั่นองค์กรที่มีประสิทธิผลมีแนวโน้มที่จำเป็นต้องมีวัฒนธรรมที่มีทั้งความสามารถในการปรับตัวมีความสอดคล้องกันและการมีส่วนร่วมด้วย

นอกจากนี้ Ivancevich et al. (2011) ได้ศึกษาถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรขององค์กรชั้นนำ พบว่า ผู้บริหารและองค์กร เชื่อว่า สามารถสร้างวัฒนธรรมผลผลิต (Productive Culture) ได้โดยสร้างวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer-service Culture) วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture) และวัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture) จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรตามแนวคิดของ Ivancevich และคณะ (2011) นั้น ได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมจริยธรรม (Ethical Culture) เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจที่มีความยั่งยืนนั้น นั่นก็คือการที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (สุขสรรค์ กันตะบุตร, วิชิตา รักธรรม, ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, กฤติณี ณัฏฐวุฒินันท์, พรเกษม กันตมระ และชัชวาลย์ เขียวกุล, 2553) โดยวัฒนธรรมจริยธรรม หรือ วัฒนธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นแนวคิดและการปฏิบัติที่ได้รับการปฏิบัติกันอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ ทั้งในองค์กรขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ และองค์กรข้ามชาติ โดยองค์กรที่มีความเข้าใจสังคม และไม่ได้หวังแต่ผลกำไรขององค์กรเพียงอย่างเดียว จะมีลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างเรียกว่า วัฒนธรรมรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะเป็สิ่งที่กำหนดแนวทางความประพฤติและพฤติกรรมทั้งหลายของสมาชิกในองค์กรให้มีสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม จะยึดมั่นในปรัชญาต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) โดยความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีหลายความหมาย ได้แก่ World Business Council for Sustainable Development กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจว่าเป็นความมุ่งมั่นหรือพันธสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมี

จริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) และสถาบันไทยพัฒน์ (2555) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กรและในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร โดยทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข การที่องค์กรประสงค์ที่จะมีความชอบธรรมทางสังคม (Social Legitimacy) ถือเป็นภาระหน้าที่สำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่จะต้องมีเป้าหมายมุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกลึกใ้้องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรับผิดชอบต่อบุคลากรภายในองค์กรและผลกระทบจากการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่จะไปมีผลต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ลูกจ้างและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร เช่น การพัฒนาค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงาน การพัฒนาจิตสำนึกรับผิดชอบต่อการทำงานของตนเอง การพัฒนาจิตสำนึกและการมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อลูกจ้าง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (สมบัติ กุสุมาวดี, 2553)

ดังนั้นจากแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ทางผู้วิจัยจึงยึดหลักแนวคิดของสามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นวัฒนธรรมที่ให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรสนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และปฏิบัติงานโดยยึดมั่นในความถูกต้องทางศีลธรรม จรรยาบรรณ และหลักธรรมมาภิบาล ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรของ Ivancevich et al. (2011) เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer-service Culture) วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture) และวัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture) มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

2.3.2 แนวคิดภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง

การศึกษาภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย Bass (1985) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้ที่สร้างความคาดหวัง ความต้องการ และจิตสำนึกของผู้ตาม อีกทั้งกระตุ้นให้ผู้ตามมองเห็นสิ่งต่างๆ อย่างรอบด้าน และเชื่อมโยงกัน เพื่อให้ผู้ตามเห็นถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน นอกจากนี้ผู้นำยังให้ความสำคัญในความสามารถและความเป็นอยู่ของผู้ตามด้วย ส่วน Mushinsky (2006) ให้ความหมายไว้ว่าเป็น

กระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและสมมุติฐานของสมาชิกในองค์กรและสร้างความผูกพันในการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กร โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับอิทธิพลของผู้นำที่มีต่อผู้ตาม แต่ผลกระทบของอิทธิพลนั้นเป็นการให้อำนาจแก่ผู้ตามให้กลายมาเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาองค์กร

ภาวะผู้นำนั้นถือว่าเป็นแนวคิดที่มีนักวิชาการให้การศึกษาและวิจัยกันมาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำเป็นจำนวนมากโดยสามารถจำแนกออกเป็นแนวทางในการศึกษาหลักได้ 3 แนวทาง คือ 1) แนวทางคุณลักษณะ แนวทางนี้เน้นการหาคุณลักษณะทั่วไปของผู้นำ เพื่อเปรียบเทียบกับบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำ 2) แนวทางพฤติกรรมนิยม แนวทางนี้จำแนกประเภทผู้นำจากพฤติกรรมที่แสดงออกมา และ 3) แนวทางสถานการณ์ ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของภาวะผู้นำกับลักษณะของสถานการณ์ นอกจากแนวทางการศึกษาเรื่องภาวะผู้นำทั้ง 3 แนวทางหลักแล้ว ในการศึกษาภาวะผู้นำในยุคปัจจุบันได้ขยายออกไปสู่การศึกษาที่เน้นภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ซึ่งเป็นการใช้ภาวะผู้นำเพื่อเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในการปฏิบัติงานขององค์กรให้เอื้ออำนวยต่อการบรรลุประสิทธิผลยิ่งขึ้น (พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต, 2552) โดย Burns (1978) ได้อธิบายเกี่ยวกับภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงว่า “เป็นกระบวนการที่ผู้นำและผู้ตามต่างช่วยกันยกระดับของคุณธรรม และแรงจูงใจของกันและกันให้สูงขึ้น” (สุเทพ พงศ์ศิริวัฒน์, 2550) ส่วน Bass (1985) เป็นนักวิชาการอีกท่านหนึ่งที่ได้เสนอแนวคิดภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดของ Burns (1978) ซึ่ง Bass (1985) ได้แบ่งพฤติกรรมผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงออก 4 องค์ประกอบดังนี้

1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่แสดงบทบาทในการเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ตาม เมื่อผู้ตามรับพฤติกรรมดังกล่าวของผู้นำ ก็จะทำให้ผู้ตามเกิดการลอกเลียนแบบพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่ดีเหล่านั้น ซึ่งโดยปกติพฤติกรรมของผู้นำจะเป็นพฤติกรรมที่มีมาตรฐานทางศีลธรรมและจริยธรรมสูง จนเกิดการยอมรับว่าพฤติกรรมเหล่านั้นว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องงดงาม ดังนั้นจึงได้รับการยอมรับนับถือจากผู้ตาม รวมทั้งได้รับความไว้วางใจอย่างสูงด้วยเช่นกัน ทำให้ผู้นำสามารถทำให้ผู้ตามปฏิบัติงานตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายพันธกิจขององค์กรได้ (Bass & Avolio, 1994)

2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้นำมีการแสดงออกด้วยการสื่อสารให้ผู้ตามรับรู้ถึงวิสัยทัศน์พันธกิจ และความคาดหวังที่สูงของผู้นำที่มีต่อผู้ตาม ด้วยการสร้างแรงบันดาลใจและจูงใจให้ผู้ตามยึดมั่นและร่วมสานฝันต่อวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งในทางปฏิบัติผู้นำจะใช้สัญลักษณ์และการกระตุ้นทางอารมณ์ให้กลุ่มทำงานร่วมกันเพื่อนำไปสู่

เป้าหมายของกลุ่มมากกว่าทำเพื่อประโยชน์เฉพาะตน พฤติกรรมของผู้นำถือได้ว่าเป็นผู้ส่งเสริมน้ำใจแห่งการทำงานเป็นทีม ผู้นำจะจูงใจและสร้างจิตสำนึกให้ผู้ตามทำงานบรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้

3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้นำกระตุ้นให้ผู้ตามริเริ่มในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ โดยผู้นำใช้วิธีการฝึกคิดทบทวนกระแสดความเชื่อและค่านิยมแบบเดิมของผู้ตาม ผู้นำจะสร้างความรู้สึกลึกซึ้งที่ท้าทายให้กับผู้ตาม และให้การสนับสนุนส่งเสริมแก่ผู้ตามในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ตามสามารถแก้ปัญหาได้สำเร็จด้วยตนเอง

4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) หมายถึง พฤติกรรมของผู้ที่เข้าใจความแตกต่างของผู้ตามทั้งในเรื่องความต้องการและความสามารถที่แตกต่างกันของแต่ละคน โดยผู้นำจะมีพฤติกรรมที่เป็นห่วงกังวลต่อสวัสดิภาพและการพัฒนาของลูกน้อง ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี รับฟังอย่างเอาใจใส่ต่อความต้องการของผู้ตามและพยายามตอบสนองต่อความต้องการของผู้ตามแต่ละคน โดยผู้นำจะแสดงบทบาทเป็นพี่เลี้ยงและที่ปรึกษาคอยให้ความช่วยเหลือ

Bennis & Nanus (1985) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้นำและผู้บริหารระดับสูงทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่มีคุณลักษณะชอบการริเริ่มสร้างสรรค์และมีพลวัตอยู่เสมอ โดยผลสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมร่วมของภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การพัฒนาวิสัยทัศน์ (Developing a Vision) การพัฒนาความผูกพันและความไว้วางใจ (Developing Commitment and Trust) และการส่งเสริมการเรียนรู้ภายในองค์กร (Facilitating Organization Learning) ส่วนงานวิจัยของ Tichy & Devanna (1986) ได้ศึกษาผู้นำของผู้บริหารระดับสูงของบริษัทขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกา แล้วมาทำการวิเคราะห์เพื่อหารูปแบบกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างที่ผู้นำดำเนินการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์บริษัทขึ้นมาใหม่ มีการหาพฤติกรรมต่างๆ ที่ผู้นำใช้ในการสนับสนุนให้เกิดกระบวนการดังกล่าว พร้อมทั้งหาคุณลักษณะ และคุณสมบัติที่เป็นทักษะของผู้นำเหล่านี้ในฐานะที่เป็นผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง โดยรูปแบบกระบวนการที่ค้นพบประกอบด้วย 3 ระยะตามลำดับ ได้แก่ การยอมรับในความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Recognizing the Need for Revitalization) การสร้างวิสัยทัศน์ใหม่ (Creating a New Vision) และการดำเนินการเปลี่ยนแปลงในองค์กร (Institutionalizing Change) นอกจากนี้ในการศึกษาวิเคราะห์ผลงานวิจัยของนักวิชาการต่างๆ ของ Podsakoff et al. (1990 อ้างถึงใน สุเทพ พงศ์ศิริวัฒน์, 2550) ได้สรุปว่า ผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงมีพฤติกรรมหลักที่สำคัญอย่างน้อยที่สุด 6 ประการดังนี้

1) การกำหนดและให้ความชัดเจนด้านวิสัยทัศน์ ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำที่มีจุดมุ่งหมายในการระบุโอกาสใหม่ๆ ขององค์กร พร้อมกับพัฒนาสร้างความชัดเจน และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตามเกิดความผูกพันต่อวิสัยทัศน์ในอนาคตของผู้นำ

2) การแสดงแบบอย่างของพฤติกรรมที่เหมาะสมกับผู้ตาม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำในการแสดงแบบอย่างของการประพฤติปฏิบัติเพื่อให้ผู้ตามเอาเป็นต้นแบบในการปฏิบัติตาม เพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมและหลักการของผู้นำ

3) การกระตุ้นให้เกิดการยอมรับเป้าหมายรวมของกลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อร่วมกันทำงานจนบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

4) กำหนดความคาดหวังต่อผลงานสูง ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำที่แสดงออกในการคาดหวังความเป็นเลิศของผลงานในแง่ที่ผู้ตามมีผลงานที่มีคุณภาพหรือผลงานสูง

5) ให้การสนับสนุนผู้ตามเป็นรายบุคคล ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นว่าได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนให้การนับถือต่อผู้ตาม โดยมีความเอื้ออาทรต่อความรู้สึกและของผู้ตามแต่ละคน

6) มีการกระตุ้นทางปัญญา ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้นำสร้างความท้าทายและกระตุ้นผู้ตามให้มองปัญหาและงานเดิม ด้วยมุมมอง และวิธีการใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดพิจารณาเชิงวิเคราะห์ให้ผู้ตามเปลี่ยนกระบวนทัศน์ที่เหมาะสม นอกจากงานวิจัยในต่างประเทศดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในประเทศไทยยังมีนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง เช่น งานวิจัยของรัตติกรณ์ จงวิศาล (2551) ได้ศึกษาวิจัยภาวะผู้นำจากกลุ่มผู้บริหารที่เป็นคนไทย ในกลุ่มธุรกิจ SME จากทุกภูมิภาคของประเทศ ผลการศึกษานำมาเสนอเป็นแนวคิดภาวะผู้นำ 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1) การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่ส่งเสริมให้ผู้ตามเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร พัฒนาตนเอง และมีส่วนร่วมในการทำงาน อีกทั้งผู้นำทำหน้าที่เป็นผู้จุดประกายความคิดให้ผู้ตาม เปิดโอกาสให้ผู้ตามได้แสดงความสามารถของตน สร้างแรงบันดาลใจให้ทีมงาน และมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับบุคคล

2) การให้ความใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่แสดงออกในการรักษาน้ำใจผู้ตามและพยายามทำให้ผู้ตามมีความสุข มีความเมตตากรุณา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความเป็นกันเองกับผู้ตาม และให้อภัยผู้อื่นที่ผิดพลาด

3) การมีศีลธรรมจรรยาบรรณในการประกอบการ หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่มีความพิถีพิถันเอาใจใส่กับงาน หรือคุณภาพสินค้าและบริการ รักษาคำพูด ยึดมั่นในศีลธรรมจรรยาบรรณ ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้ และมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อผู้อื่น

4) ความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่แสดงออกถึงการมีวิสัยทัศน์ รอบรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มองการณ์ไกล และมีความคิดเชิงกลยุทธ์

5) การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่ยึดติดกับบรรณานุกรมปลูกฝังและสนับสนุนสมาชิกในองค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งคืนประโยชน์ให้สังคม ปลูกฝังจริยธรรมให้กับผู้ตาม และส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ตามแนวคิดของ Bass (1985) โดยจำแนกภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

2.4 แนวคิดการตลาดสีเขียว

การตลาดสีเขียว มีนักวิชาการและผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

Mintu & Lozada (1993); Peattie (1995); Grant (1999) กล่าวว่า การตลาดสีเขียวเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้เกิดการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น เป็นการจัดการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสังคมเพื่อความยั่งยืน

Prakash (2002) กล่าวว่า การตลาดสีเขียวคือการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้มีความสัมพันธ์กับการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม

Grundey & Zaharia (2008) กล่าวว่า การตลาดสีเขียวคือการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recyclable) หรือเติมเพื่อใช้ใหม่ได้ (Refillable)

Kotler & Armstrong (2008) กล่าวว่า การตลาดสีเขียวคือการนำส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์เข้ากับการอนุรักษ์ด้านสิ่งแวดล้อมสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (2011) กล่าวว่า การตลาดสีเขียวคือการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงการมีบรรจุภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

Yenipazarli (2012) กล่าวว่า การตลาดสีเขียวประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องประกอบด้วย การปรับส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นสีเขียว ภาครัฐให้การสนับสนุนและองค์กรต่างๆเกิดความตระหนักในเรื่องของการตลาดสีเขียว รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคสีเขียวที่เริ่มมีจำนวนมากขึ้น

KonticIvan (2014) กล่าวว่า นอกจากส่วนประสมทางการตลาดสีเขียวแล้วยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการตลาดสีเขียว ได้แก่ การมีส่วนร่วมของคนในองค์กร นโยบายจากรัฐบาล

และยังรวมไปถึงคู่แข่งที่ได้ทำการตลาดสีเขียวไปก่อนหน้านี้แล้วกดดันให้องค์กรของเราต้องทำการตลาดสีเขียว

จากข้อมูลดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า แนวคิดการตลาดสีเขียว หมายถึง การที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าออกมาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเริ่มจากการสรรหาแหล่งผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การปรับส่วนประสมทางการตลาดใหม่ให้เป็นส่วนประสมการตลาดสีเขียวตลอดจนวิธีการกำจัดขยะของเหลือใช้ รวมถึงการสร้างที่น่าเชื่อถือและความเข้าใจอันดีกับสังคมโดยการมีส่วนร่วมของคนที่เกี่ยวข้อง จนกระทั่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและมีพฤติกรรม การบริโภคสีเขียวในที่สุด

2.4.1 การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นสีเขียว

การตลาดทั่วไปจะมีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ได้แก่ 1) Product คือตัวผลิตภัณฑ์ 2) Price คือราคาของผลิตภัณฑ์ 3) Place คือช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า 4) Promotion คือการส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสารทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดจะใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการและเกิดคุณค่าสูงสุด โดย Kotler & Armstrong (2008); Prakash (2002) และ Yenipazarli (2012) ได้กล่าวไว้ตรงกันว่า การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นการตลาดสีเขียวต้องเริ่มจาก ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องปรับกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอนไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการจัดการของเสียที่เกิดจากการผลิต สามารถย่อยสลายง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเช่นถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ง่ายผลิตภัณฑ์ซักล้างที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ น้ำมันไร้สารตะกั่วเครื่องใช้ไฟฟ้าประหยัดพลังงาน เป็นต้น ซึ่งเรียกว่าผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) ด้านราคา (Price) ทำให้เกิดอรรถประโยชน์หรือคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อมจนกระทั่งนำไปสู่การตั้งราคา ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายแพงให้กับต้นทุนการผลิตและคุณค่าที่เพิ่มขึ้น ด้านการจัดจำหน่าย (Place) การกระจายสินค้าให้ไปถึงมือผู้บริโภคต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด เช่น เลือกใช้รถขนส่งที่ประหยัดพลังงาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์การขนส่งใหม่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดการใช้พลังงานและประหยัดต้นทุน เป็นต้นและด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดสีเขียวไปยังผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเกิดความตระหนักอย่างจริงจังในเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวในที่สุด ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นส่วนหนึ่งในการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดแบบเดิมให้เป็นส่วนประสมทางการตลาดสีเขียว ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรสามารถที่จะทำได้ เพียงแต่มีความ

มุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำก็สามารถนำองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรสีเขียวได้ การปรับ 4P's ในแต่ละตัวนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเห็นหรือนโยบายขององค์กรที่จะตกลงทำความเข้าใจกันและออกเป็นนโยบายให้ทุกคนนำไปปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ในการนำพาองค์กรสู่องค์กรสีเขียวนั้น

คณัฏ จันทร์เจ้านาย (2558) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าการที่จะเป็นองค์กรสีเขียว ที่สร้างคุณค่าให้กับสังคมนั้น มีลักษณะขององค์ประกอบ ดังนี้

การเกิดการตลาดสีเขียวมาจากบุคคล (People) โดยผู้บริหารกำหนดนโยบายการตลาดสีเขียว และกระตุ้นบุคลากรในองค์กรให้ความร่วมมือโดยให้ความรักความเอาใจใส่ดูแลพนักงานเหมือนพี่เหมือนน้อง จูงใจให้ปฏิบัติตามนโยบายของผู้บริหารและถ่ายทอดไปยังผู้บริโภค

การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า (Planet) ไม่ใช้อย่างฟุ่มเฟือยโดยร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ลูกหลานของเราได้มีทรัพยากรใช้ต่อไปในอนาคต

การคืนกำไรสู่บุคลากรและสังคม (Profit) โดยนำกำไรที่ได้จากการประกอบธุรกิจกลับมาดูแลคนในองค์กร เช่น โบนัส สวัสดิการ ฯลฯ และตอบแทนกลับคืนสู่สังคมด้วยการแบ่งปันในรูปแบบต่างๆ เช่น ทุนการศึกษา ช่วยเหลือผู้ที่ประสบภัยธรรมชาติใช้ในกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การสร้างความสำเร็จเพื่อให้เกิดการตลาดสีเขียวร่วมกัน (Passion) ทั้งผู้บริหาร บุคลากร ลูกค้าและคนในสังคมจะต้องปลูกฝังความเชื่อและทัศนคติของคนให้เกิดความศรัทธาต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติว่าจะเกิดผลที่ดีต่อสังคมและโลกในอนาคต

สรุปว่าการนำพาองค์กรสู่ความเป็นองค์กรสีเขียวขึ้นต้องเกิดจากคน (People) โดยผู้บริหารและถ่ายทอดลงสู่พนักงาน สังคม และลูกค้า ด้วยการสร้างความศรัทธา (Passion) ให้เชื่อว่าการตลาดสีเขียวจะนำมาซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดี กระตุ้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Planet) อันจะนำมาซึ่งผลกำไร (Profit) และนำผลกำไรนั้นตอบแทนกลับคืนสู่พนักงานและสังคม อันจะทำให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจและสังคมต่อไป

2.4.2 ตัวอย่างองค์กรธุรกิจที่นำแนวคิดการตลาดสีเขียวไปใช้

องค์กรที่นำแนวคิดการตลาดสีเขียวมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน มีดังนี้

1) โคคาโคลาและสตาร์บัคส์ ได้ใช้กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์สีเขียวโดยลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกให้เปลี่ยนมาใช้ขวดแก้ว หรือกระดาษแทน (สันทนา อมรไชย, 2552)

2) พีแอนด์จี ได้ใช้วิธีการเพิ่มส่วนผสมในน้ำยาซักผ้าให้เข้มข้นขึ้นจะได้ใช้ได้นานและไม่สิ้นเปลืองบรรจุภัณฑ์ บอดีซื้อปัสเกตว่าผู้หญิงแต่ละคนใช้เครื่องสำอางกันหลายชิ้นทำให้ปริมาณขยะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงเกิดความคิดให้ลูกค้านำบรรจุภัณฑ์เดิมมาแลกซื้อสินค้าใหม่เพื่อช่วยลดขยะ (คนัย จันทรเจ้าฉาย, 2558)

3) เอสแอนด์พี ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร ได้เกิดแนวคิดทำขยะให้เป็นศูนย์โดยนำขยะทุกอย่างมารีไซเคิล (กรมควบคุมมลพิษ, 2551)

4) โตชิบาฟิลิปส์และพานาโซนิค ได้ใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สีเขียวโดยผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าสีเขียวที่ช่วยประหยัดพลังงานและมีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น

5) เทสโก้โลตัส เน้นการรณรงค์ให้ลูกค้านำถุงมาจากบ้านเพื่อมาใส่สินค้า เรียกว่า “โครงการกรีนแบคกรีนพอยท์” และยังสนับสนุนให้ผู้ผลิตนำผลิตภัณฑ์สีเขียวมาจำหน่ายในห้าง เทสโก้โลตัสอีกด้วย

6) เซเว่นอีเลฟเว่น มีร้านต้นแบบประหยัดพลังงานที่สถาบันปัญญากิจวัตน์เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานของแต่ละสาขาและแก้ปัญหาลดโลกร้อน

7) กลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์หลายราย อาทิ โตโยต้า นิสสัน ชูซูกิ ได้ออกผลิตภัณฑ์ที่เป็นรถยนต์ไฮบริดและรถยนต์อีโคคาร์ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก (พารณ อิศรเสนา ณ อยุธยา, 2553)

8) บริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทย (เอสซีจี) และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) เน้นการปลูกป่าลดโลกร้อนและสร้างฝายเก็บน้ำเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พรรณี อังสุสิงห์, 2553)

9) โรงพยาบาล ได้มีการดำเนินการให้เป็นโรงพยาบาลสีเขียวเช่น โรงพยาบาลปทุมธานี และโรงพยาบาลกลางโดยการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสนับสนุนให้นำผลิตภัณฑ์สีเขียวมาจำหน่ายเป็นตลาดนัดสีเขียวในสำนักงานต่างๆก็มีการรณรงค์กันที่เรียกว่า สำนักงานสีเขียวโดยการใช้กระดาษที่ใช้แล้วแต่อีกด้านหนึ่งยังใช้ได้มาใช้ใหม่ สร้างอุปนิสัยให้กับพนักงานประหยัดน้ำประหยัดไฟฟ้าในสำนักงาน เป็นต้น

10) มหาวิทยาลัยสีเขียว ที่ทำให้เห็นเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ได้แก่มหาวิทยาลัยมหิดลและมหาวิทยาลัยหอการค้า (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2558)

11) กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ก็มีการให้ไปประกาศศัณยบัตรรับรองมาตรฐาน ISO 14001 สำหรับโรงงานที่มีการนำกลยุทธ์การตลาดสีเขียวมาใช้ในการดำเนินการและองค์กรเหล่านี้ก็จะดำเนินกิจกรรมตลาดสีเขียวต่อไปตามนโยบายขององค์กร

12) พี แอนด์ จี และบอดีซ็อป ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ส่วนเอสแอนด์พีนำขยะทุกอย่างมารีไซเคิล บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ายังคงผลิตสินค้าที่ประหยัดพลังงานและมีอายุการใช้งานที่นานขึ้น ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัสให้ลูกค้านำถุงมาจากบ้านเพื่อมาใส่สินค้าเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยดำเนินนโยบายด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผลิตน้ำมันเชื้อเพลิง และพลังงานทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

13) บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เริ่มเพิ่มการผลิตรถยนต์ประเภทอีโคคาร์และรถยนต์ไฮบริด ประหยัดน้ำมันและใช้พลังงานทดแทนจะเห็นได้ว่าองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ หันมาให้ความสนใจเรื่องของสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น โดยการนำแนวคิดด้านการตลาดสีเขียวมาประยุกต์ใช้อันจะทำให้สังคมและโลกน่าอยู่ขึ้น

14) โรงพยาบาลหรือส่วนราชการ จัดตลาดนัดสีเขียวเพื่อส่งเสริมให้นำสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาจำหน่ายและสร้างเป็นเครือข่ายการตลาดสีเขียว

สรุปว่า แนวคิดการตลาดสีเขียวเป็นแนวคิดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงเพราะผู้ผลิตจะปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นส่วนประสมทางการตลาดสีเขียว โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงการสร้างความร่วมมือจากบุคคลที่เกี่ยวข้องจนกระทั่งคนในชุมชนมีความเชื่อมั่นและเกิดพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในที่สุด

2.5 แนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในปัจจุบัน กระแสผลักดันเรื่องธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility-CSR) เข้าสู่สังคมไทย ภาคธุรกิจต้องทำความเข้าใจในหลักการ CSR และการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ในประเทศไทย ได้มีการแสดงความหมายของ CSR ออกเป็นสองทาง คือ 1. การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางสังคมและการบริหารองค์กร ของทั้งธุรกิจและองค์กรภาคประชาสังคมที่พึ่งพาอาศัยกันและกัน สามารถอยู่ร่วมกันได้ มีส่วนร่วมต่อกันเพื่อนำไปสู่การอยู่รอดของทั้งองค์กร และสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม หากเกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคม บนฐานของการทำงานที่มีความเข้าใจสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดีภายใต้การสนับสนุนจากภาคธุรกิจทั้งในด้านทรัพยากรและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในความสามารถเชิงการบริหารจัดการ การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ย่อมนำมาสู่การแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเพิ่มขึ้น (ปาริณา ประยุกต์วงศ์, 2552)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเป็นทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดการจัดการองค์การและแนวคิดจริยธรรมธุรกิจที่เน้นคุณธรรมและค่านิยมในการบริหารจัดการองค์การ ถูกเสนอครั้งแรกโดยอาร์เธอร์เอดเวิร์ดฟรีแมนในหนังสือการจัดการเชิงกลยุทธ์ หนังสือเล่มนี้ได้กล่าวถึงผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียจะทำให้เกิดผลประโยชน์กับทั้งบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ (Freeman, 1984) โดยทั่วไปผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับการแสวงหากำไร การสร้างความสามารถให้เหนือกว่าคู่แข่ง การลดต้นทุนให้ได้มากที่สุด แต่ปัจจัยผู้มีส่วนได้เสียถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ แนวคิด หรือแลกเปลี่ยนทรัพยากรที่มีประโยชน์ระหว่างกัน และทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ดีขึ้น รวมทั้งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการ (Freeman et al., 2010; Harrison et al., 2010) ผู้มีส่วนได้เสียแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ (1) ผู้มีส่วนได้เสียหลัก เช่น ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิตวัตถุดิบ พนักงาน และผู้ถือหุ้น (2) ผู้มีส่วนได้เสียรอง ได้แก่ รัฐบาล องค์กร ชุมชน สภาพแวดล้อม หรือนักเคลื่อนไหวต่างๆ (Freeman et al., 2010)

พัฒนาการของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ในหนังสือเรื่อง *The Functions of the Executive* ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้จัดการในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต่อมา Freeman (1984) สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัทซึ่งมีหลากหลายประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต องค์กรชุมชนในท้องถิ่น จึงกล่าวว่าผู้มีส่วนได้เสีย คือ กลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร สอดคล้องกับ Post et al. (2002) ให้นิยามผู้มีส่วนได้เสียคือบุคคลหรือกลุ่มซึ่งมีผลกระทบ หรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจขององค์กร นโยบาย และการปฏิบัติ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นการเสนอวิธีการใหม่ในการจัดระเบียบความคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่เดิมมุ่งเน้นการอยู่รอดและการประสบความสำเร็จขององค์กร บนหลักการความสามารถขององค์กรในการสร้างความมั่งคั่งให้คุณค่า หรือสร้างความพึงพอใจแก่เพียงถือหุ้น ไปสู่การพัฒนาแนวคิดว่าต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ร่วมด้วย (Clarkson, 1995; Foster & Jonker, 2005; Hawkins, 2006) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (Corporate Social Responsibility: CSR) สำหรับการสร้างให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในมุมมองของ Freeman (1984) กล่าวว่าเป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารที่ต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่หลากหลายซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัท ดังนั้นในมุมมองนี้ผู้จัดการหรือผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง (Do the Right Thing) นอกจากนี้ Waldman et al. (2006) ได้เห็นถึงความสำคัญของ

บทบาทผู้บริหาร จึงนำไปสู่การประยุกต์ใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์โดยใช้แนวคิดของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ในการดำเนินกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์ต่อการเกิดการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (Corporate Social Responsibility: CSR) และเชื่อมโยงถึงปัจจัยภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement) นอกจากนี้ Robert (1992) ยังได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ว่า ทฤษฎีนี้ในมุมมองของบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านั้นสามารถส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรืออาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท ภายใต้มุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทจะระดมกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่สุดและจะบริหารความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ของบริษัท ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายมีความสำคัญต่อบริษัทไม่เหมือนกันและส่งผลกระทบต่อบริษัทแตกต่างกัน บริษัทไม่สามารถจะตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่บริษัทเห็นว่ามีความสำคัญจะได้รับการตอบสนองความต้องการก่อนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น หนทางหนึ่งที่จะตอบสนองความต้องการได้คือการเปิดเผยข้อมูล เช่นบริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อจะบอกกล่าวถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มที่มีความสนใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมว่าการดำเนินงานของบริษัทนั้นคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมเสมอ (จอมขวัญ รัชตะวรรณ, 2549)

อนึ่ง ลูกค้า (Customer) ถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เช่น ลูกค้าต้องการสินค้าแบบไหน ระดับราคาเท่าไรที่ยอมรับได้ เทรนด์ของลูกค้า วัฒนธรรมความเป็นอยู่ ทั้งหมดนั้นจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง (Payne et al., 2009) นอกจากนี้การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่ มีความหลากหลาย เพราะลูกค้ามีหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีความต้องการที่ต่างกันไป (Ramaswami et al., 2009) ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดการถ่ายทอดประสบการณ์ รู้ถึงความต้องการ อุปสรรค และแนวทางที่จะอยู่ร่วมกันได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน รับฟังปัญหา อุปสรรค และความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะสามารถปรับปรุงการขายสินค้าและบริหารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น (Iglesias et al., 2013) ในประเด็นของพนักงาน (Employee) ถือเป็นผู้ที่นำเอกลักษณ์ คุณค่า และแบรนด์ของผู้ประกอบการไปยังลูกค้า (Jones & Kornum, 2013) การที่พนักงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิด

ความทรงจำที่ดี นอกจากนั้นพนักงานยังเป็นทรัพยากรที่มีค่า เพราะพนักงานแต่ละคนมีความรู้และประสบการณ์เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งความหลากหลายขององค์ความรู้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย การจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ถูกต้องและสามารถนำพากิจการให้มีความเข้มแข็งได้ (Andies & Czannitzki, 2014) นอกจากนี้ ผู้ผลิตสินค้า (Supplier) ถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ผู้ประกอบการทุกรายต้องให้ความสำคัญ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ผลิตสินค้าจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถประหยัดต้นทุน และทำให้ผู้ประกอบการได้ข้อมูลที่สำคัญในการขายสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น (Kim & Cavvsgil, 2013) นอกจากนี้ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ผลิตสินค้าส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมต่างๆ ทั้งในเรื่องรูปแบบการขายสินค้าหรือการบริการ รวมทั้งการทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตสินค้าจะส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดข้อมูลและองค์ความรู้ระหว่างกัน จะทำให้สองฝ่ายสามารถร่วมมือกันได้ (Takeishi, 2001) และ Molina et al. (2014) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ผลิตสินค้าจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพระหว่างกัน เกิดพันธมิตรทางการตลาดร่วมกัน เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน ซึ่งจะพัฒนาไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย ดังนั้นการให้ความสำคัญกับผู้ผลิตสินค้าสามารถสร้างประโยชน์มากมายต่อผู้ประกอบการ และจะดียิ่งขึ้นถ้าผู้ประกอบการสามารถเชิญผู้ผลิตสินค้าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายผู้ประกอบการเพราะจะทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ ในเครือข่ายสามารถเข้าถึงทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งสองฝ่ายสามารถที่จะพัฒนาวิสัยทัศน์ร่วมกัน กำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งในท้ายที่สุดแล้วจะทำให้เกิดความเข้มแข็งในเครือข่ายของผู้ประกอบการ ในขณะเดียวกัน การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียรองเช่น ภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจความเป็นจริงของสภาพแวดล้อมที่รายล้อมผู้ประกอบการทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง ชาติพันธุ์ รวมทั้งปัญหาของสิ่งแวดล้อมได้ดียิ่งขึ้น ความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่อย่างชาญฉลาด ด้วยการนำผู้มีส่วนได้เสียรองดังกล่าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายของผู้ประกอบการ หรือการที่ผู้ประกอบการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายต่างๆ ที่มีอยู่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (Doha, 2010) และ Oetzel & Yaziji (2010) ได้กล่าวว่า เมื่อผู้ประกอบการประสบปัญหาในการขายสินค้า หรือสินค้าไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ปัญหาดังกล่าวผ่านองค์กรต่างๆ ที่เป็นเครือข่ายในพื้นที่โดยเฉพาะองค์กร NGO ซึ่งองค์กรเหล่านี้มีข้อมูลและงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในหาทางแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจความเป็นจริงของสภาพแวดล้อมทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง ชาติพันธุ์ รวมทั้งปัญหาของสิ่งแวดล้อม สามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่อย่างชาญฉลาด ดังนั้นการเข้าใจทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจะทำให้เครือข่ายผู้ประกอบการเข้าใจสภาพแวดล้อมต่างๆ ในสังคมได้ดีขึ้น และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที จะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งในเครือข่ายผู้ประกอบการมากขึ้น การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นกระบวนการซึ่งสร้างบริบทของการปฏิสัมพันธ์แบบเป็นพลวัตร การเคารพซึ่งกันและกัน การสนทนา และการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความไว้วางใจบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม (Andriof & Waddock, 2002) ซึ่งสอดคล้องกับงานการศึกษาของ Manetti (2011) พบว่าเป็นกระบวนการที่บริษัทเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียของพวกเขาในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้พวกเขาเข้าร่วมในการจัดการธุรกิจ การแบ่งปันข้อมูล มีการสนทนาและสร้างรูปแบบของความรับผิดชอบร่วมกัน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย คือ กระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและบริษัทในการตัดสินใจและเข้าร่วมในการจัดการธุรกิจเพื่อสร้างความไว้วางใจ การเคารพซึ่งกันและกัน ตลอดจนสร้างรูปแบบของความรับผิดชอบร่วมกัน

2.6 กรณีตัวอย่างการจัดการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั่วไป

ในการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศ แนวทางในการจัดการ กระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม นอกจากจะพัฒนาขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแล้ว การถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) เพื่อสังเคราะห์แนวทาง วิธีการปัจจัย ในการบริหารจัดการของโรงแรมดังกล่าว และนำองค์ความรู้ที่ได้มาเป็นแนวทาง วิธีการในการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไป ทั้งนี้เมื่อศึกษาและถอดบทเรียนจากโรงแรมที่เป็นกรณีตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า โรงแรมแต่ละแห่งต่างก็มีแนวทางการบริหารจัดการซึ่งมีความเหมือนและความแตกต่างกัน ที่นำไปสู่ความมีประสิทธิภาพในการดำเนินการทั้งสิ้น

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์จุดเด่นในด้านปัจจัยและแนวทางของการบริหารจัดการ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้โรงแรมเหล่านั้นมีประสิทธิภาพในการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปัจจัยดังกล่าวมีลักษณะเป็นอย่างไร

2.6.1 โรงแรมโรงแรม อมารี เกาะสมุย

ในการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการถอดบทเรียนโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ถอดบทเรียนการบริหารโรงแรม อมารี เกาะสมุย ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้รับรางวัลสถานประกอบการ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือกรีนโฮเทล (Green Hotel) จากคณะกรรมการฯ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าองค์กรดังกล่าวย่อมมีจุดเด่นในด้านของปัจจัยการบริหารจัดการต่างๆ ซึ่งจากการถอดบทเรียนองค์กรดังกล่าวพบว่า

ประเด็นแรก ด้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

โรงแรม อมารี เกาะสมุย ถูกสร้างด้วยพื้นที่เปิดโล่งจำนวนมาก (ทางเดิน ล็อบบี้ ห้องอาหาร) เพื่อลดการใช้เครื่องปรับอากาศ และช่วยเพิ่มการไหลเวียนของอากาศบริสุทธิ์ด้วยพื้นที่สีเขียวที่มีอยู่หลายจุด เช่น มีการติดตั้งเครื่องกรองอากาศในห้องพัก มีการจัดฝึกอบรมพนักงานในการซักผ้าและรณรงค์ให้รีไซเคิลของมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีการแยกชั้นปลอดบุหรี่และสูบบุหรี่ ทั้งนี้โรงแรม ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและได้มีการพัฒนานโยบายที่จะปกป้องอนุรักษ์และส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ เน้นโทนสีเขียวเป็นหลักล้อมรอบโดยธรรมชาติและชายหาด ทะเล ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างอาคารลดผลกระทบภาวะโลกร้อนใกล้วิวทะเลของโรงแรมอมารี เกาะสมุย
ที่มา: โรงแรมอมารี เกาะสมุย (2560)

ประเด็นสอง ด้านการดำเนินงานสำนักงานสีเขียว (Green Office)

โรงแรม อมารี เกาะสมุยมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการจัดการฯ ดำเนินงานในสำนักงาน ดังนี้

- พนักงานใช้กระดาษและซองรีไซเคิล
- พนักงานใช้หลอดประหยัดไฟ
- พนักงานร่วมใช้คอมพิวเตอร์แทนที่จะมีเป็นของตัวเอง
- พนักงานใช้คอมพิวเตอร์และอีเมลเท่าที่จะทำได้เพื่อลดการใช้กระดาษ
- สนับสนุนโครงการสีเขียวทุกโครงการอย่างแข็งขันและสร้างตัวอย่างที่ดีให้แก่พนักงาน

ทุกคน

- พนักงานลดการพิมพ์งานและการทำสำเนาเอกสาร
- รณรงค์ให้พนักงานปิดหน้าต่างและประตูขณะที่มีการใช้เครื่องปรับอากาศ
- รณรงค์ให้พนักงานปิดเครื่องปรับอากาศ ไฟ และอุปกรณ์ไฟฟ้า หลังออกจากสำนักงาน
- รณรงค์ให้ปิดจอคอมพิวเตอร์หลังเลิกงานและระหว่างพักรับประทานอาหารกลางวัน

ประเด็นสาม ด้านการใช้พลังงานและทรัพยากร

โรงแรม อมารี เกาะสมุยมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการการใช้พลังงานและทรัพยากร ดังนี้

ด้านการอนุรักษ์พลังงาน

- ระบบไฟฟ้าในห้องพักที่ควบคุมโดยระบบสวิตช์การ์ด
- การควบคุมชั่วโมงการทำงานของเครื่องปรับอากาศ และอุณหภูมิ เพื่อประหยัด

พลังงาน

- ทำความสะอาดตะแกรงท่ออากาศและหน้ากากแอร์ทุก 6 เดือนเป็นอย่างน้อย
- โปรแกรมการบำรุงรักษาเชิงป้องกันสำหรับการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศเพื่อ

เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

- การติดตั้งเครื่องมือควบคุมอุณหภูมิภายในห้องพักทุกห้อง
- ผู้เย็นในห้องพักแขกทุกห้องถูกตั้งอุณหภูมิที่พอเหมาะ
- การติดตั้งตัวควบคุมแรงดันไฟฟ้าและตัวควบคุมความต้องการเพื่อประหยัดพลังงาน
- การตั้งเป้าในการลดค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้า
- การติดตั้งตัวตั้งเวลาสำหรับให้แสงสว่างและระบบไฟฟ้าอื่นๆ
- ไฟฟ้าที่ให้แสงสว่างทั้งหมดถูกหรี่ลงในช่วงกลางคืนและช่วงกลางวันที่ยังมีแสงสว่าง
- การทำความสะอาดระบบไฟส่องสว่างทุกเดือน
- ไฟและผู้เย็นในห้องพักที่ไม่มีผู้เข้าพักทุกห้องจะถูกปิด
- การเปลี่ยนกระเบื้องหนาที่บให้เป็นกระเบื้องโปรงแสงเพื่อประหยัดไฟในตอนกลางวัน

- น้ำร้อนในห้องพักแขกถูกผลิตจากระบบแลกเปลี่ยนความร้อน
- ช่วงเวลาการให้บริการในบางส่วน อาทิเช่น บริการซักรีด, สระว่ายนํ้า ถูกจัดการและปรับเปลี่ยนเวลาเพื่อลดการใช้
- ติดตั้งฉนวนใต้หลังคาอาคารเพื่อลดความร้อน
- มาตรการประหยัดพลังงานถูกนำมาใช้ในส่วนการจัดการภายใน



ภาพที่ 2.2 การใช้ไฟแบบประหยัดพลังงาน เน้นโทนสีเขียวของโรงแรมมารี เกาะสมุย
ที่มา: โรงแรมมารี เกาะสมุย (2560)

ด้านการอนุรักษ์น้ำ

- ลดระดับคลอรีนให้เหลือเพียง 10%
- น้ำและอ่างนํ้าจากซุ้ซึ่งจะถูกปิดเมื่อไม่มีการใช้
- อุณหภูมิในห้องชานนํ้าและห้องอบไอนํ้าจะถูกห้ลดลง หากไม่มีผู้ให้บริการ
- การติดตั้งก๊อกนํ้าแบบประหยัดนํ้า
- การลดปริมาณการใช้นํ้าสำหรับทำความสะอาดห้องนํ้าและพื้นที่อื่นๆ
- การตรวจสอบการรั่วไหลของนํ้าอย่างสม่ำเสมอ
- การติดตั้งก๊อกนํ้าแบบประหยัดนํ้าทั้งในห้องพักและพื้นที่สาธารณะของโรงแรม
- การจำกัดการใช้เครื่องล้างจานให้ใช้งานเมื่อมีภาชนะบรรจุเต็มเท่านั้น
- ธรรมชาติให้พนักงานหลีกเลี่ยงการเปิดก๊อกนํ้าขณะล้างอาหาร
- การทำบันทึกการใช้นํ้าเป็นประจำทุกวัน (ควบคุมการใช้นํ้าประจำวัน)
- การแจ้งระดับการใช้นํ้าให้พนักงานทราบ โดยเฉพาะในฤดูร้อน
- การเลือกปลูกต้นไม้ที่ต้องการนํ้าในระดับปานกลาง

- รดน้ำสวนในตอนเช้าและเย็นเท่านั้นเพื่อป้องกันการกระเหยของน้ำในช่วงที่ร้อนที่สุดของวัน

- ขวดพลาสติกใส่ในถังซักโครกเพื่อการประหยัดน้ำ

ประเด็นสี่ ด้านการจัดการของเสีย

โรงแรม อมารี เกาะสมุยมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการจัดการของเสีย ดังนี้

ด้านของเสียสารอินทรีย์

- น้ำเสีย (น้ำจากการอาบน้ำ, น้ำที่ใช้ในการทำความสะดวก, น้ำจากห้องน้ำ, น้ำจากสระว่ายน้ำ และน้ำในบ่อเลี้ยง และอื่นๆ) จะเข้าสู่กระบวนการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้งลงสู่สิ่งแวดล้อม

- การใช้จุลินทรีย์ (แบคทีเรีย) สำหรับระบบบำบัดน้ำเสีย

- ขยะทั้งหมดถูกคัดแยกอย่างเหมาะสมตามประเภท: ขยะเปียก ขยะแห้ง, แก้ว, พลาสติกที่เป็นอันตราย / เป็นพิษ (ผงซักฟอก, สารเคมี ฯลฯ)

- การรณรงค์ไม่ให้ทิ้งขวดแก้ว เพื่อเพิ่มปริมาณขวดแก้วในการนำไปรีไซเคิล

- การบริจาคอาหารเหลือ

- ใบไม้แห้งถูกนำไปใช้เป็นปุ๋ย

ด้านการรีไซเคิล

- การแยกและการขายขวดกระดาษกระด้างและน้ำมันพืชให้กับ บริษัท รีไซเคิล

- การนำสบู่ของแขกที่เหลือใช้กลับมาใช้ซ้ำในการซักผ้าขาว

- การนำดอกไม้มาใส่ซ้ำเท่าที่จะสามารถทำได้

- การนำคีย์การ์ดโรงแรมกลับมาใช้ซ้ำ

- การจำหน่ายอาหารเหลือให้เป็นอาหารสัตว์

- การนำน้ำมันจากการทำอาหารมาแปรรูปแล้วนำกลับมาใช้ใหม่

- การใช้กระดาษมีระบบการนำกลับมาใช้ซ้ำ และการแปรรูป

- การรีไซเคิล อลูมิเนียม พลาสติก และกระดาษ

ประเด็นห้า ด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำนักงาน

โรงแรม อมารี เกาะสมุยมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำนักงาน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์เคมี

- ระบบควบคุมสำหรับการใช้สารเคมี
- การใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์เคมีเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเท่านั้น
- การซักมือสำหรับบริการการซักผ้าเร่งด่วน
- การใช้น้ำยาซักผ้า, น้ำยาทำความสะอาดพื้น และปุ๋ยที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้

- การใช้ผลไม้ ผัก และดอกไม้สด ที่ปลอดสารเคมี
- ไม่มีการใช้สารเคมีในการเพาะปลูกของต้นไม้และดอกไม้ในโรงแรม

ด้านวิศวกรรมโครงสร้างอาคารลดผลกระทบภาวะโลกร้อน

- ระบบบริหารจัดการพลังงานในอาคารแบบอัตโนมัติ (BAS) และการควบคุมความต้องการใช้ใน
- การควบคุมระบบไฟฟ้าในโรงแรม
- การณรงค์ให้แผนกวิศวกรรมประหยัดค่าใช้จ่ายและพลังงานในทุกโครงการ
- ยกเลิกการใช้เครื่องปรับอากาศเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การเปลี่ยนระบบทำความเย็นจาก F11 เพื่อเป็น F134 เพื่อลดผลกระทบภาวะ โลกร้อน

ประเด็นหลัก ด้านการจัดซื้อและจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement)

โรงแรม อมารี เกาะสมุขมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ด้านการจัดซื้อและจัดจ้าง สีเขียว (Green Procurement) ดังนี้

- การซื้อและการให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด - ซื้อสินค้าในท้องถิ่นและตามฤดูกาลเพื่อลดความต้องการการขนส่งและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การใช้กระดาษแทนโฟมสำหรับการตกแต่งที่จัดเลี้ยง
- การขอความร่วมมือจากซัพพลายเออร์ที่จะใช้ภาชนะประเภทอื่นแทนถุงพลาสติกหรือนำถุงพลาสติกกลับมาใช้ซ้ำและหลีกเลี่ยงภาชนะโฟม

ประเด็นเจ็ด ด้านการประเมินประสิทธิภาพและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โรงแรม อมารี เกาะสมุขมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงงาน รักษาระดับคุณภาพได้อย่างต่อเนื่องดังนี้

- จัดการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน (เช่น การปิดไฟ คอมพิวเตอร์ น้ำ เครื่องปรับอากาศ และอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ)
- โปรแกรมการฝึกอบรมภาคปฏิบัติเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับโครงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทำความสะอาดพื้นที่ป่าชายเลน ปลูกป่า
- จัดการประชุมเป็นประจำกับพนักงานเพื่อส่งเสริมให้พนักงานตระหนักและดำเนินการลดพลังงานและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 2.3 โครงการพันธมิตรกับสิ่งแวดล้อมทำความสะอาดพื้นที่ป่าชายเลนปลูกป่า
ของโรงแรม อมารี เกาะสมุย
ที่มา: โรงแรมอมารี เกาะสมุย (2560)

2.6.2 โรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ท

ในการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการถอดบทเรียนโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ถอดบทเรียนการบริหารโรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ท ซึ่งเป็นโรงแรมที่เป็นหนึ่งในสมาชิกของมูลนิธิ 7 Green เป็นส่วนหนึ่งของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ที่มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้รับรางวัลสถานประกอบการ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือกรีน โฮเทล (Green Hotel) จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าองค์กรดังกล่าวย่อมมีจุดเด่นในด้านของปัจจัยการบริหารจัดการต่างๆ ซึ่งจากการถอดบทเรียนองค์กรดังกล่าวพบว่า

ประเด็นแรก ด้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

โรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ท เป็นหนึ่งในสมาชิกของมูลนิธิ 7 Green มีสไตล์เป็นพื้นบ้าน เป็นไม้ผสมภาพวาดไทยๆ และเน้นของใช้ในท้องถิ่นให้กลมกลืน เช่น ใช้น้ำ กะลา ส่วนโคมไฟ หรือเครื่องประดับในห้อง ก็จะเป็นแนวอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่สำคัญคือเน้นการดูแลสิ่งแวดล้อมดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 โครงสร้างการจัดแต่งห้องพักเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ท
ที่มา: โรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ท (2560)

การทำธุรกิจรีสอร์ทแบบนี้ย่อมกระทบกับสิ่งแวดล้อม ก็พยายามให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด อย่างเช่นวัสดุที่ใช้ก็ต้องคุ้มค่า ใช้ผ้ารองแก้วแทนที่จะเป็นกระดาษ ส่วนเรื่องอาหาร โรงแรมจะปลูกผักไฮโดรโปนิคในสวนฝั่งตรงข้าม เอามาใช้ในห้องพักของโรงแรม แล้วที่เหลือจึงแบ่งขาย เพราะเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ นอกจากนี้ทางรีสอร์ทมีนโยบายปลูกต้นไม้โดยรอบเพื่อสร้างความร่มรื่นให้กับสถานที่และยังมีจักรยานบริการฟรีให้แขกผู้เข้าพักปั่นเที่ยวชมธรรมชาติรอบๆ รีสอร์ทเพื่อช่วยลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากรถยนต์ อีกทั้งยังมีการปลูก

ผักและพืชโดยไม่ใช้ดินเนื่องจากประหยัดพื้นที่และไม่ปนเปื้อนสารเคมีต่างๆ ในดินเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 จักรยานบริการฟรีให้แขกและการปลูกผักและพืชโดยไม่ใช้ดิน

ของโรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ท

ที่มา: โรงแรมไม้แก้วดำเนินรีสอร์ท (2560)

ประเด็นสอง ด้านการดำเนินงานสำนักงานสีเขียว (Green Office)

โรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมการดำเนินงานสำนักงานสีเขียว (Green Office) ดังนี้

โรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทมีแนวทางในการดำเนินงานด้านการจัดการสำนักงาน โดยเน้นด้านการปฏิบัติงานโดยใช้ทักษะ ความรู้และความสามารถของพนักงานให้มีการปฏิบัติงานในแต่ละหน้าที่สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจภายใต้แนวคิดธุรกิจสีเขียว เพื่อสร้างโอกาส และแรงจูงใจรวมถึงผลักดันให้ธุรกิจอื่นๆ ของโรงแรมมีส่วนร่วมในแนวคิดธุรกิจสีเขียว โดยมีหลักการ คือ

- ตั้งทีมงานที่มีความสามารถโดยคัดเลือกจากหัวหน้าแผนกแต่ละแผนกและสร้างความรู้ความเข้าใจให้ทีมงานแต่ละคนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปกระจายต่อพนักงานในแผนกของตน
- กำหนดหน้าที่ของแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน เช่น ฝ่ายซ่อมบำรุงมีหน้าที่ดูแลระบบบำบัดน้ำเสียการตรวจสอบและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ส่วนฝ่ายบัญชีจะมีการทำสถิติเปรียบเทียบต้นทุนและความแตกต่างทางการเงิน

- จัดประชุมพนักงานทุกวันอาทิตย์ของแต่ละสัปดาห์เพื่อติดตามผลการทำงาน และมีการเข้าไปตรวจสอบการทำงานของทุกแผนก เช่นการแยกขยะเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานทุกคนมีความเข้าใจที่ตรงกันในการรักษาสิ่งแวดล้อม
- ติดตามผลการดำเนินงานของพนักงานในแต่ละฝ่าย โดยการนำผลการดำเนินงานในแต่ละสัปดาห์มาพิจารณาการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละแผนกกว่ามีความก้าวหน้าและดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

ประเด็นสาม ด้านการใช้พลังงานและทรัพยากร

โรงแรมไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทที่มีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการการใช้พลังงานและทรัพยากร ดังนี้

ด้านการจัดการการใช้พลังงาน

- การใช้รถรับส่งแขกผู้เข้าพัก ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าแทนรถที่ใช้น้ำมันในการขับเคลื่อน เป็นการประหยัดพลังงานเชื้อเพลิงและต้นทุนค่าใช้จ่ายได้ค่อนข้างสูง โดยรถไฟฟ้าแต่ละคันจะมีอายุการใช้งานอยู่ที่ประมาณ 10 ปี
- การใช้หลอดประหยัดไฟแอลอีดี (LED) ซึ่งเป็นหลอดไฟที่ประหยัดพลังงานมากกว่าหลอดไฟประเภทอื่นๆ ทำให้ธุรกิจสามารถประหยัดเงินค่าไฟฟ้าได้ตั้งแต่ 15-75% แล้วแต่ชนิดของหลอดเดิม และประโยชน์อีกทางหนึ่งของหลอดประหยัดไฟ LED คือไม่มีแสง UV ปล่อยความร้อนน้อยกว่าหลอดไฟแบบเดิม
- การใช้พลังงานไฟฟ้าจากเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell) เนื่องจากหลายจุดในรีสอร์ทสามารถรับแสงได้ดี ทำให้ทางรีสอร์ทได้นำเซลล์แสงอาทิตย์เข้ามาใช้ เพื่อเป็นการลดต้นทุนการใช้ไฟฟ้าในรีสอร์ทและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- การใช้กักเก็บสูบน้ำ แทนการสูบน้ำโดยใช้พลังงานไฟฟ้า ซึ่งสามารถลดค่าไฟฟ้าและลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว

ประเด็นสี่ ด้านการจัดการของเสีย

โรงแรม ไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการจัดการของเสีย ดังนี้

- การแยกขยะโดยขยะที่แยกได้จะมีการจดบันทึก วัดค่าสถิติและเปรียบเทียบความแตกต่างของการแยกขยะในทุกครั้งที่ขายขยะนั้นออกไป

- การนำน้ำที่ใช้แล้วผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น นำมารดต้นไม้ เพื่อไม่ก่อให้เกิดมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อรีสอร์ทและชุมชนรอบนอก

ประเด็นห้า ด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำนักงาน

โรงแรม ไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมด้านการจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำนักงาน ดังนี้

ทางรีสอร์ทมีการรณรงค์ลดการทิ้งขยะในแม่น้ำลำคลองเพื่อคืนความอุดมสมบูรณ์ให้กับ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยร่วมมือกับคนในชุมชนเพื่อช่วยกันเก็บขยะในลำคลองและแม่น้ำ หมักชีวภาพ (EM) ตามท่อน้ำทิ้งและพื้นที่ๆมีน้ำเน่าขัง เป็นการบำบัดน้ำเสียให้กับพื้นที่โดยรอบ รีสอร์ท รวมถึงให้ความรู้แก่ชุมชนในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อสร้างความ ยั่งยืนแก่ชุมชน

ประเด็นหก ด้านการจัดซื้อและจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement)

โรงแรม ไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรม ด้านการจัดซื้อและจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) ดังนี้

- การซื้อและการให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซื้อสินค้าในท้องถิ่นและตามฤดูกาลเพื่อลดความต้องการการขนส่งและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การขอความร่วมมือจากซัพพลายเออร์ที่จะใช้ภาชนะประเภทอื่นแทนถุงพลาสติกหรือนำ ถุงพลาสติกกลับมาใช้ซ้ำและหลีกเลี่ยงภาชนะโฟม

ประเด็นเจ็ด ด้านการประเมินประสิทธิภาพและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โรงแรม ไม้แก้วดำเนิน รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยจัดฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุง งาน รักษาระดับคุณภาพได้อย่างต่อเนื่องดังนี้

พนักงานทุกคนในรีสอร์ทจะได้รับการอบรมด้านมารยาทและการให้บริการแก่ผู้เข้าพัก ซึ่งผู้เข้าพักในรีสอร์ทหลายคนบอกว่า มีความพึงพอใจในบริการของทางรีสอร์ททั้งด้านตัวพนักงาน การบริการ และทิวทัศน์โดยรวม รวมทั้งพนักงานที่รีสอร์ทจะได้รับการอบรมเป็นพิเศษด้านการ ปฏิบัติงานและดูแลสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยกัน

2.6.3 โรงแรม ป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี เครือเบทาโกร

ในการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการถอดบทเรียนโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ถอดบทเรียนการบริหารโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์รีสอร์ท ซึ่งเป็นโรงแรมที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ กรีนโฮเทล (Green Hotel) ระดับดีเยี่ยม (G ทอง) ที่มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้รับรางวัลสถานประกอบการ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ กรีนโฮเทล (Green Hotel) จาก กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าองค์กรดังกล่าวย่อมมีจุดเด่นในด้านของปัจจัยการบริหารจัดการต่างๆ ซึ่งจากการถอดบทเรียนองค์กรดังกล่าวพบว่า

ประเด็นแรก ด้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์รีสอร์ทตั้งอยู่ท่ามกลางอาณาจักรป่าสักทอง แยกผู้มาเยือนจะสัมผัสได้ถึงความสนุกสนาน เต็มอิ่มกับกิจกรรมมากมาย ที่รอต้อนรับ อาทิ รอกข์ข้ามทะเลสาบ สะพานเชือกข้ามทะเลสาบ จักรยานเสือภูเขา เรือแคนู ดูนก ดูดาว หรือ แคมป์ปิ้งริมทะเลสาบ พร้อมด้วยร้านอาหารมาตรฐาน ห้องสัมมนาขนาดใหญ่ พร้อมอุปกรณ์ครบครัน เพื่อความสมบูรณ์แบบและสะดวกสบาย โดยกิจกรรมทุกอย่างเน้นอิงกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากธรรมชาติเป็นหลัก เพื่อให้ผู้มาเยือนหรือผู้ที่มาพักในโรงแรมสามารถซึมซับและมีความรู้สึกรักและหวงแหนในทรัพยากรที่ธรรมชาติได้ประทานให้เรา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรมดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์รีสอร์ทเน้นรูปแบบวิถีชีวิตแบบพอเพียง

ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์รีสอร์ท (2560)

ประเด็นสอง ด้านการดำเนินงานสำนักงานสีเขียว (Green Office)

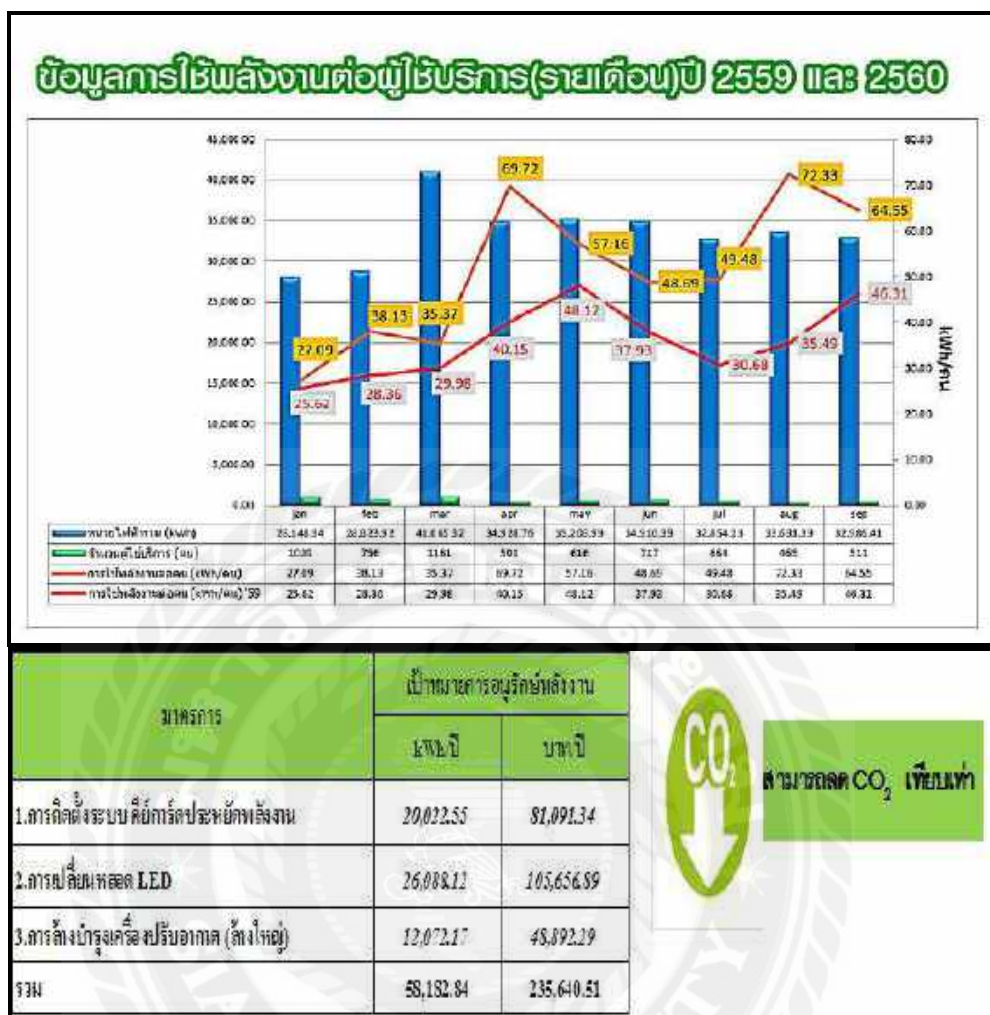
โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์ รีสอร์ทที่มีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมการดำเนินงานสำนักงานสีเขียว (Green Office) ดังนี้

- พนักงานใช้หลอดประหยัดไฟ เฟอร์นิเจอร์เน้นทำจากวัสดุธรรมชาติเป็นหลัก
- มีการจัดเก็บข้อมูลการใช้รายสัปดาห์และติดตามผลในที่ประชุม Green Hotel ประจำเดือน
- มีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อลดการใช้พลังงานและเลือกใช้อุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน เบอร์ 5 และประหยัดพลังงาน เช่น หลอดไฟแอลอีดี (LED), ระบบปรับอากาศที่ใช้น้ำยาปรับอากาศ เป็นสื่อความเย็น (VRV/VRF)
- กิจกรรมการลดการใช้พลังงานในสถานประกอบการ
- นโยบายการใช้จักรยาน ลดการใช้รถจักรยานยนต์และเดินทางพร้อมกันโดยรถรับส่ง พนักงาน
- มีการปลูกพืชผักตามแปลงทดลองต่างๆ และนำมาประกอบการปรุงอาหารทานในรีสอร์ทและห้องอาหารของโรงแรมที่มีความสด ใหม่และใส่ใจในคุณภาพ ทางด้านเนื้อสัตว์ก็นำมาจากฟาร์มของเบทาโกรเองที่มีการเลี้ยงอย่างได้มาตรฐานความปลอดภัยและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกัน

ประเด็นสาม ด้านการใช้พลังงานและทรัพยากร

โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์ รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมด้านการการใช้พลังงานและทรัพยากร ดังรายละเอียดและแสดงได้ดังภาพที่ 2.23

- นโยบายลดการใช้พลังงานต่อผู้ให้บริการลง 5% จากปี 2559 (เป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ 58.52 กิโลวัตต์/คน)
- ติดตั้งมิเตอร์ถูกย่อยเพิ่มเติมในจุดที่มีการใช้พลังงานมาก เช่น ห้องประชุม ร้านอาหาร
- กิจกรรมการลดการใช้พลังงานในสถานประกอบการ
- ส่งเสริมการใช้สารสกัดจากธรรมชาติในการปรับกลิ่น สารฆ่าแมลงหรือล้างทำความสะอาดภายในสถานประกอบการ โดยต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองด้านสิ่งแวดล้อม
- นำพืชที่ปลูกในสถานที่ มาประดับตกแต่ง เพื่อลดการใช้ดอกไม้สด และลดการวัสดุใช้ โฟมตัด



ภาพที่ 2.7 ข้อมูลการใช้พลังงานต่อผู้ใช้บริการรายเดือนของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท ปี พ.ศ 2559 และ 2560

ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท (2560)

ประเด็นที่ ด้านการจัดการของเสีย

การบริหารจัดการขยะ

ปัญหาขยะที่มีปริมาณมากขึ้นทุกวัน เกิดจากประชากรขาดความรู้ ความใส่ใจในการคัดขยะ และยังทิ้งขยะไม่เป็นที่ ทำให้การจัดการขยะยุ่งยาก และปะปนตามสิ่งแวดล้อม จึงทำให้มีแนวคิดริเริ่มโครงการธนาคารขยะภายในรีสอร์ท ที่เน้นพนักงานป่าสัก มีความรู้ความเข้าใจ ในการคัดแยกขยะ การบริหารจัดการและการสร้างรายได้จากขยะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและสร้างนิสัยในการคัดแยกขยะให้กับพนักงานเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับขยะและผลักดันให้การจัดการขยะของ

รีสอร์ทเข้าสู่การจัดการขยะให้เป็นศูนย์ โรงแรม ป่าสัก ฮิลล์ รีสอร์ทจึงมีการปฏิบัติเพื่อสนอง
 ต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมด้านการจัดการของเสียเกี่ยวกับขยะ แสดงได้ดังรายละเอียด
 ตามภาพที่ 2.8, 2.9 และ 2.10 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.8 กิจกรรมการณรงค์คัดแยกขยะตามประเภท ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ รีสอร์ท
 ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ รีสอร์ท (2560)



ภาพที่ 2.9 การบริหารจัดการของเสีย (ขยะ) ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ รีสอร์ท ปี พ.ศ 2559
 และ 2560

ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ รีสอร์ท (2560)



ภาพที่ 2.10 กิจกรรมส่งเสริม การบริหารและการจัดการขยะของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท
ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท (2560)

การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

- มีนโยบายลดการใช้น้ำต่อผู้ให้บริการลง 10% จากปี 2559 (เป้าหมายที่ตั้งไว้คือ 27.98 ลิตร/คน/วัน)
- ติดตั้งมิเตอร์น้ำ ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่มีการใช้งาน
- มีการตรวจสอบจุดรั่วไหลของแนวท่อ และจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำรายวัน และติดตามผลในที่ประชุม Green Hotel ประจำเดือน
- มีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อลดการใช้น้ำและเลือกใช้อุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานและประหยัดน้ำ เช่น ก๊อกน้ำ ชักโครก
- มีการฝึกอบรมภายในและมีการศึกษาดูงานภายนอกเพื่อสร้างจิตสำนึก และปรับปรุงการใช้น้ำให้ดีขึ้น
- มีป้ายบ่งบอกถึงการร่วมมือกันไปยังแขกผู้เข้าพักสามารถมีส่วนร่วมในการประหยัดน้ำได้โดยเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวเป็นรายวัน ดังภาพที่ 2.26



ภาพที่ 2.11 โครงการประหยัดน้ำโดยเลือกไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวเป็นรายวัน

ภาคสมัครใจ ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 2.12 ข้อมูลการใช้น้ำต่อผู้ใช้บริการรายเดือนของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท

ปี พ.ศ 2559 และ 2560

ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท (2560)

ประเด็นห้า ด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำนักงาน

โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ
โรงแรมด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสำนักงาน ดังรายละเอียดและแสดงได้ดังภาพที่
2.13, 2.14 และ 2.15 ตามลำดับ

ภายในองค์กร

- จัดบอร์ดประชาสัมพันธ์สำหรับพนักงาน ในหัวข้อการประหยัดพลังงาน เพื่อกระตุ้นให้พนักงานกลับไปใช้ในชีวิตประจำวันได้
- ร่วมมือกับกระทรวงพลังงานจังหวัดลพบุรีจัดนิทรรศการอนุรักษ์พลังงาน และให้ความรู้กับพนักงาน
- กิจกรรมผู้บริหารพบพนักงาน อธิบายและทำความเข้าใจให้เห็นถึงคุณค่าของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- กิจกรรมการพูดคุยในช่วงเช้า (Morning talk) ชวนพนักงานออกกำลังกายและให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยในการทำงาน



ภาพที่ 2.13 กิจกรรมภายในองค์กรของโรงแรมป้าตัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท

ที่มา: โรงแรมป้าตัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท (2560)

ภายนอกองค์กร

- เชิญชวนและประชาสัมพันธ์ลูกค้ำให้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมทอดผ้าป่าสามัคคี เพื่อสร้างถนน และปรับปรุงภูมิทัศน์วัดถ้ำเขาปรางค์ กิจกรรมวันเด็กที่โรงเรียนบ้านไร่วิทยา นำความรู้ วรรณคดีให้เด็กๆ รู้จักการคัดแยกขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม จัดนิทรรศการ และมีบอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานให้กับลูกค้ำ
- กิจกรรมท้องถิ่นและชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม หรืออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ
- มีส่วนร่วมและสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่น และชุมชนด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ประเพณีหรือศิลปวัฒนธรรม หรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น พบปะผู้นำชุมชนกำนันผู้ใหญ่บ้านในตำบลนิคมลำนารายณ์ และอำเภอเสลาทัพย์จัดกิจกรรมถวายเพลพระ ร่วมกับชุมชนร่วมกิจกรรมปลูกป่าเทอดพระเกียรติกับอำเภอเนื่องในวันแม่แห่งชาติ ร่วมกิจกรรมแข่งกีฬาประเพณีตำบลนิคมลำนารายณ์ ร่วมกิจกรรมออกกฐนอาหารในงานวันผู้สูงอายุ อบต. นิคมลำนารายณ์
- เผยแพร่ความรู้ด้านปรัชญาความพอเพียงของในหลวง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต
- การนำสินค้ามาของโรงเรียนสอนคนตาบอดลพบุรี จำหน่ายที่ร้านค้าสาธิตของศูนย์เรียนรู้และรีสอร์ท



ภาพที่ 2.14 กิจกรรมภายนอกองค์กรของโรงแรมป่าสัก อิลล์ไซด์รีสอร์ท

ที่มา: โรงแรมป่าสัก อิลล์ไซด์รีสอร์ท (2560)



ภาพที่ 2.15 กิจกรรมภายนอกองค์กรของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์ รีสอร์ท
ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์ รีสอร์ท (2560)

ประเด็นก ด้านการจัดซื้อและจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement)

โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไฮด์ รีสอร์ทมีการปฏิบัติเพื่อสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของ
โรงแรมด้านการจัดซื้อและจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) ดังรายละเอียดและแสดงได้ดังภาพที่
2.16

- เปลี่ยนอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และวัสดุต่างๆ ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณา
จากผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงฉลากเขียวหรือข้อเท็จจริงของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
- นำวัสดุอุปกรณ์ที่เหลือใช้มากลับมาใช้ใหม่เพื่อลดขยะ
- ส่งเสริมสินค้าชุมชนชาวบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น สบู่เหลว
น้ำยาล้างจาน ครีมระสม
- มีการคัดเลือกและซื้อผลิตภัณฑ์หรือวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นของตนเองแทนการไปซื้อที่
ห้างสรรพสินค้าที่มีระยะทางไกล

• ลดการใช้ถุงพลาสติกจากการจัดซื้อสินค้า ผักสด และผลไม้จากร้านค้าในท้องถิ่น โดยเปลี่ยนมาใช้ ถังพลาสติกในการบรรจุสินค้าแทนการใช้ถุงพลาสติก



ภาพที่ 2.16 การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท ที่มา : โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท (2560)

ประเด็นเจ็ด ด้านการประเมินประสิทธิภาพและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ทได้รับรางวัลสำหรับโรงแรมใส่ใจสิ่งแวดล้อม เน้นผู้ประกอบการที่เป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตนที่สร้างคุณประโยชน์ทั้งทางบุคคล องค์กร ประเทศชาติ และมวลมนุษยชาติ รางวัลโรงแรมสีเขียว Green Hotel เป็นหนึ่งในโครงการของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่จัดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและเป็นการยกย่องผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ทที่ตระหนักถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม และทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการรายอื่น ได้เกิดแนวคิดเรื่องการอนุรักษ์พลังงานอย่างยั่งยืนตอบรับกระแสการปฏิบัติตนในสภาวะโลกร้อนได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 2.17



ภาพที่ 2.17 รางวัลสถานประกอบการ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระดับดีเยี่ยม (G ทอง) ของโรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท ปี พ.ศ 2560
ที่มา: โรงแรมป่าสัก ฮิลล์ไซด์ รีสอร์ท (2560)

ผู้บริหารเครือเบทาโกรเป็นตัวแทนรับมอบรางวัลสถานประกอบการ ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือกรีน โฮเทล (Green Hotel) ระดับดีเยี่ยม (G ทอง) จาก อธิบดีกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในฐานะที่ ปาสัก ฮิลล์ไฮด์ริสอร์ท อำเภอชะบาต จังหวัดลพบุรี เครือเบทาโกร มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโลก

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในช่วงระหว่างพ.ศ. 2550-2562 (ค.ศ.2007-2017) ดังนี้

2.7.1 งานวิจัยในประเทศไทย

ชนันดา โชติแดง (2550) พบว่าภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์การด้านความรู้สึกละและความต่อเนื่อง ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานได้ร้อยละ 38.2

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในองค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ในขณะที่เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพนักงาน

เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย (2552) พบว่า ภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์การแบบเน้นการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานมากที่สุด

ศักดิ์สกุล บุญมา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความเข้มแข็งโดยชุมชนมีส่วนร่วม บ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร พบว่า การสร้างความเข้มแข็งโดยชุมชนมีส่วนร่วม เกิดจากปัจจัยภายในชุมชนเอง ได้แก่ การมีผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ การมีองค์กรในชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการของแต่ละกิจกรรมกลุ่ม ระบบความสัมพันธ์แบบครอบครัวเครือญาติ ทำให้ทุกคนในชุมชนมีความรักและความเกรงใจต่อกัน มีการร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยความเต็มใจ ชุมชนมีปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความเชื่อประเพณีร่วมกัน ส่งผลต่อการสร้างการมีส่วนร่วม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนร่วมกัน รู้ลึกถึงการแบ่งปันทรัพยากร มีความตระหนักในคุณค่า

จุล ธนศรีนิชชัย และอรุณ สิริจานุสรณ์ (2552) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบและบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ กรณีศึกษาโรงแรมราคาประหยัดในเขตจังหวัดแนวพื้นที่เขตเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก โดยมุ่งเน้นศึกษาด้านการออกแบบ พฤติกรรมผู้ใช้ต่อโรงแรมราคาประหยัดร่วมกับการศึกษาถึงการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพโดยเน้นทางการบำรุงรักษา (Operation and Maintenance) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการทางกายภาพบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ โดยได้กำหนดพื้นที่การศึกษาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจแนวพื้นที่เขตเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตกที่มีเส้นทางทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงจากประเทศพม่า ไทย ลาว และเวียดนาม ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลกระทบต่อพัฒนาที่พักรถเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบกับการพัฒนาโรงแรมในระดับภูมิภาค ยังขาดปรับปรุงโรงแรม การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดและด้านอื่นๆ จึงจะต้องมีการปรับตัว เมื่อปัญหาของโรงแรมได้ทำให้เกิดรายได้ที่ลดลงจากการที่นักท่องเที่ยวลดจำนวนลง ด้วยปัจจัยปัญหาดังกล่าวยังขาดการชี้ชัดว่าเกิดจากปัจจัยด้านใด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตงานวิจัย โดยมีประชากรการวิจัย และพื้นที่วิจัยอยู่ในห้าจังหวัดประกอบด้วย ตาก พิษณุโลก ขอนแก่น อุดรธานี และมุกดาหาร ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย พบว่าสามารถนำไปสนับสนุนโครงการในพื้นที่ๆ เกี่ยวข้อง เพื่อการออกแบบและบริหารทรัพยากรทางกายภาพให้มีประสิทธิภาพ ลดปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจเพื่อส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดี

วันวิสา วัลย์ดาว (2553) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความใส่ใจในการจัดการสิ่งแวดล้อมจากเจ้าของโรงแรม การบริหารงานของโรงแรมในเครือ ความต้องการสิ่งแวดล้อมที่ดีของพนักงานโรงแรม ความร่วมมือของพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และผลประโยชน์ที่โรงแรมจะได้รับจากการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ส่วนปัจจัยภายนอกมีผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผลกระทบจากการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมต่อชุมชน การเรียกร้องจากชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ความต้องการสิ่งแวดล้อมที่ดีของผู้ใช้บริการโรงแรม การบังคับใช้กฎหมาย/ข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อม

ศรีสุวรรณ เกษมสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านน้ำและขยะ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ชาวชุมชนเทศบาลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมน้อยเช่นกัน

พินัญดา อภัยฤทธิ์ (2554) พบว่า ภาวะผู้นำแบบสร้างเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพขององค์การได้ในระดับสูง ร้อยละ 43.6 โดยที่ภาวะผู้นำแบบสร้างเปลี่ยนแปลงสามารถทำนายได้ดีกว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน

ศรียุทธ บุญเยี่ยม (2554) ได้วิจัยเรื่องการท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อความยั่งยืนของโลกและแนวทางสำหรับผู้ประกอบการต้องการเน้นให้เห็นถึงการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโรงแรมด้วยการสร้างความยั่งยืนให้กับโลก ด้วยแนวทางสีเขียวและส่งผลดีให้กับโรงแรมในเชิงธุรกิจโดยแนวคิดด้านการท่องเที่ยวสีเขียวหมายถึง การท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยมีการจัดการสิ่งแวดล้อมร่วมกับท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เน้นถึงการท่องเที่ยวสีเขียวที่สามารถสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้ เช่นการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือใช้ในการดำเนินการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการช่วยเหลือ สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้นอกจากเป็นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โรงแรมที่ชัดเจนแล้ว เพื่อป้องกันการเลียนแบบจึงควรจะต้องมีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โรงแรมในเชิงภาพลักษณ์การสื่อสารประกอบอีกด้วย เช่นการโฆษณา การสื่อสารให้เห็นประโยชน์ การสร้างความภาคภูมิใจในการเข้าใช้บริการ โดยมีนัยยะของความเชื่อ ความรู้สึกและภาพลักษณ์

ยุทธนา สุดาภา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาบ้านป่าสักงาม ตำบลหลวงเหนือ อำเภออดอยสะเกิด พบว่า ประชาชนส่วนมากให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม จากการเข้าร่วมประชุมและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ผลการศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดจากการมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า ประชาชนมีความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วมระดับปานกลาง โดยมีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้คือ 1) หน่วยงานภาครัฐ สถาบันด้านการศึกษาหรือองค์กรต่างๆ ควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชนหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอนุรักษ์ เป็นการสร้างรายได้และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) หน่วยงานราชการหรือภาครัฐในพื้นที่ ควรเข้ามามีบทบาทในการหนุนเสริมกิจกรรมการตลาดตระเวนป้องกันการทำลายทรัพยากรป่าไม้ การป้องกันไฟฟ้า และการอยู่จุดตรวจป้องปรามการลักลอบทำลายทรัพยากร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชุมชนและระบบนิเวศน์โดยรวม

พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต (2555) พบว่า บริบทและสถานการณ์การเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียวหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมในองค์กรธุรกิจไทยจะเน้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม บริบทที่ใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียวจะทำให้มีผลกำไรมากกว่าบริษัทที่ไม่ใช่ แต่สิ่งนี้ไม่ส่งผลต่อยอดขายบริษัทประสิทธิภาพการใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียว

เขียวในแผนการตลาดประจำปีของบริษัทจะเน้นการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเป็นสำคัญ

สมพงศ์ โสทะรักษ์ และกนกคุณ โดชัยวัฒน์ (2556) ได้วิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาโรงแรมระดับสามดาวสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน พบว่า ข้อกำหนดเพิ่มเติมที่นำไปสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม ประกอบด้วย 1) โรงแรมที่มีที่ตั้งในเขตเมือง มีข้อกำหนดที่ยังไม่ได้ดำเนินการคือ การส่งเสริมการใช้สินค้าในท้องถิ่น การจัดทำแผนงานในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์เพื่อการประหยัดน้ำและมีการส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการออกแบบอาคาร การใช้วัสดุ การตกแต่ง 2) โรงแรมที่มีที่ตั้งในเขตชนเมืองและแหล่งธรรมชาติเมือง มีข้อกำหนดที่ยังไม่ได้ดำเนินการคือ การมีแผนส่งเสริมกิจกรรมการป้องกันและอนุรักษ์โดยการสร้างจิตสำนึกและโรงแรมมีการนำเสนอกิจกรรมการประหยัดพลังงานและมีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีประหยัดพลังงานเพื่อลดการใช้พลังงานในโรงแรม รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ให้บริการมีส่วนในการแยกขยะ การป้องกันการเกิดน้ำเสีย และโรงแรมมีการส่งเสริมการใช้น้ำบำบัดแล้วมารดน้ำต้นไม้

อิสมาแอ คาเว็ง และภิญโญ นิลจันทร์ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง บทบาทในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของคณะกรรมการบริหารเทศบาลตำบลยะรัง อำเภอ ยะรัง จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า บทบาทการดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของคณะกรรมการบริหารเทศบาลตำบลยะรัง มีแนวทางดังนี้ คือ มีการสร้างแนวคิดและจิตสำนึกให้มีส่วนร่วมและความรับผิดชอบ ประชาชนทราบว่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในท้องถิ่นในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทุกอย่างในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีการใช้มาตรการทางด้านกฎหมาย เพื่อรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและการประชาสัมพันธ์โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นออกกฎหมาย เพื่อรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลแก่ประชาชนมีการแก้ไขมลพิษสิ่งแวดล้อมมีกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไข ป้องกันความเสื่อมโทรมของป่า นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเทศบาลได้ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเขตพื้นที่หวงห้าม ป่าสงวน และประกาศอย่างชัดเจนและถือปฏิบัติอย่างเข้มงวดทำให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มากขึ้น

นพรัตน์ ช่างเวฬุวรรณ (2556) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลสะตอ อำเภอเขาเม็ง

จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรับผลประโยชน์ ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

सानิตย์ หนูนิล (2557) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษา โรงแรมคูสิต ปรีนเซส ศรีนครินทร์ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ และปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ชนิดา เพชรเยี่ยม (2557) พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการติดฉลากสิ่งแวดล้อมว่ามีภาพลักษณ์ตราสินค้าอยู่ในระดับดี และมีคุณค่าที่รับรู้ ความไว้วางใจ ความภักดี รวมถึงคุณค่าตราสินค้าสีเขียวทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณค่าตราสินค้าสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพื่อให้ธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์การตลาดสีเขียวในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด โดยการสร้างองค์ประกอบของตราสินค้าที่สามารถสื่อสารถึงการเป็นตราสินค้าที่ห่วงใยสิ่งแวดล้อมได้ชัดเจนมากขึ้น

ธนวรรณ มงคล (2558) ได้วิจัยเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการของโรงแรมสีเขียว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จากผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุและผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านความเชื่อที่มีต่อการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการในโรงแรมสีเขียวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การเล็งเห็นความสำคัญของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทั้ง 2 ด้านมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการในโรงแรมสีเขียว ด้วยข้อเสนอแนะว่าควรส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นตามสถานที่ตั้งของโรงแรม และควรสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าด้วยตราสัญลักษณ์มาตรฐานโรงแรมสีเขียว

ภัทรวัด มหาภิรมย์, พลศักดิ์ จิรไกรศิริ, วิพร เกตุแก้ว และชมพูนุช หนุ่นนา (2560) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานธรรมาภิบาลสีเขียวกับการจัดการอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย พบว่า การวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทางความสัมพันธ์การดำเนินงานธรรมาภิบาลสีเขียวกับการจัดการอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลทางตรงกับความมุ่งมั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม ผ่านไปยังการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และการสื่อสาร

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ไปยังความมุ่งมั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านไปยัง การเคารพผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการเคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชนไปยัง วัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม ผ่านไปยังการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารนโยบายด้าน สิ่งแวดล้อม ไปยังความมุ่งมั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านไปยังการเคารพ ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการเคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชนไปยังวัฒนธรรมที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เรวัต ตันตยานนท์ (2560) พบว่า ในปัจจุบันความสำเร็จเรื่องผลตอบแทนของธุรกิจไม่ได้ วัดจากการสร้างกำไรแค่เพียงอย่างเดียว จะต้องวัดกัน 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้าน สิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมต้องพิจารณาปัจจัยที่เกิดขึ้น ภายในองค์กร 5 ด้าน ได้แก่ 1) วัฒนธรรมองค์กรที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและ สังคม 2) บรรทัดฐานของจริยธรรมทางธุรกิจ 3) การให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 4) แนวคิดของธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และ 5) แนวคิดของธุรกิจด้านการ ช่วยเหลือสังคม 3) กลยุทธ์การตลาดสีเขียว ด้านการสื่อสารและการดำเนินการเพื่อสิ่งแวดล้อมมี ความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด ด้าน ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ด้านการเติบโตของรายได้ และด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งนี้เนื่องจาก องค์กรต้องมีการกำหนดถึงแนวทางที่จะนำมาใช้ในการวัดความสำเร็จของสิ่งที่ต้องการสื่อสารด้าน สิ่งแวดล้อม โดยจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายสำหรับการสื่อสารที่ชัดเจน สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมและมีลักษณะเฉพาะ สามารถวัดได้ ทำให้สำเร็จ

2.7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Erdogan & Baris (2007) ได้วิจัย เรื่องโครงการป้องกันและการปฏิบัติเกี่ยวกับอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเมืองอังการา ประเทศตุรกี พบว่า นโยบายและการปฏิบัติของโรงแรม ในเมืองอังการา ไม่มีการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้บริหารของโรงแรมขาดความรู้ และ ความสนใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ไม่มีการปฏิบัติเกี่ยวกับอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนานโยบายและการปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันและการอนุรักษ์นั้นต้องอาศัย ความร่วมมือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

Greenwood (2007) พบว่า การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสัมพันธ์กับความ รับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผ่านมุมมองที่พิจารณาการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ ชับซ้อนขึ้นว่าเป็นองค์ประกอบของความมีคุณธรรม

Tzschentke, Kirk, & Lynch (2008) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนและการบริหารการเงินของโรงแรมที่ส่งผลต่อการรับรู้และการมีส่วนร่วมของการใช้บริการโรงแรมสีเขียว พบว่า ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการบริหารการเงินของโรงแรมดังกล่าว นั่นคือเมื่อโรงแรมได้ใช้สินค้าหรือมีการบริการที่เน้นเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม อันก่อให้เกิดต้นทุนดำเนินงานที่มากขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องให้ความรู้กับลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ ว่าสิ่งของและบริการที่ถูกค้าได้ใช้ไปนั้น เป็นสินค้าหรือบริการที่ได้ช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม การให้ข้อมูลข่าวสาร มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการสร้างความรู้ต่อผู้บริโภคว่าสิ่งของหรือบริการที่เขาใช้อยู่เป็นสินค้าหรือบริการที่ได้ช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม การให้ลูกค้าได้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มเหล่านั้นเสมือนว่าลูกค้าได้มีโอกาสร่วมลงทุนเพื่อสิ่งที่ดีกว่าของโลกนี้

Lee, Hsu, Han, & Kim (2010) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต่อกลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมในสหรัฐอเมริกา พบว่ากลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน จะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อหรือภาพลักษณ์เชิงรู้คิด (Belief: Cognition Image) และความรู้สึกหรือภาพลักษณ์เชิงอารมณ์ (Emotional: Affective Image) ทั้งนี้ตำแหน่งองค์การเพื่อธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียวจะเกิดขึ้นได้ ผ่านการสื่อสารถึงคุณลักษณะและประโยชน์ของสินค้าและบริการสีเขียว สำหรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขององค์การดังกล่าวนี้ ลิและคณะได้ระบุถึงวิธีการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมได้แก่ กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงหน้าที่ (Functional Positioning Strategy) และตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงอารมณ์ (Emotional Positioning Strategy)

Manetti (2011) ได้ศึกษาคุณภาพของการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรายงานความยั่งยืนของบริษัทประเทศอังกฤษ สเปน โปรตุเกส จำนวน 174 ฉบับ พบว่าการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และถูกกำหนดให้เป็นกลยุทธ์ของบริษัท มีลักษณะการดำเนินการเป็นแบบการประชุม ปรีกษาหารือการติดตามและการเก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านอินเทอร์เน็ต อีเมล โทรศัพท์ การประชุม สำหรับช่องทางที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจผ่านการสำรวจการสนทนากลุ่ม การอภิปรายผ่านเว็บไซต์

Brohlburg & Gronau (2011) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะจองห้องพักในโรงแรมสีเขียว พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจที่จะจองห้องพักในโรงแรมสีเขียว ด้านการยอมรับในการให้บริการที่ไม่สะดวกสบายของโรงแรมเพื่อแลกต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับในการให้บริการที่ไม่สะดวกสบาย ไม่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการของโรงแรมสีเขียว

Han & Kim (2011) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และความภักดีต่อผู้เข้าพักมีต่อโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าความเชื่อที่มีต่อโรงแรมสีเขียว ในความตั้งใจที่จะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง จะสร้างการรับรู้และความภักดีต่อผู้เข้าพัก ซึ่งส่งผลต่อการบอกต่อการยินดีจ่ายเงินเพิ่มและการพักซ้ำในที่สุด สรุปได้ว่าผู้บริโภคในประเทศไทยมีทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมาก แต่ยังคำนึงถึงความสะดวกสบายของตนเองในการเข้าพักโรงแรมมากกว่าการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต

Teo & Rashad (2014) พบว่าความจำเป็นในการพิจารณาการตัดสินใจด้านเศรษฐกิจและระบบนิเวศ โดยการกำหนดนโยบายที่ช่วยรักษาคุณภาพของการพัฒนาการเกษตรและการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ภัยคุกคามที่สำคัญที่ทำให้การตลาดสีเขียวประสบความสำเร็จ คือ ความน่าเชื่อถือ โดยการที่ไม่เอื้อถึงการเรียกร้องด้านสิ่งแวดล้อมหรือสร้างความคาดหวังที่ไม่สมจริง และสื่อสารได้อย่างง่ายดายและผ่านทางแหล่งข้อมูล ผู้บริโภคสามารถไว้วางใจได้ ถ้าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นความต้องการของเวลาแล้ว การตลาดสีเขียวสามารถตอบสนองความต้องการและใช้เป็นวิธีการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นตลาดสีเขียวในองค์กรทำให้กำไรทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงินเข้าด้วยกัน

Eneizan & Wahab (2016) พบว่า กลยุทธ์การตลาดสีเขียวมีความสำคัญมากขึ้นสำหรับธุรกิจที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินผล ปัจจุบันได้มีการนำส่วนประสมทางการตลาดสีเขียวมาใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดสีเขียว สรุปได้ว่า ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดสีเขียวที่เข้ามาเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การตลาดสีเขียวทั้ง 7 ประการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สีเขียว 2) ราคาสีเขียว 3) การจำหน่ายสีเขียว 4) การส่งเสริมการขายสีเขียว 5) ผู้บริโภคสีเขียว 6) กระบวนการสีเขียว และ 7) หลักฐานทางกายภาพที่เป็นสีเขียว มีผลดีต่อการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 2.1 สรุปรวมงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel)

ผู้ศึกษาวิจัย	ปัจจัยที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษาวิจัย
นริศกานต์ พรหมนนก (2544)	การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความตระหนักของผู้บริหาร การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ผู้บริหารโรงแรมส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสาร ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูง
ศรัณญา สว่างทิศย์ (2545)	ระดับการศึกษา รายได้ การรับรู้ข่าวสาร การเข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชน	การรับรู้ข่าวสารมีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน และจะส่งผลไปถึงพฤติกรรมในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม และความคาดหวังทางสังคมจะมีผลต่อทัศนคติที่จะทำให้เกิดการเข้าร่วมกิจกรรม

ตารางที่ 2.1 สรุปผลงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) (ต่อ)

ผู้ศึกษาวิจัย	ปัจจัยที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษาวิจัย
อภิชาติ พัทธภิญโญพงศ์ (2545)	การฝึกอบรม การตระหนักรู้ การสื่อสารต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติงานนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม	พนักงานของโรงแรมต้องการให้มีความเชื่อมโยงกันระหว่างขั้นตอนการปฏิบัติงานและนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมควรสนับสนุนให้ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมีการสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น
กัมปนาท ผุดผ่อง (2548)	ห้องพักและสิ่งแวดล้อม ความสะอาดเรียบร้อยของพื้นที่ทั่วไป ความสวยงามร่มรื่นของพื้นที่สวนหย่อม การตกแต่งและความสวยงามภายในห้องพัก ความสะอาดบริเวณชายหาดของโรงแรม	นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศพึงพอใจในห้องพักและสิ่งแวดล้อมโดยผลรวมการประเมินอยู่ในระดับพอใจโดยพึงพอใจความสะอาดภายในห้องพักมากที่สุดทำให้ทราบได้ว่าโรงแรมต่างๆ ในเกาะสมุยได้มีการพัฒนาและรักษามาตรฐานความสะอาดอยู่ในระดับที่ดี
ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2550)	ระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในองค์กร เพศและพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพนักงาน	ระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในองค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ในขณะที่เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพนักงาน
วิรุจน์ สมโสภณ (2550)	การวัดผลหรือประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การบริหารทรัพยากรทางกายภาพ	การวัดผลหรือประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้งานและลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่หน่วย ตารางเมตรเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด
จุล ชนศรีนิชชัย และ อรุณ สิริจานุสรณ์ (2552)	พฤติกรรมผู้ใช้โรงแรมราคาประหยัด การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ โดยเน้นทางการบำรุงรักษา	การออกแบบพฤติกรรมผู้ใช้ต่อโรงแรมราคาประหยัดร่วมกับการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพโดยเน้นทางการบำรุงรักษา (Operation and Maintenance) พบว่าสามารถนำไปสนับสนุนโครงการในพื้นที่ๆ เกี่ยวข้อง เพื่อการออกแบบและบริหารทรัพยากรทางกายภาพให้มีประสิทธิภาพ ลดปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจเพื่อส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดี

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษาวิจัย	ปัจจัยที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษาวิจัย
วันวิสา วัลย์ดาว (2553)	ความใส่ใจในการจัดการ ความต้องการสิ่งแวดล้อมที่ดี ความร่วมมือของพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อม	การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดกระบี่พบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกล้วนมีผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ
เครือวัลย์ วงษ์มิตร (2554)	พฤติกรรมประหยัดพลังงาน ไฟฟ้าของบุคลากร	การประหยัดพลังงานไฟฟ้ามีผลต่อพฤติกรรมประหยัดพลังงานไฟฟ้าของบุคลากรภายในองค์กร
ตรีทิพ บุญเยี่ยม (2554)	มาตรฐานการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ลูกค้ามีส่วนร่วมในค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ในการช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์การสื่อสาร	การท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อความยั่งยืนของโลกและแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่เน้นให้เห็นถึงการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโรงแรมด้วยการสร้างความยั่งยืนให้กับโลก ด้วยแนวทางสีเขียวจะส่งผลดีให้กับโรงแรมในเชิงธุรกิจ
सानิตย์ หนูนิล (2557)	เพศ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ และปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ชนวรรณ มงคล (2558)	ความเชื่อที่มีต่อการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเล็งเห็นความสำคัญของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ความเชื่อที่มีต่อการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการในโรงแรมสีเขียวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การเล็งเห็น ความสำคัญของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมควรส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นตามสถานที่ตั้งของโรงแรม และควรสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าด้วยตราสัญลักษณ์มาตรฐานโรงแรมสีเขียว

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษาวิจัย	ปัจจัยที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษาวิจัย
ภัทรวัต มหาภิรมย์ และคณะ (2560)	ธรรมาภิบาลสีเขียว ความมุ่งมั่น การปฏิบัติการ วัฒนธรรมและเครือข่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลทางตรงกับความมุ่งมั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านไปยังการเคารพผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการเคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชน ไปยังวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
Freeman (1984)	ผู้มีส่วนได้เสีย	ผู้มีส่วนได้เสีย ต้องสร้างคุณค่าด้วยความ รับผิดชอบดูแลสิ่งแวดล้อม หรือการทำการใดๆ ที่ทำให้โลกเป็นที่น่าอยู่ ทั้งนี้แนวคิดทางธุรกิจ คุณธรรม ความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคมต้องดำเนินการไปพร้อมกัน เพราะผู้มีส่วนได้เสียคือ กลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร
Kirk (1995)	ขนาดของโรงแรม โรงแรมที่มีการบริหารงานโดยเจ้าของและการบริหารโดย เซ็น โนบาย การจัดการสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์กับชุมชนในท้องถิ่น	โรงแรมที่มีนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นการช่วยพัฒนาความสัมพันธ์กับชุมชนในท้องถิ่นให้ดีขึ้นมากที่สุด มีส่วนช่วยในความสัมพันธ์กับสาธารณชน ช่วยในการแบ่งส่วนทางการตลาดจากคู่แข่ง เพิ่มความพอใจของลูกค้า ปรับปรุงความพอใจของพนักงาน เพิ่มผลประโยชน์ของโรงแรม
Hanna, Newman, & Johnson (2000)	การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม	ความร่วมมือของพนักงานหรือการทำงานเป็นทีมมีผลต่อการปรับปรุงการปฏิบัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
Gilac et al. (2001)	ระยะเวลาการใช้สิ่งของ ขนาดของโรงแรม การบริหารงานโดยเครือ แรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ระยะเวลาการใช้สิ่งของ ขนาดของโรงแรม การบริหารงานโดยเครือ แรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและเทคนิคที่โรงแรมใช้ในการจัดการมีผลต่อการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
Post et al. (2002)	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งมีผลกระทบ หรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจขององค์กร นโยบาย และการปฏิบัติ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษาวิจัย	ปัจจัยที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษาวิจัย
Kassinis & Soteriou (2003)	การบริการสีเขียว การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม	การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในระดับสูงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีในระดับสูงทำให้มีผลประโยชน์ทางการตลาดในระดับสูง
Mensah (2004)	การแข่งขันในรูปแบบของตราสัญลักษณ์ เกียรติบัตร การประกาศและรางวัล	แรงกดดันที่ทำให้มีจิตสำนึกในการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ได้แก่ รัฐบาล ลูกค้า ผู้ลงทุน องค์การระหว่างประเทศ NGO และการแข่งขันในรูปแบบของตราสัญลักษณ์ เกียรติบัตร การประกาศและรางวัล
Mensah (2006)	การบริหารงาน โดยเครือ การบริหารงานโดยเจ้าของ	การบริหารงานโดยเครือมีการให้ความสนใจประเด็นทางสิ่งแวดล้อมมากกว่าโรงแรมที่มีการบริหารงานโดยเจ้าของ
Bohdanowicz (2006)	การปฏิบัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อม	ความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมเป็นแรงผลักดันให้โรงแรมมีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติ
Erdogan & Baris (2007)	นโยบายและการปฏิบัติของ โรงแรม ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริหารของโรงแรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	ผู้บริหารของโรงแรมขาดความรู้และความสนใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ไม่มีการปฏิบัติเกี่ยวกับอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนา นโยบายและการปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันและการอนุรักษ์นั้นต้องอาศัยความร่วมมือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
Tzschentke, Kirk, & Lynch (2008)	สินค้าหรือมีการบริการรักษา สภาพแวดล้อม ต้นทุนดำเนินงาน	เมื่อโรงแรมได้ใช้สินค้าหรือมีการบริการที่เน้นเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม อันก่อให้เกิดต้นทุนดำเนินงานที่มากขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องให้ความรู้กับลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ช่วยสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษาวิจัย	ปัจจัยที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษาวิจัย
Brohlburg & Gronau (2011)	ปัญหาสิ่งแวดล้อม ความตั้งใจที่จะจองห้องพัก การยอมรับในการให้บริการที่ไม่สะดวกสบาย	ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจที่จะจองห้องพักในโรงแรมสีเขียว ด้านการยอมรับในการให้บริการที่ไม่สะดวกสบายของโรงแรมเพื่อแลกต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับในการให้บริการที่ไม่สะดวกสบาย ไม่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการของโรงแรมสีเขียว
Han & Kim (2011)	ความเชื่อที่มีต่อโรงแรมสีเขียว การรับรู้และความภักดีต่อผู้เข้าพัก การยินดีจ่ายเงินเพิ่มและการพักซ้ำ	พฤติกรรมผู้บริโภคด้านความเชื่อที่มีต่อโรงแรมสีเขียว ในความตั้งใจที่จะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง จะสร้างการรับรู้และความภักดีต่อผู้เข้าพัก ซึ่งส่งผลต่อการบอกต่อการยินดีจ่ายเงินเพิ่มและการพักซ้ำในที่สุด
Manetti (2011)	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และถูกกำหนดให้เป็นกลยุทธ์ของบริษัท และมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจผ่านการสำรวจการสนทนากลุ่ม การอภิปรายผ่านเว็บไซต์
Teo & Rashad (2014)	กลยุทธ์การตลาดสีเขียว	การตลาดสีเขียวสามารถตอบสนองความต้องการและใช้เป็นวิธีการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นตลาดสีเขียวในองค์กรทำให้กำไรทั้งด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน
Eneizan & Wahab (2016)	กลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดสีเขียว	ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดสีเขียวที่ใช้มาเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การตลาดสีเขียวทั้ง 7 ประการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สีเขียว 2) ราคาสีเขียว 3) การจำหน่ายสีเขียว 4) การส่งเสริมการขายสีเขียว 5) ผู้บริโภคสีเขียว 6) กระบวนการสีเขียว และ 7) หลักฐานทางกายภาพที่เป็นสีเขียว มีผลดีต่อการดำเนินงานของธุรกิจ

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

กล่าวโดยสรุป ในการทบทวนวรรณกรรมว่าด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า ในการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) มีความเกี่ยวพันลึกซึ้งกับการนำแนวคิดการจัดการองค์การที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลง แนวคิดการตลาดสีเขียว และแนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำไปสู่ความมีกำไรทางสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติ จะส่งผลให้โรงแรมสามารถยกระดับการจัดการได้ตามมาตรฐานการจัดการที่เป็นเกณฑ์ชี้วัดในการประเมินตามมาตรฐาน Green Globe 21 ต่อไป เป็นการพัฒนาไปสู่การเป็น โรงแรมสีเขียวระดับโลก (Global Green Hotel) ในภาคปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งเน้นความสำเร็จตามวัตถุประสงค์คือ ความสำเร็จในการขับเคลื่อนแนวคิดการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถก้าวไปสู่ความมีกำไรทางสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนทั้งในรูปตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน และการพัฒนาไปสู่การเป็น โรงแรมสีเขียวระดับโลกได้ โดยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ได้แก่ แนวคิดการจัดการองค์การที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำสร้างความเปลี่ยนแปลง แนวคิดการตลาดสีเขียว และ แนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมซึ่งสามารถสะท้อนและประเมินผลได้ในรูปแบบผลลัพธ์ที่เป็นตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน โดยคำนึงถึงแนวคิดหลักการเชิงทฤษฎีประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-efficiency) คือการเพิ่มการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดของเสียและมลพิษน้อยที่สุด (WBCSD, 1992) แนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียของชุมชน เป็นการให้ความสำคัญต่อการวางแผน การจัดสรร การใช้ทรัพยากรและการกระทำหรือการดำเนินการใดๆ เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชน ทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และเกิดประโยชน์ต่อชุมชนร่วมกันแนวคิดสีเขียวและโรงแรมรักษ์โลก (Green Hotel) เป็นการให้แนวทางที่เจ้าของกิจการและบุคลากรสามารถมีส่วนร่วมในการลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากภาวะโลกร้อน ส่วนรัฐบาลก็สามารถมีส่วนร่วมได้โดยการออกนโยบายและมาตรการ เพื่อดำเนินโครงการสำนักงานสีเขียวในหน่วยงานราชการและเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชน เป็นการลดปริมาณการปล่อย

ก๊าซเรือนกระจกที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมได้ แนวคิดทางการจัดการและบริหารธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน สร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้อยู่ในองค์กร โดยตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับใช้แนวคิดและกลยุทธ์ทางการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนทั้งทางภาคเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษาจากกรณีศึกษาจากโรงแรมหรือองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

2.8.1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

มิติการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย	
มิติที่ 1 มิติด้านการจัดการองค์กรสีเขียว (Green Organization Management)	- ประเด็นย่อยที่ 1 การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment) - ประเด็นย่อยที่ 2 ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) - ประเด็นย่อยที่ 3 ด้านภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) - ประเด็นย่อยที่ 4 ด้านนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service Policy)
มิติที่ 2 มิติด้านการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing)	- ประเด็นย่อยที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) - ประเด็นย่อยที่ 2 ด้านราคา (Green Price) - ประเด็นย่อยที่ 3 ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) - ประเด็นย่อยที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion)
มิติที่ 3 มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation)	- ประเด็นย่อยที่ 1 ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Family) - ประเด็นย่อยที่ 2 ด้านโรงเรียน (Local School) - ประเด็นย่อยที่ 3 ด้านศาสนาและวัฒนธรรม (Religion and Culture Organization) - ประเด็นย่อยที่ 4 ด้านองค์การบริหารส่วนตำบล (Local Municipality) - ประเด็นย่อยที่ 5 ด้านสถานพยาบาลประจำตำบล (Local Hospital)

ที่มา: ผู้วิจัย

2.8.2 คำอธิบายกรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการศึกษา การบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยใน 3 มิติหลัก โดยมีคำอธิบายกรอบแนวทางในการวิจัย ดังนี้

มิติที่ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management)

ประเด็นย่อยที่ 1 การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3 R of Nature Environment) โดยใช้แนวคิดหลัก 3R ซึ่งเกี่ยวกับ

1) การลด (Reduce) คือลดการบริโภคทรัพยากรต่างๆ ลง เพื่อช่วยประหยัดทรัพยากรลงได้ อยากมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2) การใช้ซ้ำ (Reuse) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่ตรงๆ หรือเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ DIY ขึ้นเป็นของใช้ชิ้นใหม่ การที่เราเอาของที่ยังใช้ได้กลับมาใช้ซ้ำอีกครั้ง (หรืออีกหลายๆ ครั้งได้ก็ยิ่งดี)

3) การนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือหมุนเวียนกลับมาใช้อีก ดูแล้วคล้ายๆ Reuse แต่ความต่างคือ Recycle เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ โดยวัสดุที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้

ประเด็นย่อยที่ 2 ด้านวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) โดยใช้แนวคิดวัฒนธรรมองค์การแบบเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นวัฒนธรรมที่ให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม องค์การสนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และปฏิบัติงานโดยยึดมั่นในความถูกต้องทางศีลธรรม จรรยาบรรณ และหลักธรรมาภิบาล โดยใช้แนวคิดวัฒนธรรมองค์การของ Ivancevich และคณะ (2011) เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง 3 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer-service Culture)
- 2) วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture)
- 3) วัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture)

ประเด็นย่อยที่ 3 ด้านภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นการใช้ภาวะผู้นำเพื่อเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในการปฏิบัติงานขององค์การให้เอื้ออำนวยต่อการบรรลุประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยใช้แนวคิดของ Bass (1985) จำแนกภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

- 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์
- 2) การสร้างแรงบันดาลใจ
- 3) การกระตุ้นทางปัญญา
- 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

ประเด็นย่อยที่ 4 ด้านนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service Policy) เป็นการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในระดับสูงจนทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงจะทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีทำให้มีผลประโยชน์ทางการตลาดในระดับสูงโดยใช้แนวคิดจากผลการศึกษาของ Kassinis & Soteriou (2003)

มิติที่ 2 มิติด้านการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) เป็นการที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าออกมาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเริ่มจากการสรรหาแหล่งผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การปรับส่วนประสมทางการตลาดใหม่ให้เป็นส่วนประสมการตลาดสีเขียว โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's ประกอบไปด้วย

ประเด็นย่อยที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging)

ประเด็นย่อยที่ 2 ด้านราคา (Green Price) คำนึงถึงต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อมจนกระทั่งนำไปสู่การตั้งราคา ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายแพงให้กับต้นทุนการผลิตและคุณค่าที่เพิ่มขึ้น

ประเด็นย่อยที่ 3 ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) กระจายสินค้าให้ไปถึงมือผู้บริโภคต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

ประเด็นย่อยที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดสีเขียวไปยังผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเกิดความตระหนักอย่างจริงจังในเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว

มิติที่ 3 มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) คือการมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชน โดยใช้แนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนและสังคมท้องถิ่น และแนวคิดของ Freeman (1984) ได้คำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้

ประเด็นย่อยที่ 1 ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Community)

ประเด็นย่อยที่ 2 ด้านสถานศึกษาท้องถิ่น (Local School)

ประเด็นย่อยที่ 3 ด้านองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Local Religion and Culture Organization)

ประเด็นย่อยที่ 4 ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government)

ประเด็นย่อยที่ 5 ด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย” เป็นการศึกษาวิธีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพและก้าวไปสู่ความยั่งยืน โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังให้ทราบถึง มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว มิติตลาดสีเขียว และมิตีการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยในปัจจุบันว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียวในประเทศไทยให้ไปสู่ความยั่งยืนและสู่ผลสำเร็จอีกระดับของความเป็นโรงแรมสีเขียวระดับโลกได้ เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงการบริหารจัดการ และข้อเสนอแนะเป็นแนวทางการพัฒนานโยบายในการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้จากผลการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้พิจารณาใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกิจการที่จะศึกษาจากโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) จากคณะกรรมการส่งเสริมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว ประจำปี 2559-2561 ซึ่งกำลังดำเนินกิจการอยู่ในเขตจังหวัดภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจากคณะกรรมการฯ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาแบบเจาะจง (Case Study) โดยมุ่งศึกษาจำกัดเฉพาะสถานประกอบการโรงแรมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย โดยโรงแรมที่มีความพร้อมของข้อมูลในการนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาได้อย่างสมบูรณ์ที่สุดในการวิจัยครั้งนี้คือโรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว จังหวัดพังงา ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวและยังได้รับมาตรฐานรับรองสำหรับธุรกิจภาคการท่องเที่ยวจากสภาการท่องเที่ยวแห่งยุโรป (FTO) โครงการ Travelife ในระดับสูงสุดเพียงแห่งเดียว โรงแรมนี้ได้ถูกนำมาเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรโรงแรมทั้งหมดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย ดังนั้นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตจังหวัดภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยอื่นๆ จะถือเป็นข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ เหตุผลในการใช้รูปแบบการวิจัยข้างต้น เพื่อศึกษาและได้ข้อมูลเชิงลึก รวมทั้งมีรายละเอียดของข้อมูลในหลายด้าน เพื่อตอบประเด็นในการศึกษาการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน จึงเหมาะสมที่จะทำการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การสรุปและข้อเสนอแนะในการศึกษา เพื่อนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเทียบเคียงในการ

พัฒนาศักยภาพและการนำไปขยายผลต่อกิจการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก้าวไปสู่มาตรฐานระดับโลกต่อไป สำหรับการวิจัยเรื่องโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้เสนอการดำเนินการวิจัยเป็นลำดับ ดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบของการวิจัย
- 3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งจะทำให้การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) พร้อมสังเกตการณ์ (Observation) ไปด้วย และทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการนำเอาทัศนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาอธิบาย ปรากฏการณ์โดยให้ความสำคัญต่อมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งถือเป็นผู้รู้เห็นเหตุการณ์หรือ อยู่ในเหตุการณ์นั้นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการบริหารจัดการกิจการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร รวมถึงปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะของการบริหารจัดการองค์การดังกล่าว

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาปรากฏการณ์สังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงในทุกมิติ เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อมนั้น เป็นแนวคิดปรัชญาแบบปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) เป็นการวิจัยที่เหมาะสมจะใช้ในด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ข้อมูลที่เป็นความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดการให้ความหมายหรือการกำหนดนิยามของสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนค่านิยมและอุดมการณ์ของบุคคลที่ยึดถือ นอกจากนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) ซึ่งเป็นการสร้างข้อสรุปทั่วไปที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรตั้งแต่สองตัวขึ้นไป โดยการใช้วิธีการสังเกตเชิงประจักษ์ (Empirical Observation) การสร้างข้อสรุปทำโดยใช้กรณีศึกษา (Case) หรือแหล่งข้อมูลเฉพาะจำนวนหนึ่งเป็นหลัก เป็นการกล่าวอ้างความจริงทั่วไป (General) จากความจริงเฉพาะ (Particular) ชุดหนึ่งซึ่งเป็นการเข้าไปสัมผัสข้อมูลเฉพาะจำนวนหนึ่ง นำข้อมูลมาจัดระบบพิจารณาข้อสรุปตามที่คาดคะเนไว้แล้วสร้างข้อสรุปทั่วไป (สุภางค์ จันทวานิช, 2546, หน้า 1-10)

3.1.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยไว้เป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดเตรียมโครงร่างงานวิจัย เป็นขั้นตอนการจัดเตรียมโครงร่างตามระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย โดยการศึกษาสภาพปัญหาด้านการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย และการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ และบริบทของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาจัดทำโครงร่างงานวิจัย โดยขอคำแนะนำ และความเห็นในการจัดทำโครงร่างงานวิจัยจากอาจารย์ที่ปรึกษา และนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อนำเสนอโครงร่างงานวิจัยต่อบัณฑิตวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสัมภาษณ์รายบุคคลแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มีการกำหนดรูปแบบคำถามไว้ล่วงหน้า มีการเตรียมหัวข้อสัมภาษณ์และประเด็นการสนทนากลุ่ม สามารถเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลได้ง่าย แบบคำถามเป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ มาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรม การทำงานภายใต้แนวคิดการบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใน 3 มิติหลักด้วยกัน คือมิติที่ 1 ด้านการจัดการองค์การสีเขียว และมิติที่ 2 ด้านการตลาดสีเขียว ปัญหาอุปสรรคตลอดจนแนวทางปรับปรุงแก้ไขผ่านมุมมองของผู้จัดการหรือผู้ประกอบการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) สำหรับมิติที่ 3 การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ใช้วิธีในรูปแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1) สร้างประเด็นการสัมภาษณ์รายบุคคล ประเด็นคำถาม และแบบสนทนากลุ่ม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์รายบุคคลและการสนทนากลุ่ม เพื่อทราบแนวคิดคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทราบสภาพที่เป็นจริงในปัจจุบัน เพื่อที่จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนำไปสู่ผลของการวิจัย

2.2) ตรวจสอบประเด็นการสัมภาษณ์รายบุคคลและแบบสนทนากลุ่มแล้วปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริงโดยท่านอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ

2.3) นำประเด็นการสัมภาษณ์รายบุคคลและแบบสนทนากลุ่มไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจนได้ข้อมูลที่ถึงจุดอิ่มตัวและนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อทำการสรุปผลต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลรวบยอดการวิจัย

ตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และวิธีการทำอย่างไรในการบริหารจัดการกิจการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยให้มีมาตรฐานและความมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.1) สรุปผลการวิเคราะห์สาระบูรณาการข้อมูลจากประเด็นคำถามจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม สรุปประมวลผล เพื่อใช้ในการร่างวิธีการการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มีมาตรฐานและความมีประสิทธิภาพมากขึ้นในรูปแบบของข้อความ คำบรรยาย และแผนภาพ

3.2) ตรวจสอบผลการวิจัย โดยท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ นำภาพรวมของข้อคิดเห็น และเสนอแนะไปแก้ไขปรับปรุงผลการวิจัยแล้วนำเสนอผลการวิจัย สามารถสรุปได้ดังภาพ 3.1



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ / ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยโดยผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากการศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยาเป็นระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการศึกษาเพื่อค้นหาความหมายของปรากฏการณ์ที่เป็นประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์หรือบุคคลในวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น และมุ่งที่จะศึกษาในประเด็นของการรับรู้และให้ความหมายประสบการณ์นั้นๆ ว่าอย่างไร จำนวนผู้ให้ข้อมูลจะพิจารณาจากความอึดตัวของข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลที่เพียงพอสามารถอธิบายความหมายของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นได้ โดยเน้นให้ความสำคัญกับการศึกษาเฉพาะกรณี (Unique Case Orientation) โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษา (Case Study) โดยงานวิจัยนี้จะมุ่งศึกษาจำกัดเฉพาะสถานประกอบการ โรงแรมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย ที่มีความพร้อมของข้อมูลในการศึกษาอย่างสมบูรณ์ที่สุดซึ่งมีเพียง 1 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว จังหวัดพังงา เท่านั้น ซึ่งโรงแรมนี้จะเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างของจำนวนโรงแรมที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ภายใต้บริบทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ดังนั้น โรงแรมอื่นๆ ซึ่งอยู่ภายใต้บริบทที่แตกต่างกันออกไป จะถือเป็นข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้

3.2.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

มิตินี้ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว และมิตินี้ 2 ด้านการตลาดสีเขียว

ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ กลุ่มระดับผู้บริหารหรือผู้จัดการฝ่าย พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์การสีเขียวด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาดสีเขียวของโรงแรมเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (มิตินี้ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว และมิตินี้ 2 ด้านการตลาดสีเขียวโรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว จังหวัดพังงา)

ตัวแทนผู้ให้ข้อมูล เจ้าหน้าที่และผู้บริหาร โรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว	แผนก / สังกัด
- ประธานและหุ้นส่วนผู้จัดการโรงแรมพาราไดซ์	ฝ่ายบริหาร
- ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	ฝ่ายบริหาร
- Event Manager	ฝ่ายบริหาร
- ที่ปรึกษาโรงแรมพาราไดซ์	ฝ่ายบริหาร

ที่มา: ผู้วิจัย

มิตีที่ 3 การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ได้แก่ 1)ชุมชนท้องถิ่น 2)โรงเรียน 3) ศาสนาและวัฒนธรรม 4) องค์การบริหารส่วนตำบล และ 5) สถานพยาบาลประจำตำบล ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการสนทนากลุ่ม (การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม พาราไดซ์ เกาะขาว จังหวัดพังงา) : มิตีที่ 3 มิตีการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

ตัวแทน	รายนาม
องค์การบริหารส่วนตำบล	1. ประธานสภา อบต.เกาะขาว
	2. สารวัตรกำนัน ต.เกาะขาวน้อย
	3. อติศนายนก อบต. เกาะขาวน้อย
	4. ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4 ต.เกาะขาวน้อย
โรงเรียน	5. ศูนย์เรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
	6. ประธานการศึกษาโรงเรียนบ้านริมทะเล
	7. ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านริมทะเล
ชุมชนท้องถิ่น	8. ผู้แทนครอบครัวชุมชนคนรักสันกเงือกเกาะขาวน้อย
สถานพยาบาลประจำตำบล	9. แพทย์ประจำตำบลเกาะขาวน้อย
	10. พยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเกาะขาวชัยพัฒน์
ศาสนาและวัฒนธรรม	11. ผู้นำศาสนาอิสลามในพื้นที่

ที่มา: ผู้วิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย ตัวผู้วิจัย และการประมวลผลข้อมูลที่ใช้บันทึกในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดจดบันทึก ภาพถ่าย เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ กล้องถ่ายรูป คอมพิวเตอร์พกพา จดหมาย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสนทนากลุ่ม

1) แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มระดับผู้บริหารหรือผู้จัดการฝ่าย

พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กรสีเขียวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการทำการตลาดสีเขียวของโรงแรม เพื่อให้ทราบข้อมูล และความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวคิด กลยุทธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ประเด็นคำถามในแบบสัมภาษณ์เชิงลึกได้สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีประเด็นคำถามที่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสนทนากลุ่มในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ตัวแทนชุมชนและองค์กรท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในมิติจากมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสังคม ชุมชนท้องถิ่นด้านสิ่งแวดล้อมกับโรงแรมใน จังหวัดพังงาของสถานประกอบการโรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น โรงเรียน ศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนตำบลและสถานพยาบาลประจำตำบลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่มีส่วนร่วมทางสังคม ทั้งนี้ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มได้สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีประเด็นคำถามที่ ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) และการวิเคราะห์บริบท (Contextual Analysis) เพื่อให้เข้าใจ โทน ทัศน และความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545) และใช้การวิเคราะห์แบบสาเหตุและผลการวิเคราะห์บริบทว่าข้อความที่ตีความแต่ละช่วงหรือประโยคหรือคำนั้นๆ มีนัยของเรื่องใดเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดบ้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มนั้น เริ่มต้นผู้วิจัยได้นำข้อมูล ที่ได้ทำการบันทึกเสียงไว้โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการให้สัมภาษณ์ กลุ่มระดับผู้บริหารหรือผู้จัดการฝ่าย พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม และจากการสนทนากลุ่ม กับกลุ่มตัวแทนผู้นำชุมชนและองค์กรท้องถิ่น นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อให้ทราบคุณลักษณะของการบริหารจัดการที่นำไปสู่ความยั่งยืนของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ นอกเหนือจากตัวผู้วิจัยแล้ว ยังมีเครื่องมืออำนวยความสะดวกอื่นๆ ประกอบด้วย

- 1) เครื่องคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้อง
- 2) เครื่องบันทึกเสียง ได้แก่ IC Recorder

3) อุปกรณ์ในการจดบันทึกข้อมูล เช่น ปากกา สมุดจดบันทึก เป็นต้น

4) เครื่องบันทึกภาพนิ่ง ได้แก่ กล้องถ่ายรูป

5) หนังสือขอความอนุเคราะห์ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ที่ออกโดยมหาวิทยาลัย

ในการสร้างเครื่องมือเพื่อสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญและแบบการสนทนากลุ่มนั้น ผู้วิจัย ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1) ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการที่นำไปสู่ความยั่งยืนของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และวิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์

2) สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้างและแบบสนทนากลุ่ม โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำเสนอแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา

3) ทำการตรวจสอบ แก้ไข และปรับปรุงเครื่องมือวิจัย ซึ่งในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสนทนากลุ่ม ก่อนที่จะนำไปใช้จริงโดยอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับโครงสร้างของเนื้อหา ความชัดเจน การใช้ภาษา และการสื่อสาร

3.4 การสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ตัวผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเป็นผู้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการในการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้หลักเกณฑ์ของ Lincoln & Guba (1985) ซึ่งกล่าวถึงวิธีการในการพิจารณาตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ของข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ทั้งด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านทฤษฎี และโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความคลุมเคล้าของข้อมูล นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยยังตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ (Member Checks) โดยผู้วิจัยนำประเด็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นย้อนกลับมาตรวจสอบความเข้าใจของการสรุปและตีความของข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่าข้อสรุปที่ได้เป็นข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลจริง

2. ความสามารถในการถ่ายโอน (Transferability) ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนเกี่ยวข้องโดยตรงกับงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนที่สุด

3. ความสามารถในการพึ่งพา (Dependability) ผู้วิจัยได้ใช้หลายวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก(In-depth interview) การสังเกตและการจดบันทึก และเชื่อมโยงข้อมูลดังกล่าวเข้าด้วยกัน เพื่อเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง

4. ตลอดจนนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลอภิปรายร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อลดอคติจากการวิเคราะห์และตีความข้อมูล

5. ความสามารถในการยืนยัน (Conformability) โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบกระตุ้นแนวความคิดในการสร้างแนวคำถามเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาและผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิและภายหลังสิ้นสุดการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยทำการถอดเทปด้วยตนเองและนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกให้เป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ ทุกครั้งภายหลังเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ในแต่ละวัน

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่ภาคสนามสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) พร้อมกับการรวบรวมเอกสาร ศึกษาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เอกสาร ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิร่วมกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลบริหารการจัดการของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานสีเขียว โรงแรมรักษ์โลก Green Hotel แนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R แนวคิดการมีส่วนร่วมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำสร้างการเปลี่ยนแปลง แนวคิดการตลาดสีเขียว (Green Marketing) แนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากเอกสารสิ่งพิมพ์ กระจาย เช่น รายงานการวิจัย หนังสือ ตำราวิชาการ วารสาร บทความทางวิชาการ เอกสารการประชุมสัมมนา และจากเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ สืบค้นต่างๆ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตการณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากผู้บริหารของโรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว ที่มีความรู้และมีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยอย่างเป็นทางการในนามบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสยาม ผู้วิจัยจะใช้ปัญหาการวิจัยและแบบการสัมภาษณ์รายบุคคลแบบกึ่งโครงสร้าง สอบถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นแนวทางการสัมภาษณ์เพื่อค้นหาคำตอบ

จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้การสัมภาษณ์วิธีการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เป็นการสนทนาระหว่างผู้ที่มีข้อมูลกับผู้ต้องการทราบข้อมูล เป็นการถามตอบกันโดยตรง หากเข้าใจไม่ชัดเจนหรือสงสัยก็สามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ในเวลานั้นทันที สอบถามกันจนเป็นที่พอใจ

3) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยภาคสนาม เพื่อวิเคราะห์สังเคราะห์และพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หมายถึง การให้บุคคลในแต่ละกลุ่มที่นักวิจัยคัดเลือกมา สนทนาได้ตอบ แสดงความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกันในประเด็นต่างๆ ที่นักวิจัยกำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการให้ผู้ร่วมสนทนาได้พูดแสดงความคิดเห็นตามประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้ โดยกลุ่มผู้ร่วมสนทนาจะมีการอภิปรายในประเด็นต่างๆ ตามความคิดเห็นและประสบการณ์ของผู้ร่วมสนทนา นอกจากนี้การสนทนากลุ่มยังจัดเป็นการรวบรวมข้อมูล ที่นักวิจัยสามารถที่จะทำการสังเกตพฤติกรรมอากัปกริยาของบุคคลในกลุ่มสนทนาได้ และในขณะเดียวกัน นักวิจัยก็อาจจะทำการซักถามบุคคลใดบุคคลหนึ่งในประเด็นใดๆ ที่สงสัยก็ได้ เพื่อค้นหาพฤติกรรมที่แท้จริงในองค์กรและชุมชน อย่างไรก็ตาม การสนทนากลุ่มจะใช้ช่วงเวลาสั้น ซึ่งใช้เฉพาะการเก็บข้อมูลตามประเด็นที่ต้องการและเมื่อได้แล้วก็ยุติการสนทนา

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร

ข้อมูลข้อเท็จจริงที่ได้รับจากการวิจัยเอกสาร อาทิ เอกสาร วรรณกรรม รายงานหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะดำเนินการรวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ รวมทั้งพัฒนาและบูรณาการข้อมูล เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัย จะคัดกรอง จัดกลุ่ม และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ การใช้เทคนิคการวิจัยที่พยายามจะบรรยายเนื้อหาของความหรือเอกสารโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบและเน้นสภาพวัตถุวิสัย (Objectivity) การบรรยายจะเน้นที่เนื้อหาตามที่ปรากฏในข้อความ พิจารณาจากเนื้อหาโดยผู้วิจัยไม่มีอคติหรือนำความรู้สึกของตัวเองเข้าไปพัวพัน ไม่เน้นการตีความหรือหาความหมายที่ซ่อนอยู่ เบื้องหลังหรือความหมายระหว่างบรรทัด (สุภางค์ จันทวานิช, 2540) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มที่ได้มานำมาวิเคราะห์ข้อมูลข้อเท็จจริงประกอบกับข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร

และการขยายความเชิงรายละเอียดหรืออธิบายเหตุผล ใช้วิธีการวิเคราะห์ใจความ การวิเคราะห์บริบท มาสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบผลการวิจัยโดยท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ นำภาพรวมของข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะไปแก้ไขปรับปรุงผลการวิจัยแล้วนำเสนอผลการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยประกอบด้วย การศึกษามิติการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย การศึกษามิติการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย และการศึกษามิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งการศึกษานี้ใช้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสังเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสนทนากลุ่ม เป็นการใช่วิธีกรณีศึกษากลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Case Study) มุ่งศึกษาจำกัดเฉพาะสถานประกอบการ โรงแรมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เป็นลำดับๆ ต่อไป

4.1 มิติการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

จากแนวคิดการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management) ประกอบด้วย การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment) วัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) ภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service Policy) ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับข้างต้น

4.1.1 การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment)

ประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม ได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ซึ่งมีแนวทางดังนี้ การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment) และการวิเคราะห์การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ของโรงแรม

ก. การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment)

การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment) แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นในการศึกษา ได้แก่ แนวทางการลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle) ดังจะนำเสนอเป็นลำดับต่อไป

ประเด็นแรก การลด (Reduce) คือการลดการบริโภคทรัพยากรต่างๆ ลงเพื่อช่วยประหยัดทรัพยากรลงได้โดยมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังพบว่าพิจารณาได้จากกรณีการลดการใช้พลังงานและทรัพยากรต่างๆ ได้แก่

กรณีการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่าง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ โรงแรมมีการจัดการด้านพลังงาน โดยจะคำนึงถึงการใช้ไฟฟ้าและแสงสว่าง ซึ่งการใช้ทรัพยากรและพลังงานเหล่านี้จะต้องปลูกฝังในการใช้อย่างรู้คุณค่า ประหยัด และมีการควบคุมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแต่ละกิจกรรม โรงแรมมีการใช้พลังงานหลายรูปแบบ เช่น ระบบปรับอากาศ ระบบแสงสว่าง จะใช้มากใช้น้อยขึ้นอยู่กับลักษณะกิจกรรม ซึ่งพนักงานในโรงแรมทุกคนร่วมมือกันประหยัดพลังงาน และใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โรงแรมจะประหยัดพลังงานได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานทุกคน รวมทั้งขอความร่วมมือกับผู้รับบริการซึ่งเป็นผู้รับบริการหรือลูกค้าของโรงแรม ผ่านการสร้างการเข้าใจถึงความสำคัญของการใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่างอย่างคุ้มค่า โดยเฉพาะการติดป้ายเชิญชวนประหยัดการใช้พลังงานภายในห้องพัก

นอกจากนี้ โรงแรมมีการจัดการให้มีแสงสว่างในสำนักงานโรงแรมที่เพียงพอต่อการทำงานด้วย โดยใช้แสงสว่างจากธรรมชาติช่วยในการเพิ่มแสงสว่าง ปรับปรุงสีของผนัง ฝ้าเพดานไม่ให้เป็นโทนสีมืดทึบ และทำความสะอาดดวงไฟ ผนัง เพดาน และพื้นที่หรือบริเวณที่มีผลกระทบทำให้แสงสว่างลดลง ดังจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กันยายน 2560) อธิบายว่า “เราควรใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด เท่าที่จำเป็นเท่านั้น ตรงไหนที่ไม่มีใครเดินผ่านบ่อยหรือไม่ค่อยมีใครใช้ ให้พยายามปิดหรือติดตัวเซ็นเซอร์ควบคุม คือเปิดไฟเท่าที่จำเป็นเท่านั้น”

รวมทั้งการออกแบบภูมิทัศน์ที่ช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น ซึ่งช่วยลดอุณหภูมิภายนอกอาคารได้ในระดับหนึ่ง และการใช้ผลิตภัณฑ์นำทางห้องพักด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ยามกลางคืนแทนการใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

กรณีการลดการใช้น้ำ โดยทางโรงแรมยังพยายามลดการใช้น้ำ โดยตระหนักถึงความสำคัญในการลดการใช้ทรัพยากรไปพร้อมกับการควบคุมต้นทุนการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและคุ้มค่าไปพร้อมกัน กล่าวคือ ทั้งพนักงานและผู้ให้บริการโดยทั่วไปโดยส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย ทางโรงแรมจึงพยายามปรับเปลี่ยนวิธีการใช้น้ำตามความเคยชิน มาเป็นการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งปลูกฝังในการใช้อย่างรู้คุณค่า ประหยัด และมีการควบคุมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแต่ละกิจกรรม ทางโรงแรมจึงประหยัดการใช้น้ำได้ต้องอาศัยความร่วมมือจาก

พนักงานและผู้รับบริการผู้เข้าพักทุกคนเช่นกัน นอกจากนี้ทางโรงแรมยังมีการจัดการน้ำที่แล้วไม่ให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากน้ำเสีย ซึ่งปัญหาน้ำเสียส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกับของเสียจากบ้านเรือนทั่วไปหรือการดำรงชีวิตของมนุษย์ ที่ประกอบด้วยน้ำเสียที่เกิดจากการซักล้างทำความสะอาด การประกอบอาหาร และสิ่งขับถ่าย ซึ่งมีการปนเปื้อนของสารอินทรีย์ และก็อาจจะมิเชื่อโรคที่อาจแพร่กระจายออกสู่สิ่งแวดล้อมได้ ดังนั้นทางโรงแรมจึงใช้วิธีการบำบัดน้ำเสียเหล่านี้ก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมภายนอก รวมทั้งปรับเปลี่ยนน้ำในสระว่ายน้ำจากที่ใช้คลอรีนในสระว่ายน้ำเป็นระบบเกลือบำบัดหมุนเวียนแทนการใช้สารคลอรีนที่เป็นสารเคมีก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

กรณีการจัดการด้านมลภาวะในอากาศและฝุ่นละออง โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับจัดการคุณภาพอากาศไปในแนวทางเดียวกัน โดยอาคารในโรงแรมที่มีคุณภาพอากาศภายในสะอาด ย่อมส่งผลให้พนักงานมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ มีความสุข อีกทั้งผู้รับบริการที่มาพักในโรงแรมมีความรู้สึกสดชื่นและผ่อนคลายมากกว่าอาคารที่มีอากาศภายในที่มีมลพิษฟุ้งกระจายอยู่ อากาศที่เราหายใจภายในอาคารบางแห่งสกปรกกว่าอากาศภายในสถานที่ธรรมชาติ ดังนั้น โรงแรมจึงต้องมีการจัดการสภาพอากาศภายในและภายนอกของโรงแรมให้มีสภาพอากาศที่ดี ถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้พนักงานและผู้รับบริการที่มาพักในโรงแรมอยู่ในสภาพแวดล้อมเหมาะสม เกิดความสบายในการทำงานและมีสุขภาพอนามัยที่ดี สิ่งที่ทำให้เกิดมลพิษทางอากาศในโรงแรมโดยทั่วไป ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ พรม ปูพื้น การก่อสร้างหรือต่อเติมอาคารบางส่วน และบุหรี ซึ่งทางโรงแรมจะต้องพิจารณาสิ่งเหล่านี้เพื่อวางแผนการจัดการในการลดมลพิษทางอากาศให้มีประสิทธิภาพที่สุด โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 เมษายน 2561) อธิบายว่า “สิ่งที่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศในโรงแรม จะเป็นกลุ่มของ เครื่องปรับอากาศที่ต้องมีการล้างทำความสะอาดฝุ่นและลดการสะสมของเชื้อแบคทีเรีย ต้องล้างทุกๆ 6 เดือนหรือตามมาตรฐานของโรงแรม ส่วนพรมปูพื้นบางจุดก็ต้องมีการดูดฝุ่นทุกวันเพื่อไม่ให้เกิดการสะสมของไรฝุ่นในพรมที่เป็นอันตรายก่อให้เกิดภูมิแพ้ได้ ในส่วนของการสูบบุหรี ทางโรงแรมเน้นปลอดบุหรีแต่หากจำเป็นจริงๆ ก็มีการจัดโซนสูบบุหรีให้ผู้รับบริการเป็นสัดส่วนและมีความชัดเจน เป็นต้น”

โดยจากที่กล่าวมาย่อมพบว่า โรงแรมพยายามแก้ไขปัญหามลพิษและฝุ่นละออง ไปพร้อมกับการวางแผนการจัดการด้านการลดการใช้พลังงานไปพร้อมกัน ผ่านการจัดการสภาพอากาศภายในและภายนอกของโรงแรมให้มีสภาพอากาศที่ดี ถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้พนักงานและผู้รับบริการที่มาพักในโรงแรมอยู่ในสภาพแวดล้อมเหมาะสม เกิดความสบายในการทำงานและมี

สุขภาพอนามัยที่ดีด้วยวิธีการต่างๆ เช่น วิธีการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ พรมปูพื้น (Carpet) การทำป้ายสื่อสารให้ชัดเจนว่าเป็นพื้นที่ก่อสร้างหรืองานต่อเติมอาคาร เพื่อป้องกันผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องไม่ให้เข้าไปในบริเวณดังกล่าว การจัดพื้นที่สูบบุหรี่ (Smoking Area) และการอบรมและสื่อสารให้พนักงานรับทราบถึงความสำคัญของการจัดการเพื่อลดมลพิษให้ถูกต้อง เป็นต้น

กรณีการลดความดังของเสียง ซึ่งในประเด็นการจัดการคุณภาพเสียง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับจัดการคุณภาพเสียงไปในแนวทางเดียวกัน โดยโรงแรมมีการจัดการให้มีสถานะเรื่องเสียงในบริเวณโรงแรมและบริเวณรอบๆ ที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเสียงที่เกิดจากการทำงาน เสียงที่เกิดจากการปรับปรุงสำนักงาน ห้องพักโรงแรม รวมไปถึงเสียงจากภายนอกสำนักงานที่ส่งผลเสียได้ ซึ่งจากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2561) อธิบายว่า “มันเป็นนโยบายของโรงแรมเรานะ ซึ่งพนักงานทุกคนหรือผู้รับเหมาทำงานให้โรงแรมต้องทราบ ที่สำคัญเลยคือห้ามส่งเสียงดังรบกวนผู้รับบริการ ดัดป้ายให้ผู้รับบริการที่มาพักเข้าใจด้วยเพื่อเป็นการขอความร่วมมือในการเข้าพัก ไม่ให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้เข้าพักท่านอื่นด้วยเช่นกัน” ทั้งนี้เสียงดังส่วนใหญ่เกิดจากบริการเรือรับส่งผู้รับบริการ ซึ่งการมาพักที่โรงแรมนั้นจะต้องอาศัยเดินทางต่อมาโดยทางเรือยนต์ซึ่งมักจะมีเครื่องยนต์ที่มีเสียงค่อนข้างดัง ทางโรงแรมสามารถจัดการได้โดยเมื่อเรือรับส่งผู้รับบริการใกล้ถึงฝั่งจอดเทียบท่าของโรงแรมแล้วจะทำการเบาลงเครื่องยนต์เรือและค่อยๆ นำเรือเข้าเทียบฝั่งเพื่อลดปริมาณระดับเสียงไม่ให้ดังจนเกินไป บางครั้งเราได้ขอความร่วมมือจากเรือรับส่งของผู้ให้บริการทั่วไปในการลดระดับเสียงลงเมื่อใกล้ท่าเทียบ หรืออาจใช้วิธีจอดห่างฝั่งแล้วส่งต่อผู้โดยสารมาทางเรือประเภทอื่นที่ไม่เครื่องยนต์ก็ได้ ซึ่งเป็นการลดระดับเสียงดังที่ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงขึ้น นอกจากนี้ทางโรงแรมจะไม่มีบริการรับส่งทางเรือในเวลากลางคืนเนื่องด้วยเหตุผลทางความปลอดภัยและไม่ให้เกิดการใช้เสียงดังในยามวิกาลซึ่งเป็นการรบกวนผู้รับบริการผู้เข้าพักและผู้อาศัยชุมชนโดยรอบได้ โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2561) อธิบายว่า “โรงแรมเราขอความร่วมมือนะ ทั้งเรือรับส่งของโรงแรมและเรือรับส่งทั่วไป เข้าหรือออกจากท่าให้เบาเสียงลงด้วย”

เมื่อพิจารณาการลดการใช้เสียงย่อมพบว่า ทางโรงแรมใช้การบริหารจัดการผ่านการวางแผนการดำเนินงานที่มีขั้นตอนปฏิบัติงานหรือการให้บริการภายในพื้นที่ที่เหมาะสม ซึ่งสร้างความสะดวกสบาย ความประทับใจ และการลดการใช้ทรัพยากรไปพร้อมกัน

ส่วนกรณีการลดปริมาณขยะนั้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับจัดการลดปริมาณขยะไปในแนวทางเดียวกัน

โดยทางโรงแรมมีการจัดการของเสีย โดยดำเนินการควบคุมสิ่งที่เป็นเศษวัสดุ หรือสิ่งที่ปล่อยออกมาจากกระบวนการดำเนินงานของโรงแรม รวมถึงวัสดุ หรือของเสียที่ปนเปื้อน การจัดการของเสียของโรงแรม คือ การดำเนินการควบคุมสิ่งที่เป็นเศษวัสดุ หรือสิ่งที่ปล่อยออกมา หรือสารที่ไม่ต้องการอื่นๆที่ได้มาจากกระบวนการดำเนินงาน โรงแรมจะดำเนินการแยกของเสียหรือขยะ และพยายามดำเนินการกับของเสียเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการคัดแยกขยะช่วยสร้างมูลค่าจากขยะที่บางประเภท เช่น กระดาษ และพลาสติกได้ โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “การจัดการขยะมูลฝอย เป็นอีกหนึ่งความสำคัญของโรงแรม พนักงานรับผิดชอบทำงานสลับสับเปลี่ยนกันตลอด 24 ชั่วโมง เรามีเจ้าหน้าที่ตอนนี้ประมาณ 10 คน” ซึ่งวิธีการดังกล่าวช่วยลดปริมาณขยะที่ก่อให้เกิดมลพิษ และปรับให้เป็นมีมูลค่าอันเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่โรงแรมได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า แนวทางการลด (Reduce) การใช้พลังงาน และทรัพยากรต่างๆ หรือแนวทางการประหยัดการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และถูกต้องเหมาะสมผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึก ทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการ การวางแผนการดำเนินการ รวมทั้งการออกแบบสถานประกอบการล้วนส่งผลให้ช่วยลดการใช้ทรัพยากรได้เป็นอย่างดี

ประการที่สอง การใช้ซ้ำ (Reuse) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่จริงๆ หรือเพิ่มความสร้างสรรค์ (DIY) ขึ้น ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากหลายกรณี ได้แก่

กรณีศึกษา การใช้น้ำซ้ำ โดยหลายกิจกรรมภายในโรงแรมล้วนสร้างมลภาวะให้น้ำ โดยแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานของทางโรงแรมจะได้รับการฝึกอบรมถึงแนวทางในการจัดการน้ำที่ผ่านการใช้แล้วให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ โดยลดปริมาณน้ำมัน ไขมัน ขยะและเศษอาหารจากแหล่งกำเนิด

โดยการลดปริมาณการปนเปื้อนของน้ำมันในน้ำด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่ การลดการใช้ น้ำมันในการปรุงอาหาร การกวาดเศษอาหารออกจากภาชนะก่อนนำไปล้าง แยกน้ำมันใช้แล้วใส่ภาชนะเพื่อนำไปกำจัด การไม่เทน้ำมันใช้แล้วลงน้ำทิ้งหรือท่อระบายน้ำ และการรวบรวมภาชนะที่จะต้องล้างให้มีปริมาณมาก เพื่อลดจำนวนครั้งที่ล้าง

ส่วนการกำจัดน้ำมัน ไขมัน ขยะและเศษอาหารโดยใช้บ่อดักไขมัน ก่อนการนำน้ำที่ได้รับการบำบัดไปใช้ซ้ำในกิจการโรงแรมเช่น เลี้ยงปลาหรือปล่อยใส่บ่อบัวในสระน้ำของโรงแรมแทนการใช้น้ำใหม่ การจัดการน้ำมันและไขมันโดยใช้บ่อดักไขมันเป็นวิธีการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการบำบัดน้ำเสียที่ปนเปื้อนน้ำมันและไขมัน

นอกจากนี้โรงแรมควดขันในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดชีวภาพ หรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำจุลินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ติดฉลากเขียวหรือมีข้อความบ่งชี้ว่า “ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติแทนสารเคมีที่เป็นอันตราย เป็นต้น ซึ่งมาตรการการประหยัดน้ำไม่เพียงแต่จะช่วยควบคุมปริมาณการใช้น้ำ แต่ยังสามารถลดปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การล้างภาชนะ การชำระล้างทำความสะอาด หรือการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่เช่น รดน้ำต้นไม้ หรือนำไปเลี้ยงปลา เลี้ยงพืชน้ำ เป็นต้น โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ธันวาคม 2560) อธิบายว่า “การจัดการบำบัดน้ำเสีย จัดทำระบบดักไขมันต่างๆ เพื่อนำน้ำมาใช้ซ้ำใหม่ได้อีกเป็นนโยบายสำคัญของโรงแรม และโรงแรมก็มีต้นทุนในการบำบัดสูง การจัดการมีขั้นตอนที่ละเอียดและมาก พนักงานที่รับผิดชอบจะต้องเข้าใจในกระบวนการทำงานอย่างท่วงแท้”

กรณีการคัดแยกขยะ เป็นกิจกรรมในโรงแรมที่สามารถนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำ ได้แก่ ในส่วนจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ โรงแรมจะใช้อุปกรณ์ให้นำมาใหม่ได้ ของเอกสารที่ผ่านการใช้งานแล้วให้ใช้ซ้ำเท่าที่สามารถใช้ได้ กระดาษให้ใช้ทั้ง 2 หน้า กระดาษเช็ดมือปรับให้ใช้เป็นผ้าเช็ดมือแทน ขวดน้ำดื่มพลาสติก เบียงเก่า หรือขวดแก้วเก่าสามารถนำมาดัดแปลงเป็นกระถางต้นไม้ หรือภาชนะใส่ของโฟม มีการนำแก้วน้ำหรือแก้วกระบอกไม้ไผ่ให้ใช้แทนแก้วกระดาษ การเลือกใช้แบตเตอรี่ที่เพิ่มการใช้แบบเก็บประจุไฟฟ้าได้ (Rechargeable Batteries) และมีการใช้ “ถังสีเขียว” ไม่เอาถังโฟมหรือถังพลาสติกเพื่อลดปริมาณขยะ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาขอมพบว่าการใช้ซ้ำ (Reuse) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่จริงๆ หรือเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ (DIY) ขึ้น ซึ่งการใช้ซ้ำของทางโรงแรมมุ่งเน้นอยู่ที่การวางแผนการดำเนินการที่กำหนดขั้นตอนการดำเนินการภายในองค์กรให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยพยายามสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานตระหนักถึงการปฏิบัติงานที่ช่วยให้การนำทรัพยากรมาใช้ซ้ำได้ เช่น การทำให้น้ำใช้แล้วปนเปื้อนน้ำมันให้น้อยที่สุด เป็นต้น รวมทั้งการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ส่งผลเสียหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้แก้วกระบอกไม้ไผ่ เป็นต้น

ประการที่สาม การนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือหมุนเวียนกลับมาใช้อีก ซึ่งหากพิจารณาโดยทั่วไป จะพบว่าคล้ายกับ Reuse แต่ความต่างคือ Recycle เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ โดยวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้อีกได้ ซึ่งการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จัดให้มีขึ้นเพื่อใช้เป็นวิธีการในการกำหนดขั้นตอนควบคุมการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ตั้งแต่การแยกประเภท การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่าง

ถูกต้องเหมาะสม ให้สอดคล้องกับกฎหมายในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุ ที่ไม่ใช่แล้ว และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “ เรื่องของการคัดแยกไม่ว่าจะเป็น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล เราเองมีโรงคัดแยกอยู่แล้ว สำหรับขยะเปียกเราจะนำไปทำปุ๋ยหมัก ส่วนขยะแห้งเราก็นำไปเผา (เตาเผา) ซึ่งติดตั้งห่างจากโรงแรมมากพอสมควร ไม่กระทบต่อมลภาวะ เพราะโรงแรมมีพื้นที่โดยรอบประมาณ 100 ไร่เศษ เป็นสภาพแวดล้อมของโรงแรม ” วิธีการนี้จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงการจัดการขยะทั่วไป รวมถึงขยะอันตราย ที่เกิดจากการดำเนินงาน และการบริการของโรงแรม โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจประเภทและปริมาณขยะและพฤติกรรมกาทิ้งขยะ โดยดำเนินการสำรวจพื้นที่และกิจกรรมต่างๆ ในสำนักงาน ถึงประเภทและปริมาณขยะที่เกิดขึ้น เพื่อวางแผนในการจัดการขยะ ได้แก่ การกำหนดจำนวนถังขยะ จุดวางถังขยะ

ขั้นตอนที่ 2 การจัดวางถังขยะและการคัดแยกขยะ หลังจากทราบถึงประเภท ปริมาณขยะ และพฤติกรรมกาทิ้งขยะของพนักงาน ผู้รับผิดชอบจะต้องดำเนินการแยกประเภทของขยะ พร้อมทั้งติดป้ายบ่งชี้ประเภทขยะให้ชัดเจนที่ถังขยะ และนำมาวางในจุดที่กำหนด ถังขยะทุกใบควรจะต้องวางในพื้นที่ที่สะดวกต่อการทิ้ง มีฝาปิด นอกจากนี้ยังต้องมีการเตรียมพื้นที่ที่รองรับขยะทั้งหมดก่อนการนำไปกำจัด ซึ่งพื้นที่รองรับขยะจะต้องแบ่งออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน เพื่อรองรับขยะประเภทต่างๆ ที่ได้ถูกคัดแยกมาแล้ว

ขั้นตอนที่ 3 การให้ความรู้ในการจัดการขยะให้ความรู้แก่พนักงานทุกคนในการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง ส่งเสริมพนักงานให้มีการลดปริมาณขยะอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำวัสดุใช้แล้วมาเวียนใช้ หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ในสำนักงาน หรือการทดแทน และจะต้องมีการรณรงค์การจัดการขยะในแต่ละรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบความถูกต้องของการคัดแยกขยะ กำหนดผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบการทิ้งขยะของพนักงาน ความถี่ในการตรวจสอบประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือตามความเหมาะสมขององค์กร หากพบว่าการทิ้งขยะผิดประเภทจะต้องมีการกำหนดมาตรการในการจัดการเพื่อป้องกันการทิ้งขยะผิดซ้ำ นอกจากนี้ผู้ตรวจสอบจะต้องตรวจสอบถึงการนำวัสดุเหลือใช้มาเวียนใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ในโรงแรมหรือเป็นเพื่อการทดแทน

ขั้นตอนที่ 5 การกำจัดขยะ ซึ่งจำแนกวิธีบริหารจัดการดังนี้

ขยะทั่วไป เช่น เศษอาหาร ถุงพลาสติก กล่องโฟม ขยะจากอุปกรณ์สำนักงานโรงแรม เป็นต้น จะส่งให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปกำจัด

ขยะรีไซเคิล เช่น ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระดาษ กล่องกระดาษลัง เป็นต้น จะคัดแยกไว้เป็นสัดส่วนและจะส่งให้กับผู้รับซื้อของเก่าที่จะต้องมีใบอนุญาตในการประกอบกิจการอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ขยะอันตราย เช่น ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ ขยะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น หากมีในปริมาณมากจะต้องส่งให้กับบริษัทที่รับกำจัดขยะอันตรายโดยเฉพาะที่ได้รับการอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เท่านั้น

ขั้นตอนที่ 6 บันทึกปริมาณขยะรายเดือนเป็นประจำทุกเดือน

นอกจากนี้ จะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “ พวกเราเห็นว่าควรมีการจัดการขยะมูลฝอยให้เป็นนโยบายหลัก ไม่ให้กระทบต่อชุมชน และบริเวณรอบข้าง (โดยทุกวันที่ 15 ของเดือนจะกำหนดเป็นวันจัดเก็บขยะชุมชน)” อีกทั้งสำนักงานยังติดตั้งถังดักไขมันและมีการดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในส่วนของเศษขยะ เศษอาหาร คราบน้ำมันและสิ่งสกปรกต่างๆ ควรได้รับการกำจัดอย่างเหมาะสม โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ธันวาคม 2560) อธิบายว่า “สภาพภูมิศาสตร์ทั่วไปในเกาะยาวนั้นจะมีปัญหาเรื่องของน้ำจืด ทางโรงแรมจึงมีนโยบายประหยัดการใช้น้ำ นำน้ำมาใช้ซ้ำทุกวิธีทาง รีไซเคิลน้ำใหม่ คือใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด และจะไม่ยอมปล่อยน้ำเสียโดยปราศจากการบำบัดที่ถูกต้องเหมาะสมออกสู่ทะเลหรือแม่น้ำเป็นอันขาด”

จากข้างต้นย่อมพบว่าการนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือหมุนเวียนกลับมาใช้อีก โดยเป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ ซึ่งวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้อีกได้ ซึ่งการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย โดยทางโรงแรมได้จัดให้มีวิธีการในการกำหนดขั้นตอนควบคุมการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ตั้งแต่การแยกประเภท การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่างถูกต้องเหมาะสมให้สอดคล้องกับกฎหมายในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุ ที่ไม่ใช่แล้ว และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ข. การวิเคราะห์การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ของโรงแรม

หากพิจารณาถึงประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R กล่าวคือ แนวทางการลด (Reduce) การใช้พลังงาน และทรัพยากรต่างๆ หรือแนวทางการประหยัดการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และถูกต้องเหมาะสมผ่านการสร้างความรู้

ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึก ทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการ การวางแผนการดำเนินการ รวมทั้งการออกแบบสถานประกอบการล้วนส่งผลให้ช่วยลดการใช้ทรัพยากรได้เป็นอย่างดี ในขณะที่การใช้ซ้ำ (Reuse) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่จริงๆ หรือเพิ่มการสร้างสรรค์ (DIY) ขึ้น ซึ่งการใช้ซ้ำของทางโรงแรมมุ่งเน้นอยู่ที่การวางแผนการดำเนินการที่กำหนดขั้นตอนการดำเนินการภายในองค์กรให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพยายามสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานตระหนักถึงการปฏิบัติงานที่ช่วยให้การนำทรัพยากรมาใช้ซ้ำได้ เช่น การทำให้น้ำใช้แล้วปนเปื้อนน้ำมันให้น้อยที่สุด เป็นต้น รวมทั้งการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ส่งผลเสียหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้แก้วกระบอกไม้ไผ่ เป็นต้น และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือหมุนเวียนกลับมาใช้อีก โดยเป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ ซึ่งวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้อีกได้ ซึ่งการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย โดยทางโรงแรมได้จัดให้มีวิธีการในการกำหนดขั้นตอนควบคุมการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ตั้งแต่การแยกประเภท การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่างถูกต้องเหมาะสมให้สอดคล้องกับกฎหมายในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

โดยแนวทางการดำเนินการทั้งหมดข้างต้น ดำเนินการภายใต้แนวคิดในการปฏิบัติที่สำคัญของโรงแรมได้แก่

ประการแรก การกำหนดนโยบายและการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร

ประการต่อมา การสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการของโรงแรมให้ตระหนักและปฏิบัติตามการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R คือ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle)

ประการที่สาม การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งอาคารสถานที่ วิธีการและขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม และ

ประการที่สี่ การเชิญชวนให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

4.1.2 ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)

ประเด็นด้านวัฒนธรรมองค์กร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม ได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบที่ให้

พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้แนวคิดวัฒนธรรมองค์การของ Ivancevich et al. (2011) เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง 3 องค์ประกอบ ดังนี้

ประการแรก วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer-service Culture) คือ การสร้างรูปแบบของการบริการให้เป็นแนวทางของการทำงานในทิศทางเดียวกันขององค์กร โดยทางโรงแรมตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กับการให้บริการที่ประทับใจแก่ผู้รับบริการ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของโรงแรม ดังพิจารณาได้จากกรณีการปฏิบัติตามแนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของโรงแรม ได้แก่ โดยการขอความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องภายในกับการให้บริการ โดยการสร้างการยอมรับและตระหนักถึงการปฏิบัติตามแนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R แก่พนักงานโรงแรม และการขอความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องภายนอกกับการให้บริการ โดยการสร้างการยอมรับและตระหนักถึงการปฏิบัติตามแนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R แก่บุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรม ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้ให้บริการสมทบ เช่น เรือรับส่งของ ผู้รับเหมาขนส่ง ดังเช่น ผู้บริหารโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “เราขอรับรอง ขอความร่วมมือทั้งเรือรับส่งของทางโรงแรม และของผู้รับเหมาขนส่งทางเรือ เรื่องเสียงเครื่องยนต์นะว่าอย่าทำให้เสียงดังเมื่อใกล้ถึงฝั่ง โรงแรมต้องเพลารถยนต์ลงให้มากที่สุด เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนลูกค้าที่พักในโรงแรมและที่พักอาศัยในละแวกนี้”

ประการที่สอง วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture) คือ องค์การที่มีวัฒนธรรมเน้นจริยธรรม เป็นการดำเนินงานที่มีบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) มีความเป็นธรรมต่อลูกค้า พนักงานและกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงานในผลประโยชน์ของสวัสดิการพนักงานและนโยบายของฝ่ายบุคลากร (ผ่านทางคณะกรรมการของพนักงาน) และรักษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของโรงแรมและอนุรักษ์ต้นไม้ท้องถิ่นและที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า มีจริยธรรมต่อการคิดถึงที่อยู่อาศัยของสัตว์ประจำท้องถิ่น เช่น การรักษาที่อยู่อาศัยของนกเหืองและสัตว์สายพันธุ์อื่นที่อยู่บริเวณใกล้เคียงโรงแรม ซึ่งโรงแรมให้ความสำคัญกับวิธีการหรือการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมโดยมิได้เน้นหวังแต่ผลลัพธ์อย่างเดียว ดังจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 เมษายน 2560) อธิบายว่า “นโยบายของโรงแรมเรามีความชัดเจนมากและเป็นนโยบายของโรงแรมที่จะต้องจัดการเรื่องสภาพแวดล้อมให้มีความสมดุล นึกถึงสัตว์พืชท้องถิ่นด้วย เขาอยู่ได้เราก็อยู่ได้” และ

ประการที่สาม วัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture) ความหลากหลายในองค์การส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งการจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สำคัญของโรงแรมดำเนินการโดยการใช้การฝึกอบรมบุคลากร หรือการอบรมพนักงานก่อนการเข้า

ปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม ขณะเดียวกันใช้การจัดการที่เน้นการสร้างความตระหนักต่อการทำงานที่ยึดมั่นถึงการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของโรงแรมในขณะเดียวกันก็พยายามจัดการความหลากหลายของผู้รับบริการผ่านการชักชวนด้วยความสมัครใจให้เข้าใจถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ทางโรงแรมจัดกิจกรรมให้พนักงานชาวท้องถิ่นของเราได้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าชาวต่างชาติจากที่ต่างๆ ที่มาพักกับเรา เรามีการผลิตผักและสมุนไพรออแกนิกในสวนของเราอยู่แล้ว เราเชิญลูกค้าต่างชาติมาชมสวนและเรียนรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยด้วยกัน ทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสนุกสนาน นอกจากการนำผักและสมุนไพรมาใช้ในการปรุงอาหารในร้านอาหารของเรา ลูกค้าสามารถเลือกผัก และสมุนไพรมาปรุงอาหารเมื่อลูกค้าลงเรียนคอร์สทำอาหารของเราได้ นอกจากนี้เรายังทำกิจกรรมพาลูกค้าไปร่วมทำกิจกรรมกับคนท้องถิ่น ชุมชนนอกโรงแรมด้วย”

จากทั้งหมดข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า การจัดการองค์การในมิติด้านวัฒนธรรมองค์การทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer-service Culture) วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture) และวัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture) นั้น โรงแรมได้สร้างและปฏิบัติตามวัฒนธรรมผ่านกระบวนการฝึกอบรมเพื่อหล่อหลอมหรือหล่ออมเกล้าให้บุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรหรือโรงแรม ซึ่งการอบรมดำเนินการทั้งในทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้วัฒนธรรมที่สร้างขึ้นนั้นถูกแปลงไปสู่การปฏิบัติผ่านการยอมรับและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R หรือการจัดการองค์การสีเขียวที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4.1.3 ด้านภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

ประเด็นด้านภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นการใชภาวะผู้นำเพื่อเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในการปฏิบัติงานขององค์การให้เอื้ออำนวยต่อการบรรลุประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยใช้แนวคิดของ Bass (1985) จำแนกภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

ประการแรก การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำและต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา สิ่งที่ผู้นำต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงคุณลักษณะนี้คือ ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ตาม ผู้นำจะเสริมความภาคภูมิใจ ความจงรักภักดี และความมั่นใจของผู้ตาม และทำให้ผู้ตามมีความเป็นพวกเดียวกับผู้นำ โดยอาศัย

วิสัยทัศน์และการมีจุดประสงค์ร่วมกัน ผู้นำแสดงความมั่นใจช่วยสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผู้ตามจะเลียนแบบผู้นำและพฤติกรรมของผู้นำจากการสร้างความมั่นใจในตนเอง ประสิทธิภาพและความเคารพในตนเอง ผู้นำการเปลี่ยนแปลง จึงรักษาอิทธิพลของตนในการบรรลุเป้าหมายและปฏิบัติภาระหน้าที่ขององค์การ

ดังจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ทางโรงแรมมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและป้องกันมลภาวะตามความเหมาะสม ผู้บริหารทุกคนจะทำตัวเป็นแบบอย่างให้พนักงานเห็นตามนโยบายหลักของโรงแรมที่ต้องดำเนินงานโดยยึดหลักเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การพยายามนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ กำหนดการเลือกใช้วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การลดปัญหามลพิษหรือควบคุมให้เกิดน้อยที่สุด ทั้งหมดนี้ผู้บริหารออกนโยบายและกึ่งมือทำให้พนักงานเห็นด้วยว่าไม่ได้เป็นเพียงนโยบายในแผ่นกระดาษเท่านั้น”

ประการที่สอง การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) หมายถึง การที่ผู้นำจะประพจน์ในทางที่จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม โดยการสร้างแรงจูงใจภายใน การให้ความหมายและท้าทายในเรื่องงานของผู้ตาม ผู้นำจะกระตุ้นทีมให้มีชีวิตชีวา มีการแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและการคิดในแง่บวก ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังที่ผู้นำต้องการอย่างชัดเจน ผู้นำจะแสดงการอุทิศตัวหรือความผูกพันต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน ผู้นำแสดงความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ของตนเพื่อวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์การ ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามพัฒนาความผูกพันของตนต่อเป้าหมายระยะยาว ทำให้ผู้ตามรู้สึกเหมือนตนเองมีคุณค่า และกระตุ้นให้พวกเขาสามารถจัดการกับปัญหาที่ตนเองเผชิญได้ ซึ่งในกรณีนี้ทางโรงแรมยังต้องมีการคิดหาวิธีการในการจูงใจพนักงานให้มีแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานด้วยความยินดีโดยไม่ใช่ลักษณะของการเกรงกลัวต่อกฎระเบียบของโรงแรม ดังจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “การบริหารจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมนะ ต่อให้มันนโยบายดีแค่ไหน เป้าหมายก็ชัดเจน ความตั้งใจก็มี แต่ถ้าคนหรือบุคลากรไม่มีความแน่วแน่ ไม่มีแรงบันดาลใจที่จะกระทำได้อย่างต่อเนื่อง มันก็ยากนะที่จะก้าวไปในแต่ละขั้น แต่ไม่ว่ายังไงก็ตามก็ต้องพยายามกันต่อไป สิ่งแวดล้อมดีขึ้น ชีวิตพวกเราก็คดีขึ้นตามกันนะ”

ประการที่สาม การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน เพื่อหาข้อสรุปใหม่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และ

สร้างสรรค์ โดยผู้นำมีการคิดและแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีวิถีทางแบบใหม่ๆ มีการจูงใจและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆ ในการพิจารณาปัญหาและการหาคำตอบโดยผู้นำจะสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ตามว่าปัญหาทุกอย่างต้องมีวิธีแก้ไข แม้บางปัญหามักมีอุปสรรคมากมาย ผู้นำจะพิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างได้ จากความร่วมมือร่วมใจในการแก้ปัญหาของผู้ร่วมงานทุกคน ผู้ตามจะได้รับการกระตุ้นให้ตั้งคำถามต่อตนเอง ความเชื่อและประเพณี การกระตุ้นทางปัญญาเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาความสามารถของผู้ตามในการที่จะตระหนักและแก้ไขปัญหาด้วยตนเองยิ่งขึ้นไป ในกรณีของโรงแรมยังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาความสามารถของพนักงานในการที่จะตระหนักและแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง เนื่องจากพนักงานชาวท้องถิ่นจะยังไม่ค่อยกล้าแสดงออกทางความคิดเห็นมากนัก ผู้บริหารจึงต้องยังต้องสวมบทบาทในการเป็นผู้นำค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้จาก การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2560) อธิบายว่า “เรามีการทบทวนแผนการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ มีการรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานของเรา เพื่อนำเอาความคิดเห็นเหล่านั้นมาประเมินควบคู่กับผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ผ่านมา โดยพยายามกำจัดจุดอ่อนของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมออกไปให้มากที่สุด แต่พนักงานของเรายังต้องได้รับการพัฒนาและฝึกฝนทางความคิดในทักษะการปรับปรุงงานและการแก้ไขปัญหามากขึ้น ซึ่งนี่ก็เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของเรา”

ประการที่สี่ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำในการดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นที่ปรึกษาของผู้ตามแต่ละคน จะเอาใจใส่ในความต้องการของปัจเจกบุคคล เพื่อความสัมฤทธิ์ผล และการเติบโตของแต่ละคน ผู้นำจะพัฒนาศักยภาพของผู้ตามและเพื่อนร่วมงานให้สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้นำจะมีการปฏิบัติต่อผู้ตาม โดยการให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ สร้างบรรยากาศของการให้การสนับสนุน คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ผู้นำสนใจในความกังวลของแต่ละบุคคล เห็นปัจเจกบุคคลมากกว่าเป็นแค่เพียงพนักงานหรือเป็นเพียงปัจจัยการผลิต ผู้นำจะมีการฟังในรูปแบบการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ผู้นำจะมีการมอบหมายงานเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้ตาม เปิดโอกาสให้ผู้ตามได้ใช้ความสามารถพิเศษอย่างเต็มที่ และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ท้าทายความสามารถ ผู้นำจะดูแลผู้ตามว่าต้องการคำแนะนำ การสนับสนุนและการช่วยให้ก้าวหน้าในการทำงานที่รับผิดชอบอยู่หรือไม่ โดยผู้ตามจะไม่วินิจฉัยว่าเขากำลังถูกตรวจสอบ ซึ่งในกรณีของโรงแรมในการปฏิบัติต่อพนักงานด้านความเป็นปัจเจกบุคคล ยังไม่เด่นชัด เนื่องจากต้องใช้ความร่วมมือกันเป็นหลักในการทำงานลักษณะกลุ่มที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เน้นความกลมกลืนไปในแนวทางเดียวกัน ระบียบการต่างๆ รวมถึงการประเมินผลจึงค่อนข้าง

ในรูปแบบองค์ความเป็นกลุ่มมากกว่าความเป็นปัจเจกบุคคล ดังจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2560) อธิบายว่า “เรา มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม โดยกำหนด แบ่งฝ่ายจัดการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นทีมที่ เชื่อมโยงกัน ยึดรูปแบบการทำงาน การประเมินผลอย่างเป็นระบบตามแผนการทำงานภายใต้ นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจและเป็น นโยบายสำคัญของโรงแรมที่ต้องมีการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

จากการวิเคราะห์ข้างต้นย่อมสรุปได้ว่า การบริหารจัดการทั้งด้านภาวะผู้นำแบบสร้าง ความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของผู้บริหารโรงแรมนั้นเป็นไปตามแนวคิดที่เน้นถึง การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจก บุคคล (Individualized Consideration) โดยสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารโรงแรมประพฤติตัวเป็น แบบอย่าง (Leadership Model) สำหรับพนักงาน ดังพบว่า ผู้บริหารได้รับการยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน พนักงานจึงพยายาม ประพฤติปฏิบัติให้เหมือนกับนโยบายและความคาดหวังจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถ ถ่ายทอดไปยังพนักงานได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง ซึ่งภาวะผู้นำของผู้บริหารดังกล่าวถือเป็นแบบ แผนที่สำคัญต่อการหล่อหลอมทั้งทางวัฒนธรรมองค์กรและการสร้างแนวทางการปฏิบัติที่สัมพันธ์ กับการจัดการองค์การสีเขียวเพื่อส่งให้การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4.1.4 ด้านนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service Policy)

ประเด็นด้านนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการปฏิบัติเกี่ยวกับการ จัดการสิ่งแวดล้อมในระดับสูงจนทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูง จะทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดี ซึ่งมีผลโดยตรงในทางการตลาดระดับสูง เนื่องจากลูกค้าในฐานะ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากพอที่จะตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกในภายหลัง ทั้งนี้จากแนวคิด ของ Kassinis & Soteriou (2003) อธิบายให้เห็นว่า ความต้องการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีของผู้ใช้บริการ โรงแรม เพราะผู้บริหารโรงแรมมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมสูง ย่อมต้องการให้โรงแรมของตนมี สิ่งแวดล้อมที่ดี โดยมีความต้องการของลูกค้าเป็นแรงกดดันที่สำคัญให้เกิดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ ดีนั้น ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารในจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสาร ส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ที่ผ่านมาเราก็ทำกันมาเยอะพอสมควร นโยบายของ โรงแรมเรามีความชัดเจนมากและเน้นการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าประทับใจ เรา จะต้องจัดการเรื่องสภาพแวดล้อมให้มีความสมดุลย์ในเรื่องของงบประมาณจัดการหรืออุปกรณ์ที่ ใช้สนับสนุนงานบริการด้านสิ่งแวดล้อมเรามีเพียงพอและได้รับการสนับสนุนภายในเครือของ

โรงแรมเราอยู่แล้วเพราะเราเน้นที่ความเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนได้มาตรฐานระดับโลก เราไม่ควรแม้แต่จะคิดลดต้นทุนโดยนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายกับสิ่งแวดล้อมมาในโรงแรมเป็นอันขาด ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะต้องทำมาจากธรรมชาติและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมเสมอ”เรานั้นให้ลูกค้าประทับใจในบริการสีเขียวและกลับมาหาเรา นี่ถึงเราอีกทุกครั้งที่มาที่เกาะนี้”

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นย่อมสะท้อนว่า แรงกดดันจากความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการถือเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินธุรกิจการโรงแรมที่สอดคล้องกับการจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลักดันของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เกิดขึ้นจึงถือเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนองค์กรผ่านผู้บริหารของโรงแรมในฐานะผู้นำองค์กรเพื่อผลักดันให้เป็นนโยบายขององค์กรต่อไป

4.1.5 ผลการวิเคราะห์การจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นย่อมพบว่า มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management) นั้นให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment) กล่าวคือ แนวทางการลด (Reduce) การใช้พลังงาน และทรัพยากรต่างๆ หรือแนวทางการประหยัดการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และถูกต้องเหมาะสมผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึก ทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการ การวางแผนการดำเนินการ รวมทั้งการออกแบบสถานประกอบการล้วนส่งผลให้ช่วยลดการใช้ทรัพยากรได้เป็นอย่างดี ในขณะที่การใช้ซ้ำ (Reuse) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่ตรงๆ หรือเพิ่มความสร้างสรรค์ (DIY) ขึ้น ซึ่งการใช้ซ้ำของทางโรงแรมมุ่งเน้นอยู่ที่การวางแผนการดำเนินการที่กำหนดขั้นตอนการดำเนินการภายในองค์กรให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพยายามสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานตระหนักถึงการปฏิบัติงานที่ช่วยให้การนำทรัพยากรมาใช้ซ้ำได้ เช่น การทำให้น้ำใช้แล้วปนเปื้อนน้ำดื่มให้น้อยที่สุด เป็นต้น รวมทั้งการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ส่งผลเสียหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้แก้วกระบอกไม้ไผ่ เป็นต้น และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือหมุนเวียนกลับมาใช้อีก โดยเป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ ซึ่งวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้อีกได้ ซึ่งการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย โดยทางโรงแรมได้จัดให้มีวิธีการในการกำหนดขั้นตอนควบคุมการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ตั้งแต่การแยก

ประเภท การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่างถูกต้องเหมาะสม ให้สอดคล้องกับกฎหมายในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุ ที่ไม่ใช่แล้ว และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

โดยแนวทางการดำเนินการทั้งหมดข้างต้น ดำเนินการภายใต้แนวคิดในการปฏิบัติที่สำคัญของโรงแรมได้แก่

ประการแรก การกำหนดนโยบายและการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร

ประการต่อมา การสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการของโรงแรมให้ตระหนักและปฏิบัติตามการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R คือ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle)

ประการที่สาม การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งอาคารสถานที่ วิธีการและขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม

และประการที่สี่ การเชิญชวนให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

อย่างไรก็ดี การจัดการองค์กรในมิติด้านวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer Service Culture) วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture) และวัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture) นั้น โรงแรมได้สร้างและปฏิบัติตามวัฒนธรรมผ่านกระบวนการฝึกอบรมเพื่อหล่อหลอมหรือกล่อมเกลาให้บุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรหรือโรงแรม ซึ่งการอบรมดำเนินการทั้งในทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้วัฒนธรรมที่สร้างขึ้นนั้นถูกแปลงไปสู่การปฏิบัติผ่านการยอมรับและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R หรือการจัดการองค์กรสีเขียวที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีการบริหารจัดการทั้งด้านภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของผู้บริหารโรงแรมนั้นเป็นไปตามแนวคิดที่เน้นถึงการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) โดยสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารโรงแรมประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง (Leadership Model) สำหรับพนักงาน ดังพบว่า ผู้บริหารได้รับการยกย่อง เคารพนับถือศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน พนักงานจึงพยายามประพฤติปฏิบัติให้เหมือนกับนโยบายและความคาดหวังจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง ซึ่งภาวะผู้นำของผู้บริหารดังกล่าวถือเป็นแบบแผนที่สำคัญต่อการหล่อหลอมทั้งทางวัฒนธรรมองค์กรและการสร้างแนวทางการปฏิบัติที่สัมพันธ์

กับการจัดการองค์การสีเขียวเพื่อส่งให้การบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งแรงกดดันจากความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการถือเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินธุรกิจการโรงแรมที่สอดคล้องกับการจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลักดันของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เกิดขึ้นจึงถือเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนองค์กรผ่านผู้บริหารของโรงแรมในฐานะผู้นำองค์กรเพื่อผลักดันให้เป็นนโยบายขององค์กรต่อไป

4.2 มิติการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

จากแนวคิดการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) ประกอบด้วย การพิจารณาถึงประเด็นที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) ด้านราคา (Green Price) ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับข้างต้น

4.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging)

ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม ได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการจัดการด้านการใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไปในแนวทางเดียวกันดังนี้

ปัจจุบันโรงแรมใช้นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเรียกว่าการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) หมายถึง การจัดซื้อหรือจัดจ้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบสินค้าหรือบริการตามที่กำหนด และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตและบริการ โดยพิจารณาตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้โรงแรมได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยมีฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือแยกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออกจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด

สำหรับประเทศไทยได้ใช้คำว่า “ฉลากสีเขียว” (Green Label) เป็นฉลากที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน



ภาพที่ 4.1 ฉลากสีเขียว

ที่มา: กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2562)

นอกจากนี้โรงแรมใช้เกณฑ์ในการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) การใช้วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น วัสดุไม่มีพิษ วัสดุหมุนเวียนทดแทนด้วยวัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำในการจัดหามา 2) การใช้วัสดุน้อย เช่น น้ำหนักเบา ขนาดเล็ก มีจำนวนประเภทของวัสดุน้อย 3) การมีเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ใช้พลังงานสะอาด ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตและลดขั้นตอนของกระบวนการผลิต 4) การมีระบบขนส่งและจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ลดการใช้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ฟุ่มเฟือย ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่ใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ได้ใหม่ และเลือกใช้เส้นทางขนส่งที่ประหยัดพลังงานที่สุด ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดในช่วงการใช้งาน เช่น ใช้พลังงานต่ำ มีการปล่อยมลพิษต่ำในระหว่างการใช้งาน ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง และลดการใช้ชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็น มีความคุ้มค่าตลอดชีวิตการใช้งาน เช่น ทนทาน ซ่อมแซมและดูแลรักษาง่าย ปรับปรุงต่อเติมได้ ไม่ต้องเปลี่ยนบ่อย 5) การมีระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การเก็บรวบรวมที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย มีการออกแบบให้สามารถนำสินค้าหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนใช้ได้ใหม่ได้ง่าย หรือหากต้องกำจัดทิ้งสามารถนำพลังงานกลับคืนมาใช้ได้และมีความปลอดภัยสำหรับการฝังกลบ

จากหลักการข้างต้น จะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ทางโรงแรมได้ประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อให้นำผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ในโรงแรมให้มากที่สุด เพื่อสนองต่อนโยบาย

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเรียกว่าการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) ที่เป็นหนึ่งในหลักการบริหารงานของโรงแรมเรา”

นอกจากข้างต้นทางโรงแรมยังมีการบริหารจัดการในการใช้ผลิตภัณฑ์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม โดยมีวิธีการดำเนินการ ได้แก่ การดำเนินการคัดเลือกสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังพิจารณาได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ทางโรงแรมได้พยายามอย่างที่สุดที่จะนำสิ่งของที่มีหาได้ในท้องถิ่น สิ่งที่เหลือและยังอยู่ในสภาพที่ได้ นำกลับมาใหม่ หรือส่งให้ฝ่ายจัดเก็บไปรีไซเคิลให้ได้มากที่สุด”

อย่างไรก็ตามกิจกรรมการให้บริการของโรงแรมที่สำคัญ ได้แก่

กิจกรรมแรก การเรียนทำอาหารไทย โดยลูกค้าที่มาพักจะได้เรียนรู้วิธีการเตรียมและปรุงอาหารไทยกับพ่อครัวที่มีประสบการณ์และความชำนาญของโรงแรม โดยจะได้รับคำแนะนำจากทุกขั้นตอนและพ่อครัวจะอธิบายส่วนผสมและแสดงวิธีประกอบทุกอย่างเพื่อสร้างรสชาติอาหารไทยที่เป็นเอกลักษณ์

กิจกรรมต่อมา การพายเรือคายัค โดยลูกค้าสามารถพายเรือคายัคเพื่อสำรวจแนวชายฝั่งของเกาะขาน้อย-ชายหาดและอ่าวเล็กๆ ที่อยู่ใกล้กับรีสอร์ต หรือเข้าร่วมทัวร์พายเรือคายัคของพาราไดซ์เกาะยาว ซึ่งจะนำไปสู่สภาพแวดล้อมที่งดงามของอ่าวพังงาและได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและห่างจากจุดท่องเที่ยวหลัก อ่าวพังงาเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในด้านการก่อตัวของหินอันน่าทึ่งความงามของธรรมชาติที่สวยงามและชายหาดอันอุดมสมบูรณ์ จุดเด่นพิเศษของอ่าวพังงาคือ “เกาะห้อง” โดยสามารถพายเรือเข้าไปสำรวจภายในได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับน้ำด้วย

กิจกรรมสาม การปั่นจักรยานเสือภูเขา ทัวร์ อีโคไบค์ โดยลูกค้าสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับชีวิตเกาะขาน้อยและชีวิตในท้องถิ่นของเกาะขณะที่ร่วมทัวร์ใกล้กับทางโรงแรม ผู้เข้าพักระหว่างเดินทางโดยเรือหางยาวไปยังตัวเมืองท่าผู้รับบริการซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถถ่ายภาพรูปปั้นนกเงือกนกที่มีชื่อเสียงซึ่งต้อนรับผู้รับบริการทุกท่านไปยังท่าเรือก่อนที่จะมุ่งหน้าไปตามถนนและเส้นทางท่องเที่ยวในท้องถิ่นของเกาะ เพลิดเพลินไปกับการขี่จักรยานไปในที่ร่มของสวนยางข้างทุ่งนาและผ่านหมู่บ้านชมวิถีชีวิตชาวท้องถิ่น ซึ่งเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการเที่ยวชมธรรมชาติอันงดงามของเกาะขาน้อย

กิจกรรมสี่ การทำผ้าบาติก โดยลูกค้าสามารถเรียนรู้การทำศิลปะงานประดิษฐ์และนำกลับบ้าน พิมพ์บาติกเดิมเป็นของที่ระลึกที่ไม่ซ้ำใคร เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

กิจกรรมห้า ทัวร์หมู่บ้าน ชมพระอาทิตย์ตก วิลเลจชันเช็ททัวร์ โดยโรงแรมมีกิจกรรมเวลาช่วงเย็นให้ใกล้ชิดพาทัวร์รอบๆ เกาะขาน้อย เที่ยวชมเกาะและชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม สัมผัสกับ

ชีวิตในท้องถิ่นบนเกาะเขตร้อนที่ยังคงความเป็นธรรมชาติและเพลิดเพลินกับทิวทัศน์ของพระอาทิตย์ตกที่สะพานยาว แวะเที่ยวชมแหล่งซื้อปิ้งของท้องถิ่นเพื่อสัมผัสรสชาติของผลไม้ในท้องถิ่น

กิจกรรมหก ทัวร์เกาะไก่อ เกาะปอดะ ทะเลแหวก ดำน้ำตื้นวันเดียวทริป โดยลูกค้าสามารถชมและสำรวจเกาะที่สวยงามล้อมรอบด้วยหาดทรายสีขาวและน้ำทะเลใสสะอาดตั้งอยู่ไม่ไกลจากชายฝั่งกระบี่ และว่ายน้ำดำน้ำดูปะการังและผ่อนคลาย ท่ามกลางทิวทัศน์ที่สวยงาม นอกจากนี้ทางโรงแรมยังจัดเตรียมอาหารกลางวันแบบปิกนิกแบบปิ่นโตรักษ์โลกไว้ให้บนเรือหรือชายหาด

กิจกรรมเจ็ด โปรแกรมการเรียนการสอนโยคะระยะสั้น โดยโรงแรมมีโปรแกรม กิจกรรมการเรียนการสอนโยคะระยะสั้น โดยเป็นสถานที่ฝึกเรียนโยคะแบบเปิดโล่ง ศาลาตั้งอยู่บนชายหาดที่มีทัศนียภาพที่งดงามเหนือมีชื่อเสียงระดับนานาชาติ สร้างแรงบันดาลใจจากฉากหลังหินปูนอ่าวพังงา

กิจกรรมแปด พิธีแต่งงานปลูกต้นไม้คู่รักส่งเสริมสิ่งแวดล้อม โดยพิธีแต่งงานที่จัดในโรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว ทางโรงแรมจัดให้อย่างมีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร ซึ่งคู่แต่งงานจะต้องปลูกต้นไม้แห่งความรักสำหรับเจ้าสาวและเจ้าบ่าว คือต้นมะพร้าวบนชายหาดของรีสอร์ทเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการเจริญเติบโตและความอุดมสมบูรณ์และเป็นพยานในความรัก

ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดข้างต้นล้วนส่งผลให้รูปแบบการให้บริการของโรงแรมมีความโดดเด่นและแตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ ทั่วไป

จากข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า โรงแรมพยายามเลือกใช้อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งช่วยส่งเสริมให้รูปแบบการให้บริการนั้นเกิดอัตลักษณ์ (Service Identities) ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามนโยบายของผู้บริหารโรงแรมและวัฒนธรรมองค์กร ดังสะท้อนผ่านการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนอกเหนือจากการให้บริการด้านห้องพัก

4.2.2 ด้านราคา (Green Price)

ประเด็นด้านราคา ที่ต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อมจนกระทั่งนำไปสู่การตั้งราคา ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายแพงให้กับต้นทุนการผลิตและคุณค่าที่เพิ่มขึ้น โดยข้อมูลห้องพักโรงแรมและราคา มีดังรายละเอียดดังนี้

โรงแรมมีห้องพักทั้งหมด 5 แบบ ตั้งแต่ห้องที่ราคาประมาณ 3,000-10,000 บาท/คืน ห้องพักทั้ง 5 แบบ เน้นโทนสีฟ้า น้ำทะเลเป็นโทนสีหลัก ขนาดห้องกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยแบ่งประเภทห้องพักออกเป็นสองประเภทคือห้องวิวสวน Garden View และห้องวิวทะเล Sea View ดังนี้

ของความปลอดภัยและการควบคุมมลภาวะเสี่ยงไม่ให้เกิดจนเกินไปจนรบกวนผู้เข้าพักและชุมชนท้องถิ่น หากมีราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่ามากขึ้น อาจเพิ่มแรงจูงใจให้ลูกค้าชาวไทยสนใจเข้ามาใช้บริการได้มากขึ้น เพื่อความครบวงจรด้วยเช่นกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดราคาของห้องพักในแต่ละประเภทนั้น นับว่ามีการกำหนดราคาที่ไม่แตกต่างกับโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีโครงสร้างธุรกิจลักษณะเดียวกัน ซึ่งหมายถึงการมีทำเลที่ตั้งและขนาดของการดำเนินการธุรกิจโรงแรม โดยจุดแข็งทางด้านราคาดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์ของการสร้างอัตลักษณ์การบริการ ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายสำคัญ หรือกล่าวได้ว่าการกำหนดราคาดังกล่าวได้รับการยอมรับจากผู้รับบริการทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย

4.2.3 ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution)

ลูกค้าสามารถจองห้องพัก และแสดงความประสงค์กับทางโรงแรมเมื่อจองออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ และชำระค่าที่พักผ่านระบบการรับชำระเงินที่มีความปลอดภัยได้ทั่วโลก ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการเปิดรับจองของทางโรงแรมอาศัยระบบการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสำคัญ ทั้งสามารถจองผ่านระบบของโรงแรมเองและจองผ่านทางเว็บไซต์พันธมิตรของโรงแรม ซึ่งถือได้ว่าระบบเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญสำหรับการวางแผนการตลาดของโรงแรม ซึ่งกลุ่มลูกค้าในฐานะผู้รับบริการสำคัญคือชาวต่างประเทศ

การวางช่องทางการจัดจำหน่ายทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ถือว่าเปิดกลยุทธ์การตลาดที่ไร้ขีดจำกัดแต่อยู่ภายใต้ขอบเขตความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อระบบการชำระค่าบริการผ่านระบบธนาคารออนไลน์

4.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion)

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดสีเขียวไปยังผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเกิดความตระหนักรู้อย่างจริงจังในเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว โดยวิธีการส่งเสริมการตลาดแบบที่พิกพร้อมแพ็คเก็จสีเขียว โดยกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ที่โรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว ได้แก่ การเรียนทำอาหารไทย การพายเรือคายัค การปั่นจักรยานเสือภูเขา ทัวร์ อีโคไบค์ การทำผ้าบาติก ทัวร์หมู่บ้านชมพระอาทิตย์ตก ทัวร์เกาะไก่ เกาะปอดะ ทะเลแหวก ดำน้ำตื้นวันเดย์ทริป โปรแกรมการเรียนรู้การสอนโยคะระยะสั้น และพิธีแต่งงานปลูกต้นไม้คู่รักส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของโรงแรมนอกเหนือจากการให้บริการด้านห้องพักเท่านั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้ให้ความสำคัญกับการใช้อัตลักษณ์ของการตลาดสีเขียวผ่านการให้บริการของห้องพักและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นตัวแบบการให้บริการในธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวที่ครบวงจรของธุรกิจการบริการสีเขียว

4.2.5 ผลการวิเคราะห์การตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

หากพิจารณาภาพรวมของผลการวิเคราะห์การตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ย่อมพบว่า ปัจจัยการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) ทั้งหมด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) ด้านราคา (Green Price) ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) สะท้อนให้เห็นว่า

ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) นั้น โรงแรมพยายามเลือกใช้อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งช่วยส่งเสริมให้รูปแบบการให้บริการนั้นเกิดอัตลักษณ์ (Service Identities) ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามนโยบายของผู้บริหารโรงแรมและวัฒนธรรมองค์กร ดังสะท้อนผ่านการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนอกเหนือจากการให้บริการด้านห้องพัก

ขณะที่ด้านราคา (Green Price) สะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดราคาของห้องพักในแต่ละประเภทนั้นนับว่ามีการกำหนดราคาที่ไม่แตกต่างกับโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีโครงสร้างธุรกิจ ลักษณะเดียวกัน ซึ่งหมายถึงการมีทำเลที่ตั้งและขนาดของการดำเนินธุรกิจการโรงแรม โดยจุดแข็งทางด้านราคานี้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการสร้างอัตลักษณ์การบริการ ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายสำคัญหรือกล่าวได้ว่าการกำหนดราคาดังกล่าวได้รับการยอมรับจากผู้รับบริการทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย

ส่วนด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) นั้น การวางช่องทางการจัดจำหน่ายทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตถือว่าเปิดกลยุทธ์การตลาดที่ไร้ขีดจำกัดแต่อยู่ภายใต้ขอบเขตความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อระบบการชำระค่าบริการผ่านระบบธนาคารออนไลน์

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) พบว่า กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้ให้ความสำคัญกับการใช้อัตลักษณ์ของการตลาดสีเขียวผ่านการให้บริการของห้องพักและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นตัวแบบการให้บริการในธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวที่ครบวงจรของธุรกิจการบริการสีเขียว

จากปัจจัยการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) ทั้งหมดล้วนสะท้อนถึงการจัดการทางธุรกิจที่ลงตัวในการผสมผสานปัจจัยพื้นฐานข้างต้น โดยใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวมาเป็นอัตลักษณ์สำหรับการสร้างสินค้าหรือการให้บริการของโรงแรม โดยมีการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด โดยอาศัยระบบการทำธุรกิจออนไลน์หรือระบบอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ

4.3 มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

การสนทนากลุ่มย่อย ณ ห้องอาหารริมทะเล โรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว จังหวัดพังงา เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เวลา 13.00-17.00 น. โดยมีประเด็นด้านมิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญในฐานะตัวแทนที่มาจากกลุ่มครอบครัวชุมชนในท้องถิ่น โรงเรียน องค์การศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานพยาบาลประจำตำบลเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา จำนวน 11 ท่าน ร่วมทำการสนทนากันในทั้งหมด 3 ประเด็นหลัก ดังมีผู้แทนแต่ละภาคส่วนชุมชนทั้งหมด 11 ท่าน ประกอบด้วย ประธานสภา อบต.เกาะยาว สารวัตรกำนันตำบลเกาะยาวน้อย อติศนายนก อบต.เกาะยาวน้อย ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4 ตำบลเกาะยาวน้อย ผู้แทนศูนย์เรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประชานการศึกษาโรงเรียนบ้านริมทะเล ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านริมทะเล ผู้แทนชุมชนคนรักนกเงือกเกาะยาวน้อย แพทย์ประจำตำบลเกาะยาวน้อย พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเกาะยาวชัยพัฒน์ และอหิมา่มมัสยิดคาหฺรณก้าเบตฺร ซึ่งการสนทนากลุ่มมุ่งเน้นประเด็นในการศึกษาตามแนวคิดการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชน โดยใช้แนวคิดของ Cohen and Uphoff (1980) คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนและสังคมท้องถิ่น และแนวคิดของ Freeman (1984) ได้คำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย การพิจารณาถึงประเด็นที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Community) ด้านสถานศึกษาท้องถิ่น (Local School) ด้านองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Religion and Culture Organization) ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government) และด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital) ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับข้างต้น

4.3.1 ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Community)

จากการสนทนากลุ่มในประเด็นสภาพปัจจุบันในการบริหารจัดการของโรงแรมกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า

“...พวกเราอยากให้โรงแรมทำธุรกิจที่เกื้อหนุนพึ่งพากัน การจ้างงานมีการคิดถึงคนในพื้นที่คนท้องถิ่นก่อน ใครซึ่งพนักงานส่วนใหญ่ของโรงแรมก็เป็นคนที่นั่นล่ะ เราอยากให้จ้างคนท้องถิ่นให้มากที่สุดเป็นอันดับแรกสัก 95% เพื่อให้ครอบครัวมีงานทำ มีรายได้ไปด้วยกัน สร้างรายได้ลดรายจ่าย ไม่ต้องไปทำงานไกลบ้าน สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข...”

“...ปัญหาหรืออุปสรรคที่กระทบจากการทำธุรกิจของโรงแรมนั้น เรามองว่าทางโรงแรมน่าจะมีการส่งเสริมสถาบันครอบครัวในด้านการจ้างงานให้มีความทั่วถึงมากขึ้นโดยไม่เน้นเฉพาะบางพื้นที่เท่านั้น ปัญหาอื่นๆ ไม่มี...”

“...มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการบริหารจัดการของโรงแรมว่า เราอยากให้โรงแรมช่วยเกื้อหนุนเราให้มากขึ้นผ่านการทำกิจกรรม CSR ซึ่งโรงแรมก็มีอยู่แล้ว แต่อยากให้เพิ่มงบประมาณการทำกิจกรรมมากขึ้นอีกหน่อย แล้วเพิ่มการฝึกความรู้ทางสายอาชีพทางการโรงแรมให้คนในท้องถิ่นด้วย และต้องไม่ลืมเรื่องของการเพิ่มกำลังคน เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติให้เพียงพอด้วย และมีอีกอย่างก็คือเรื่องของโฮมสเตย์ชาวบ้าน อยากให้โรงแรมทำระบบคะแนนสะสม Reward Nights กับที่พักของชาวบ้านเป็นรางวัลให้กับผู้รับบริการที่มาพักกับทางโรงแรมบ่อยๆ สามารถมาแลกคะแนนเข้าพักกับโฮมสเตย์ของชาวบ้านได้อีกด้วย เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสนับสนุนทางอ้อมให้กับธุรกิจเล็กๆ ของชาวบ้านให้อยู่ได้ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายธุรกิจท้องถิ่นเล็กๆ ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม...”

จากผลการสนทนากลุ่มข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า สภาพชุมชนในท้องถิ่นประสบปัญหาสำคัญด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับครัวเรือน โดยประชาชนในท้องถิ่นยอมรับว่าธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ดี ซึ่งมีแนวทางการบริหารจัดการที่ชุมชนเสนอให้เห็นว่า การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงแรมกับท้องถิ่นสามารถกระทำได้หลากหลายทาง โดยเฉพาะการส่งเสริมของโรงแรมให้ที่พักของชาวบ้านเป็นรางวัลให้กับผู้รับบริการที่มาพักกับทางโรงแรมบ่อยๆ สามารถมาแลกคะแนนเข้าพักกับโฮมสเตย์ของชาวบ้านได้ ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) อีกทั้งโรงแรมควรสร้างการจ้างงานให้เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของโรงแรม อันเป็นการมีส่วนร่วมในลักษณะร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบระหว่างชุมชนและโรงแรม

4.3.2 ด้านสถานศึกษาท้องถิ่น (Local School)

จากการสนทนากลุ่มในประเด็นสภาพปัจจุบันในการบริหารจัดการของโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของสถานศึกษาท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า

“...พวกเราคิดว่าโรงเรียนมีการเข้ามาทำกิจกรรมร่วมกับทางโรงเรียนเป็นระยะๆ ก่อนข้างดีอยู่แล้ว โรงเรียนเราก็ยึดถือความเป็นโรงเรียนสีเขียวเหมือนกับแนวคิดการทำธุรกิจของโรงเรียนเช่นกัน ถ้าเป็นไปได้เราอยากให้ทางโรงเรียนมาฝึกภาษาต่างประเทศให้นักเรียนของเราด้วย เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะของการได้เข้าทำงานในโรงเรียนได้มากขึ้น เพราะผู้รับบริการของโรงเรียนมีชาวต่างชาตินิยมมาพักเป็นจำนวนมาก...”

“...ปัญหาหรืออุปสรรคที่กระทบจากการทำธุรกิจของโรงเรียนนั้น เรามองว่าเรื่องของภาษา วิชาการศึกษาในการรับคนท้องถิ่นเข้าทำงาน บางครั้งยังรู้สึกว่าเป็นอุปสรรค จึงอยากให้เปิดกว้าง โดยเฉพาะเรื่องของวิชาการศึกษาที่ไม่ต้องจำกัดวุฒิใดๆอีกต่อไป ...”

“...มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการบริหารจัดการของโรงเรียนว่า อยากให้โรงเรียนพิจารณาเรื่องมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนยากจนแต่เรียนดีด้วย หรือมีความตั้งใจผลิตผลงาน หรือสิ่งประดิษฐ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้เป็นรางวัล และอยากให้มีการทำกิจกรรมที่ทางโรงเรียนเข้ามามีส่วนร่วมกับทางโรงเรียนมากขึ้น เช่น กิจกรรมคัดแยกขยะ กิจกรรมทำสิ่งประดิษฐ์เพิ่มมูลค่า กิจกรรมปลูกต้นไม้เพื่อชีวิต เพื่อยกระดับเป็นโรงเรียนสีเขียวเช่นกัน...”

จากผลการสนทนากลุ่มข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า โรงเรียนในท้องถิ่นมีความต้องการให้โรงเรียนมีปฏิสัมพันธ์ในด้านการสนับสนุน อาทิ การจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมสร้างนวัตกรรมสีเขียวที่เอื้อต่อชุมชน และกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นการปลูกฝัง หรือกล่อมเกลานักเรียนของท้องถิ่นตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความพร้อมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของโรงเรียนในการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นนั่นเอง โดยสถานศึกษาในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติในการบริการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวของโรงเรียน

4.3.3 ด้านองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Religion and Culture Organization)

จากการสนทนากลุ่มในประเด็นสภาพปัจจุบันในการบริหารจัดการของโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมขององค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า

“...พวกเราอยากให้โรงเรียนให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมมัสยิดที่สามารถทำร่วมกับโรงเรียนได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะหากมีผู้รับบริการที่โรงเรียนเป็นผู้ที่นับถืออิสลาม ทางโรงเรียนควรมี

การแนะนำสถานที่ของมัสยิดที่มีข้อมูลชัดเจน เพื่อส่งเสริมให้ผู้รับบริการได้เข้าร่วมการทำละหมาดได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเป็นไปตามหลักการของศาสนาอิสลาม และอาจมีงบประมาณในการพัฒนาสถานที่ จัดงานกิจกรรมเพื่อชุมชนให้กับมัสยิดด้วยก็ดีมาก...”

“...ในฐานะของมัสยิด ซึ่งเป็นองค์กรศาสนาและวัฒนธรรม ปัญหาหรืออุปสรรคที่กระทบจากการทำธุรกิจของโรงแรมนั้น เรามองว่า ปัญหาไม่มีแต่อาจมีอุปสรรคบ้างที่มัสยิดเองก็มีการจัดกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนแต่ยังขาดงบประมาณ จึงอยากให้ทางโรงแรมลองช่วยพิจารณางบประมาณมาในส่วนนี้บ้างก็จะดีทีเดียว

“...อยากให้ทางโรงแรมมอบหมายให้บุคลากรออกไปร่วมกิจกรรมที่ทางมัสยิดจัดขึ้นด้วย และช่วยพิจารณามอบเงินสนับสนุนในการปรับปรุงสถานที่มัสยิดของชุมชนไม่ให้เสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา...”

จากผลการสนทนากลุ่มข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นมีความต้องการให้โรงแรมมีปฏิสัมพันธ์ในด้านการสนับสนุนกิจกรรมของมัสยิด โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านการเงิน และการส่งเสริมในการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกในชุมชนซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของโรงแรมในการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่มีส่วนสัมพันธ์กับมัสยิด ซึ่งมีบทบาทในฐานะองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่โรงแรมดำเนินธุรกิจอยู่ โดยองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบกับผลของการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวของโรงแรม

4.3.4 ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government)

จากการสนทนากลุ่มในประเด็นสภาพปัจจุบันในการบริหารจัดการของโรงแรมกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า

“...เราอยากให้ทางโรงแรมมีการเข้าร่วมทำกิจกรรมกับทาง อบต. ให้มากขึ้นกว่าเดิมอีก ซึ่งปัจจุบันก็ถือว่าทำได้ดีพอสมควร ในเรื่องของการเดินทางโดยทางรถ ทางเรือก็ถือว่าทำได้ดีทีเดียวในเรื่องของการระมัดระวัง ควบคุมคุณภาพเสียง...”

“...ทาง อบต. ก็มักมีการจัดทำกิจกรรมกับคนในท้องถิ่นทุกวันๆ 15 ของเดือนนะ แต่บางครั้งเราก็ยังขาดทั้งแรงงานและปัจจัยในการทำกิจกรรมเพราะรองบจากส่วนกลางบางที่ก็อาจล่าช้าและมีจำกัด เราอยากทำให้มันดีขึ้น ถ้าทางโรงแรมมาช่วยได้มากขึ้นคงดีทีเดียว...”

“...อยากให้ช่วยเป็นตัวอย่างแม่แบบองค์กรธุรกิจในด้านการเสียภาษีบำรุงท้องที่และภาษีอื่นๆที่เกี่ยวข้องอย่างตรงเวลาให้ผู้ทำการอื่นๆได้เห็น อีกทั้งเรื่องของการขนส่งก็อยากให้จัดระเบียบได้ดีเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้ร่วมกันด้วย ปรับปรุงถนนหนทางในส่วนของโรงแรมให้ชาวบ้านได้เดินผ่านได้อย่างสะดวกมากขึ้นด้วย...”

จากผลการสนทนากลุ่มข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับโรงแรมในหลายลักษณะ ทั้งในด้านการส่งเสริมและการควบคุมกำกับ การส่งเสริมขององค์กรบริหารส่วนตำบลช่วยสนับสนุนในฐานะเป็นตัวกลางระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด อำเภอ หน่วยราชการอื่นๆ กับโรงแรม รวมถึงการควบคุมกำกับ โดยเฉพาะการจัดเก็บภาษี การดูแลการจัดการระบบสาธารณสุขปการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการในโรงแรม และรวมถึงในด้านการรักษาความปลอดภัยของผู้รับบริการของโรงแรม ซึ่งบ่งชี้ถึงความต้องการขององค์กรบริหารส่วนตำบลในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้โรงแรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการร่วมรับผิดชอบในผลของการบริการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวของโรงแรม

4.3.5 ด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital)

จากการสนทนากลุ่มในประเด็นสภาพปัจจุบันในการบริหารจัดการของโรงแรมกับการมีส่วนร่วมของด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า

“...เราคิดว่าเท่าที่เห็นการดำเนินธุรกิจของโรงแรมมีการจัดการที่ดีมาก อีกอย่างเขตที่ตั้งของโรงแรมก็ติดเขตอุทยาน เป็นผลดีต่อการอนุรักษ์ ช่วยเป็นหูเป็นตาให้ภาครัฐเพื่อไม่ให้ใครเข้าไปบุกรุกพื้นที่ได้ด้วย...”

“...อุปสรรคที่กระทบจากการทำธุรกิจของโรงแรมนั้น เรามองว่าไม่มีปัญหาอะไรนะที่กระทบกับสถานพยาบาล เพราะโรงแรมก็ค่อนข้างมีการจัดการที่ดีอยู่แล้ว ห่วงแค่การจัดการพวกเขะติดเชื้อมันถ้ามีขอให้คัดแยกให้ถูกวิธี และถ้ามีกิจกรรมด้านส่งเสริมสุขภาพโดยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอะไรที่สามารถมีส่วนร่วมได้ก็ดีมาก...”

“...อยากให้โรงแรมจัดการเรื่องการคัดแยก บ่งชี้ชะเชื้อมันด้วยเพราะอาจมีผู้รับบริการที่พักกับโรงแรมไม่สบายแบบที่อาจมีการทิ้งขยะติดเชื้อมันลงไปถังขยะได้ เช่น หน้ากากอนามัย สำลี เป็นอนเล็ดหรือของเหลวติดเชื้อมันที่ร่างกายขับออกมา หรืออื่นๆ ต้องมีการคัดแยกและนำไปกำจัดอย่างถูกต้อง ซึ่งทางสถานพยาบาลยินดีให้คำแนะนำและอบรมบุคลากรให้กับทางโรงแรมในประเด็นนี้อย่างมากหากขอความร่วมมือมา และอยากให้ทางโรงแรมมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับทางด้านสุขภาพร่วมกับสถานพยาบาลอีกด้วย สำหรับชาวบ้านบางครั้งประสานงานมาทางสถานพยาบาลลำบากทางโทรศัพท์ หากทางโรงแรมจะเป็นอาสาสมัครเพิ่มช่องทางในการช่วยรับเรื่องราวการประสานงานทางสุขภาพระหว่างชุมชนกับทางสถานพยาบาลด้วยก็จะดีมาก...”

จากผลการสนทนากลุ่มข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจการโรงแรมเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก ในส่วนของระบบสาธารณสุขมูลฐานที่ได้รับการดูแลโดยสถาน

พยายามภายในชุมชนบ่งชี้ถึง ความสำเร็จในบทบาทการดำเนินธุรกิจสีเขียวของโรงแรมเป็นอย่างดี ผ่านการสร้างความร่วมมือในด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยของประชาชนในชุมชน โดยสถานพยาบาลท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในผลของการบริการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวของโรงแรม

4.3.6 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

ผลการสนทนากลุ่มในประเด็นการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย พบว่า

สภาพชุมชนในท้องถิ่นประสบปัญหาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับครัวเรือน โดยประชาชนในท้องถิ่นยอมรับว่าธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ดี ซึ่งมีแนวคิดการบริหารจัดการที่ชุมชนเสนอให้เห็นว่า การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงแรมกับท้องถิ่นสามารถกระทำได้หลากหลายทาง โดยเฉพาะการส่งเสริมของโรงแรมให้ที่พักของชาวบ้านเป็นรางวัลให้กับผู้รับบริการที่มาพักกับทางโรงแรมบ่อยๆ สามารถมาแลกคะแนนเข้าพักกับโฮมสเตย์ของชาวบ้านได้ ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) อีกทั้งโรงแรมควรสร้างการจ้างงานให้เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของโรงแรม

ขณะที่โรงเรียนในท้องถิ่นมีความต้องการให้โรงแรมมีปฏิสัมพันธ์ในด้านการสนับสนุน อาทิ การจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมสร้างนวัตกรรมสีเขียวที่เอื้อต่อชุมชน และกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นการปลูกฝัง หรือกล่อมเกลายให้เยาวชนของท้องถิ่นตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความพร้อมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของโรงแรมในการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นนั่นเอง

นอกจากนี้องค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นมีความต้องการให้โรงแรมมีปฏิสัมพันธ์ในด้านการสนับสนุนกิจกรรมของมัสยิด โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านการเงิน และการส่งเสริมในการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกในชุมชนซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของโรงแรมในการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่มีส่วนสัมพันธ์กับมัสยิด ซึ่งมีบทบาทในฐานะองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่โรงแรมดำเนินธุรกิจอยู่

อีกทั้งบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับโรงแรมในหลายลักษณะ ทั้งในด้านการส่งเสริมและการควบคุมกำกับ การส่งเสริมขององค์การบริหารส่วนตำบลช่วยสนับสนุนในฐานะเป็นตัวกลางระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด อำเภอ หน่วยราชการอื่นๆ

กับโรงแรม รวมถึงการควบคุมกำกับ โดยเฉพาะการจัดเก็บภาษี การดูแลการจัดการระบบ สาธารณูปการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการในโรงแรม และรวมถึงในด้านการรักษาความปลอดภัย ของผู้รับบริการของโรงแรม ซึ่งบ่งชี้ถึงความต้องการขององค์การบริหารส่วนตำบลในฐานะองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นให้โรงแรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน

รวมทั้งการดำเนินธุรกิจการโรงแรมเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก ในส่วนของระบบ สาธารณสุขมูลฐานที่ได้รับการดูแลโดยสถานพยาบาลภายในชุมชนบ่งชี้ถึง ความสำเร็จในบทบาท การดำเนินธุรกิจสีเขียวของโรงแรมเป็นอย่างดี ผ่านการสร้างความร่วมมือในด้านการส่งเสริม สุขภาพอนามัยของประชาชนในชุมชน จากที่กล่าวมาข้างต้นย่อมสะท้อนให้เห็นว่า การมีส่วนร่วม ของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) โดยการเปิด โอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วม รับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชนซึ่งประกอบด้วย ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Community) ด้านสถานศึกษาท้องถิ่น (Local School) ด้านองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Religion and Culture Organization) ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government) และ ด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital) ถ้วนสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจการโรงแรมที่ตั้งอยู่ บนรากฐานการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ดังเช่นที่ Freeman et al. (2010) ซึ่งได้แบ่งผู้มีส่วนได้เสียเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ (1) ผู้มีส่วนได้เสียหลัก เช่น ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิตวัตถุดิบ พนักงาน และผู้ถือหุ้น (2) ผู้มีส่วนได้เสียรองได้แก่ รัฐบาล องค์กร ชุมชน สภาพแวดล้อม หรือนักเคลื่อนไหวต่างๆ และ Freeman (2010) สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้าง ความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัทซึ่งมีหลากหลายประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต องค์กรชุมชนในท้องถิ่น จึงกล่าวว่าผู้มีส่วนได้เสีย คือ กลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจ มีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความ สำเร็จของภารกิจขององค์กร

4.4 สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่ง ตะวันตกของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้กำหนด ประเด็นกรอบแนวคิดในการศึกษา การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่ง ตะวันตกของประเทศไทย ใน 3 มิติหลัก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ในประเด็นข้อค้นพบที่สำคัญ โดยอธิบายตามกรอบแนวทางในการวิจัย และวัตถุประสงค์ในการวิจัย ตามลำดับดังนี้

มิติที่ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management)

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของมิติการจัดการองค์การสีเขียว พบว่า ด้านภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) นั้นมีความโดดเด่นที่สุดที่ทางโรงแรมให้ความสำคัญเพื่อเป็นแรงผลักดันให้การบริหารก้าวไปสู่ความสำเร็จและยั่งยืน โดยพบว่าผู้บริหารประพฤติดัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับพนักงานได้ดี ผู้บริหารจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ สรรพคุณ ใฝ่หา และทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน พนักงานจะพยายามประพฤติปฏิบัติให้เหมือนกับนโยบายและความคาดหวังจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง สะท้อนให้เห็นถึงภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติดัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ สรรพคุณ ใฝ่หา และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือนกับผู้นำและต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา สิ่งที่ผู้นำต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงคุณลักษณะนี้คือ ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ตาม ผู้นำจะเสริมความภาคภูมิใจ ความจงรักภักดี และความมั่นใจของผู้ตาม และทำให้ผู้ตามมีความเป็นพวกเดียวกับผู้นำ โดยอาศัยวิสัยทัศน์และการมีจุดประสงค์ร่วมกัน ผู้นำแสดงความมั่นใจช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันหนึ่งเดียวกันเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผู้ตามจะเลียนแบบผู้นำและพฤติกรรมของผู้นำจากการสร้างความมั่นใจในตนเอง ประสิทธิภาพและความเคารพในตนเอง ผู้นำการเปลี่ยนแปลง จึงรักษาอิทธิพลของตนในการบรรลุเป้าหมายและปฏิบัติภาระหน้าที่ขององค์กร จะเห็นได้ว่าผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ได้รับการยอมรับว่าเป็นรูปแบบของภาวะผู้นำที่มีความสัมพันธ์ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Angus Leppan et al., 2010; Shahin & Zairi, 2007) เนื่องจากเป็นผู้นำที่สามารถสร้างคุณค่าและทางเปลี่ยนแปลงในทางสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นกับผู้ตาม เป็นต้นแบบที่ดีให้ผู้ตามลอกเลียนแบบ การท้าทายผู้ตามในการพัฒนาการทำงาน ตลอดจนการเข้าใจจุดแข็งจุดอ่อนของผู้ตาม เพื่อให้ผู้นำสามารถนำพาผู้ตามไปสู่การบรรลุผลการปฏิบัติงานได้ (Bass & Avolio, 1994) โดยผู้นำของโรงแรมยึดหลักการทำธุรกิจโดยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ยึดการดำเนินงานขององค์กรที่ต้องให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ตลอดจนมุ่งหมายในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน โดยยึดหลักการมีอุดมการณ์อย่างแน่วแน่และกระทำดัวเป็นต้นแบบให้พนักงานปฏิบัติตามเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันของความเป็นทีมงานครอบครัวเดียวกัน ก่อให้เกิดความสามัคคีในองค์กร

มิติที่ 2 มิติด้านการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing)

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการตลาดสีเขียว ในลักษณะของส่วนประสมการตลาดสีเขียว โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's นั้น พบว่าประเด็นด้านราคา (Price) นั้นมีนัยสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะราคาของห้องพักรวมอาหารเช้าหรือห้องพักพร้อมแพคเกจทัวร์ควรปรับระดับราคาและแพ็คเกจที่พักในระดับที่มีความคุ้มค่ามากขึ้น เป็นราคาที่เหมาะสม อาจเพิ่มแรงจูงใจให้ลูกค้าชาวไทยสนใจเข้ามาใช้บริการได้มากขึ้น เนื่องจากยังพบประเด็นความเหลื่อมล้ำของความสามารถในการเข้าถึงสินค้าและบริการของโรงแรมโดยเฉพาะกับลูกค้าชาวไทยที่มีหัวใจรักสิ่งแวดล้อมและต้องการที่พักที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติแต่ได้ระดับมาตรฐานสากลเช่นเดียวกับลูกค้าชาวต่างชาติซึ่งมีศักยภาพในการจับจ่ายที่สูงกว่า จากการวิเคราะห์ประเด็นด้านต้นทุนการบริหารจัดการซึ่งเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งของการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับราคาตลาดแล้ว โรงแรมสีเขียวส่วนใหญ่ยังมีต้นทุนการบริหารงานสูง หรือแม้กระทั่งต้นทุนการรีไซเคิลขยะเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ให้ได้มากที่สุด ซึ่งแม้ว่าจะพยายามควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่แล้วก็ตาม ดังนั้นโรงแรมควรต้องใช้เวลาค้นหาซัพพลายเออร์มากขึ้นอีกซักหน่อยเพื่อหาเจ้าที่สามารถเสนอราคาสินค้าออร์แกนิกได้ถูกกว่าในขณะที่คุณภาพจะต้องไม่ลดลง หรือเปรียบเทียบราคาอย่างน้อยสามเจ้า เพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบในการลดต้นทุน โดยไม่ยึดติดกับซัพพลายเออร์ที่ซื้อขายกันมานาน มีสินค้าหลายอย่างที่ใครก็สามารถผลิตได้จึงทำให้ต้องแข่งขันกันด้านราคาและคุณภาพ โรงแรมสามารถใช้ประโยชน์จากข้อเสียเปรียบของผู้ผลิตในการเลือกเฟ้นหาซัพพลายเออร์ที่เสนอสิ่งที่ทำให้โรงแรมคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อได้ราคาที่ดีที่สุดซึ่งจะสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานที่จะส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของโรงแรมให้ถูกลง ทำให้ขยายฐานของลูกค้าได้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรได้อย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นนโยบายหลักด้านการจัดซื้อสีเขียวของโรงแรมด้วย จะเห็นได้ว่าประเด็นด้านราคาสีเขียวนี้ ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาตามมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และหากมีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพก็จะก่อให้เกิดความสูญเปล่าและของเสีย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต และส่งผลให้สินค้ามีราคาแพงเกินความเหมาะสม (วสิน มหัตนรินทร์กุล, 2560) การเติบโตของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมด้านสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดีเพราะเป็นการกระตุ้นให้สังคมและผู้บริโภคใส่ใจต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แต่ถ้าหากว่าความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคได้ถูกนำไปใช้แต่เพียงกลยุทธ์ทางการตลาดเท่านั้นโดยไม่ตรงกับข้อเท็จจริงของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคถูกชี้นำไปในทางที่ผิด อย่างไรก็ตามยังมีธุรกิจอีกหลายประเภทที่ใช้แนวคิดทางการตลาดแบบเดิม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรวม มุ่งหวังแต่ทำกำไรสูงสุดซึ่งในระยะยาวแล้วจะส่งผล

เสียมากกว่าผลดี โดยเฉพาะในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว และยังคงส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันกฎระเบียบโลกกว่าด้วยเรื่องสิ่งแวดล้อมมีการนำมาใช้เป็นกำแพงปิดกั้นทางการค้าแล้ว ตลาดสีเขียวจึงไม่ใช่กลยุทธ์การตลาดเพื่อเอาชนะกันทางการแข่งขัน แต่เป็นการสร้างจิตสำนึกที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรวม หากธุรกิจละเลยไม่ได้ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมและสังคมก็เท่ากับว่าธุรกิจกำลังจะเข้าใกล้จุดจบแห่งความสูญเสีย เมื่อถึงเวลานั้นการจะเกิดจิตสำนึกก็สายเกินไปเสียแล้ว

มิติที่ 3 มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation)

จากผลการสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้แทนชุมชนแต่ละองค์กรประกอบไปด้วย ชุมชนท้องถิ่น (Local Community) สถานศึกษาท้องถิ่น (Local School) องค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Religion and Culture Organization) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government) และสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital) พบว่า ผู้สนทนากลุ่มมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งหมดว่า โดยมีนัยสำคัญว่าภาคชุมชนท้องถิ่นต้องการให้โรงแรมเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันเกิดจากการดำเนินงานของโรงแรมและมีผลกระทบมาถึงประชาชน จากการศึกษาของ Jamali (2008) พบว่าในบริบทประเทศกำลังพัฒนา การดูแลกิจการมีความจำเป็นต่อการรับผิดชอบต่อการมีส่วนร่วมทางสังคมซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นกระบวนการซึ่งสร้างบริบทของการปฏิสัมพันธ์แบบเป็นพลวัตร การเคารพซึ่งกันและกัน การสนทนาและการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความไว้วางใจบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม (Andriof & Waddock, 2002) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Manetti (2011) ที่ได้ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการที่บริษัทเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียของพวกเขาไม่ว่าจะเป็นกระบวนการร่วมปฏิบัติกิจกรรมและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ หรือการตัดสินใจ ทำให้พวกเขาเข้าร่วมในกระบวนการธุรกิจ การแบ่งปันข้อมูล มีการสนทนา และสร้างรูปแบบของการรับผิดชอบต่อร่วมกัน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย คือกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและองค์กร ในการตัดสินใจ ร่วมกระบวนการในธุรกิจ เพื่อสร้างความไว้วางใจ เคารพซึ่งกันและกัน นำไปสู่การรับผิดชอบต่อร่วมกันที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนทางธุรกิจและก่อให้เกิดความสุขทั้งสองฝ่าย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยได้นำมาซึ่งผลการศึกษา สามารถสรุปได้เป็นรูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยได้ดังนี้

(เสาที่ 1) การจัดการองค์การสีเขียว Green Organization Management	(เสาที่ 2) การตลาดสีเขียว 4P's Green Marketing	(เสาที่ 3) การมีส่วนร่วมของสังคม Green Social Participation
ภาวะผู้นำ (Leadership) ผู้นำแบบมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) โรงแรมให้ความสำคัญเพื่อเป็นแรงผลักดันให้การบริหารก้าวไปสู่ความสำเร็จและยั่งยืน โดยพบว่าผู้บริหารประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับพนักงานได้ดี ผู้บริหารจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ สรรเสริญ ไว้วางใจ และทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน พนักงานจะพยายามประพฤติปฏิบัติให้เหมือนกับนโยบายและความคาดหวังจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง	ราคา (Price) ปรับระดับราคาและแพ็คเกจที่พักในระดับที่มีความคุ้มค่ามากขึ้น ควบคุมต้นทุนด้านการจัดซื้อสีเขียว เลือกเฟ้นหาซัพพลายเออร์และวัตถุดิบในท้องถิ่น ที่ทำให้โรงแรมมีต้นทุนคุ้มค่าที่สุด เพื่อให้ได้ราคาที่ต่ำที่สุดซึ่งจะสามารถช่วยลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ และการขนส่งในการดำเนินงานอันจะส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของโรงแรมให้ถูกลง ทำให้ขยายฐานของลูกค้าได้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรได้อย่างยั่งยืนและไม่กระทบต่อนโยบายหลักของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันเกิดจากการดำเนินงานของโรงแรมและมีผลกระทบมาถึงประชาชน โดยเฉพาะการร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นของชาวบ้าน เช่น โฮมสเตย์ โดยโรงแรมทำระบบคะแนนสะสม Reward Nights กับที่พักของชาวบ้านเป็นรางวัลให้กับแขกที่มาพักกับทางโรงแรมบ่อยๆ สามารถมาแลกคะแนนเข้าพักกับโฮมสเตย์ของชาวบ้านได้อีกด้วย เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสนับสนุนทางอ้อมให้กับธุรกิจเล็กๆ ของชาวบ้านให้อยู่ได้ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายธุรกิจท้องถิ่นเล็กๆ ชาวบ้าน ช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมและส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นให้มีความเจริญ

ภาพที่ 4.31 แผนภาพวิเคราะห์การบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน

ภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย (ตัวแบบกรีนโฮเทล LPS/Green Hotel LPS Model)

ที่มา: ผู้วิจัย

กล่าวโดยสรุป ในการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด ต่างเห็นพ้องในแนวทางเดียวกันว่า การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กิจการมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่องจากกระแสความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค เมื่อพิจารณาถึงสภาพปัจจุบัน ลักษณะการบริหารจัดการปัญหาอุปสรรคและการเสนอแนะแนวทางแก้ไขหรือพัฒนา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่างเห็นว่า การ

บริหารจัดการกิจการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทยต้องอาศัย องค์ประกอบทั้งทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การนำมาใช้ที่เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้นำของโรงแรมยึดหลักการทำธุรกิจโดยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและ ความรับผิดชอบต่อสังคม ยึด การดำเนินงานขององค์กรที่ต้องให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอก องค์กร ตลอดจนมุ่งหมายในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ ความยั่งยืน และยึดหลักการความเป็นผู้นำที่มีอุดมการณ์อย่างแน่วแน่และกระทำตัวเป็นต้นแบบให้ พนักงานปฏิบัติตามเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันของความเป็นทีมงานครอบครัวเดียวกัน ก่อให้เกิดความ สามัคคีในองค์กร นอกจากนี้ในการที่จะก่อให้เกิดผลกำไรในรูปตัวเงินจากการประกอบธุรกิจที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีต้นทุนการดำเนินงานค่อนข้างสูงอิงเทคโนโลยีพลังงานทดแทน หรือเกษตรอินทรีย์ที่ไม่สามารถจะทำกำไรให้องค์กรในระยะสั้นๆ ได้ ดังนั้นการตลาดสีเขียว โดยเฉพาะประเด็นด้านราคา จึงค่อนข้างมีนัยสำคัญต่อการพิจารณาเป็นอย่างยิ่ง โดยต้องปรับระดับ ราคาและแพ็คเกจที่พักในระดับที่มีความคุ้มค่ามากขึ้น ควบคุมต้นทุนด้านการจัดซื้อสีเขียว เลือก เฟอร์นิเจอร์พลาสติกที่ทนทานซึ่งทำให้โรงแรมคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อได้ราคาที่ดีที่สุดซึ่งจะสามารถ ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานที่จะส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของโรงแรมให้ถูก ลง ทำให้ขยายฐานของลูกค้าได้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรได้อย่างยั่งยืน และไม่กระทบต่อนโยบายหลักของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสีเขียวยังต้องการการสนับสนุนและกลไก ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียอีกด้วย โดยต้องคำนึงถึงการมี ส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นหรือสิ่งแวดล้อมทางสังคมให้มีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมปฏิบัติกิจกรรม และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ หรือการตัดสินใจ มีการแบ่งปันข้อมูล มีการสนทนา และสร้าง รูปแบบของการรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันมีจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติด้วยกัน ธุรกิจกลุ่มโรงแรมสีเขียวถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่จะต้องมีการพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าไปอย่างยั่งยืน เนื่องจากหากเราไม่รู้จักใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่รู้จักทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่าง จำกัดนี้แล้ว ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่นั้นย่อมมีอันหมดสิ้นไปได้ แต่สิ่งเหล่านี้หากปราศจาก ความร่วมมือที่ดีจากชุมชนท้องถิ่นแล้วก็ยากที่จะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน องค์ประกอบทางการ จัดการดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ย่อมส่งผลให้การบริหารจัดการของการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมเติบโตได้อย่างมีความแข็งแกร่งและยั่งยืนตลอดไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยประกอบด้วย การศึกษามิติการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย การศึกษามิติการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย และการศึกษามิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งการศึกษานี้ใช้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสังเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสนทนากลุ่ม เป็นการใช่วิธีกรณีศึกษากลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Case Study) มุ่งศึกษาจำกัดเฉพาะสถานประกอบการโรงแรมที่ได้รับคำรับรองการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย โดยจะนำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์เป็นลำดับๆ ต่อไป

5.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษามิติการจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นย่อมพบว่า มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management) นั้นให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3 R of Nature Environment) กล่าวคือ แนวทางการลด (Reduce) การใช้พลังงาน และทรัพยากรต่างๆ หรือแนวทางการประหยัดการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และถูกต้องเหมาะสมผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึก ทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการ การวางแผนการดำเนินการ รวมทั้งการออกแบบสถานประกอบการล้วนส่งผลให้ช่วยลดการใช้ทรัพยากรได้เป็นอย่างดี ในขณะที่การใช้ซ้ำ (Reuse) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่ตรงๆ หรือเพิ่มความสร้างสรรค์ (DIY) ขึ้น ซึ่งการใช้ซ้ำของทางโรงแรมมุ่งเน้นอยู่ที่การวางแผนการดำเนินการที่กำหนดขึ้นตอนการดำเนินการภายในองค์กรให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพยายามสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานตระหนักถึงการปฏิบัติงานที่ช่วยให้นำทรัพยากรมาใช้ซ้ำได้ เช่น การทำให้น้ำใช้แล้วปนเปื้อนนํ้ามันให้น้อยที่สุด เป็นต้น รวมทั้งการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ส่งผลเสียหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้แก้วกระบอกไม้ไผ่ เป็นต้น และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือ

หมุนเวียนกลับมาใช้อีก โดยเป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ ซึ่งวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้อีกได้ ซึ่งการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย โดยทางโรงแรมได้จัดให้มีวิธีการในการกำหนดขั้นตอนควบคุมการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ตั้งแต่การแยกประเภท การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่างถูกต้องเหมาะสม ให้สอดคล้องกับกฎหมายในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุ ที่ไม่ใช่แล้ว และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

โดยแนวทางการดำเนินการทั้งหมดข้างต้น ดำเนินการภายใต้แนวคิดในการปฏิบัติที่สำคัญของโรงแรมได้แก่

ประการแรก การกำหนดนโยบายและการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร

ประการต่อมา การสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการของโรงแรมให้ตระหนักและปฏิบัติตามการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R คือ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle)

ประการที่สาม การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งอาคารสถานที่ วิธีการและขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม และ

ประการที่สี่ การเชิญชวนให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

อย่างไรก็ดี การจัดการองค์กรในมิติด้านวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ วัฒนธรรมการบริการลูกค้า (Customer Service Culture) วัฒนธรรมทางจริยธรรม (Ethical Culture) และวัฒนธรรมแห่งความหลากหลาย (Diversity Culture) นั้น โรงแรมได้สร้างและปฏิบัติตามวัฒนธรรมผ่านกระบวนการฝึกอบรมเพื่อหล่อหลอมหรือหล่อหลอมเกล้าให้บุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรหรือโรงแรม ซึ่งการอบรมดำเนินการทั้งในทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้วัฒนธรรมที่สร้างขึ้นนั้นถูกแปลงไปสู่การปฏิบัติผ่านการยอมรับและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R หรือการจัดการองค์กรสีเขียวที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีการบริหารจัดการทั้งด้านภาวะผู้นำแบบสร้างเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของผู้บริหารโรงแรมนั้นเป็นไปตามแนวคิดที่เน้นถึงการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) โดยสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารโรงแรมประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง (Leadership Model) สำหรับพนักงาน ดังพบว่า ผู้บริหารได้รับการยกย่อง เคารพนับถือ

ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน พนักงานจึงพยายามประพฤติปฏิบัติให้เหมือนกับนโยบายและความคาดหวังจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง ซึ่งภาวะผู้นำของผู้บริหารดังกล่าวถือเป็นแบบแผนที่สำคัญต่อการหล่อหลอมทั้งทางวัฒนธรรมองค์กรและการสร้างแนวทางการปฏิบัติที่สัมพันธ์กับการจัดการองค์การสีเขียวเพื่อส่งให้การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งแรงกดดันจากความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการถือเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินธุรกิจการโรงแรมที่สอดคล้องกับการจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลักดันของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เกิดขึ้นจึงถือเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนองค์กรผ่านผู้บริหารของโรงแรมในฐานะผู้นำองค์กรเพื่อผลักดันให้เป็นนโยบายขององค์กรต่อไป

5.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษามิติการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

หากพิจารณาภาพรวมของผลการวิเคราะห์การตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ย่อมพบว่า ปัจจัยการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) ทั้งหมดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) ด้านราคา (Green Price) ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) สะท้อนให้เห็นว่า

ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) นั้น โรงแรมพยายามเลือกใช้อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งช่วยส่งเสริมให้รูปแบบการให้บริการนั้นเกิดอัตลักษณ์ (Service Identities) ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามนโยบายของผู้บริหารโรงแรมและวัฒนธรรมองค์กร ดังสะท้อนผ่านการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนอกเหนือจากการให้บริการด้านห้องพัก

ขณะที่ด้านราคา (Green Price) สะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดราคาของห้องพักในแต่ละประเภทนั้นนับว่ามีการกำหนดราคาที่ไม่แตกต่างกับโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีโครงสร้างธุรกิจในลักษณะเดียวกัน ซึ่งหมายถึงการมีทำเลที่ตั้งและขนาดของการดำเนินธุรกิจการโรงแรม โดยจุดแข็งทางด้านราคานี้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของการสร้างอัตลักษณ์การบริการ ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายสำคัญหรือกล่าวได้ว่าการกำหนดราคาดังกล่าวได้รับการยอมรับจากผู้รับบริการทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย

ส่วนด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) นั้น การวางช่องทางการจัดจำหน่ายทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นเปิดกลยุทธ์การตลาดที่ไว้

ขีดจำกัดแต่อยู่ภายใต้ขอบเขตความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อระบบการชำระค่าบริการผ่านระบบธนาคารออนไลน์

และด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) พบว่า กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้ให้ความสำคัญกับการใช้อัตลักษณ์ของการตลาดสีเขียวผ่านการให้บริการของห้องพักและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นตัวแบบการให้บริการในธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวที่ครบวงจรของธุรกิจการบริการสีเขียว

จากปัจจัยการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) ทั้งหมดล้วนสะท้อนถึงการจัดการทางธุรกิจที่ลงตัวในการผสมผสานปัจจัยพื้นฐานข้างต้น โดยใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวมาเป็นอัตลักษณ์สำหรับการสร้างสินค้าหรือการให้บริการของโรงแรม โดยมีการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด โดยอาศัยระบบการทำธุรกิจออนไลน์หรือระบบอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ

5.1.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษามิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย

ผลการสนทนากลุ่มในประเด็นการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย พบว่า

สภาพชุมชนในท้องถิ่นประสบปัญหาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับครัวเรือน โดยประชาชนในท้องถิ่นยอมรับว่าธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ดี ซึ่งมีแนวคิดการบริหารจัดการที่ชุมชนเสนอให้เห็นว่า การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงแรมกับท้องถิ่นสามารถกระทำได้หลากหลายทาง โดยเฉพาะการส่งเสริมของโรงแรมให้ที่พักของชาวบ้านเป็นรางวัลให้กับผู้รับบริการที่มาพักกับทางโรงแรมบ่อยๆ สามารถมาแลกคะแนนเข้าพักกับโฮมสเตย์ของชาวบ้านได้ ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ในรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) อีกทั้งโรงแรมควรสร้างการจ้างงานให้เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของโรงแรม

ขณะที่โรงเรียนในท้องถิ่นมีความต้องการให้โรงแรมมีปฏิสัมพันธ์ในการสนับสนุน อาทิ การจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมสร้างนวัตกรรมสีเขียวที่เอื้อต่อชุมชน และกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นการปลูกฝัง หรือหล่อหลอมเกล้าให้เยาวชนของท้องถิ่นตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความพร้อมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของโรงเรียนในการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นนั่นเอง

นอกจากนี้องค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นมีความต้องการให้โรงแรมมีปฏิสัมพันธ์ในด้านการสนับสนุนกิจกรรมของมัสยิด โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านการเงิน และการส่งเสริมในการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกในชุมชนซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของโรงแรมในการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่มีส่วนสัมพันธ์กับมัสยิด ซึ่งมีบทบาทในฐานะองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่โรงแรมดำเนินธุรกิจอยู่

อีกทั้งบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับโรงแรมในหลายลักษณะทั้งในด้านการส่งเสริมและการควบคุมกำกับ การส่งเสริมขององค์กรบริหารส่วนตำบลช่วยสนับสนุนในฐานะเป็นตัวกลางระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด อำเภอ หน่วยงานราชการอื่นๆ กับโรงแรม รวมถึงการควบคุมกำกับ โดยเฉพาะการจัดเก็บภาษี การดูแลการจัดการระบบสาธารณูปการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการในโรงแรม และรวมถึงในด้านการรักษาความปลอดภัยของผู้รับบริการของโรงแรม ซึ่งบ่งชี้ถึงความต้องการขององค์กรบริหารส่วนตำบลในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้โรงแรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน

รวมทั้งการดำเนินธุรกิจการโรงแรมเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก ในส่วนของระบบสาธารณสุขมูลฐานที่ได้รับการดูแลโดยสถานพยาบาลภายในชุมชนบ่งชี้ถึงความสำเร็จในบทบาทการดำเนินธุรกิจสีเขียวของโรงแรมเป็นอย่างดี ผ่านการสร้างความร่วมมือในด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยของประชาชนในชุมชน

ดังนั้นจากข้างต้นย่อมสะท้อนให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) ซึ่งประกอบด้วย ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Community) ด้านสถานศึกษาท้องถิ่น (Local School) ด้านองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Religion and Culture Organization) ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government) และด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital) ล้วนสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจการโรงแรมที่ตั้งอยู่บนรากฐานการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ในการอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นด้านการบริหารจัดการใน 3 มิติคือ มิติลักษณะด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและองค์การ (Green Organization Management) มิติลักษณะด้านการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) และมิติลักษณะการมีส่วน

ร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งป็นสังคมท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยอภิปรายในแต่ละมิติดังต่อไปนี้

5.2.1 มิติการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Organization Management)

5.2.1.1 ด้านภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

จากผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงเป็นลักษณะของภาวะผู้นำแบบมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) ผู้บริหารประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง หรือเป็นโมเดลสำหรับพนักงาน ผู้บริหารจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน พนักงานจะพยายามประพฤติปฏิบัติให้เหมือนกับนโยบายและความคาดหวังจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังพนักงานได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง สอดคล้องกับแนวคิดของ Bass (1985) และ Burns (1978) ที่ได้เสนอแนวคิดภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ว่า “เป็นกระบวนการที่ผู้นำและผู้ตามต่างช่วยกันยกระดับของคุณธรรมและแรงจูงใจของกันและกันให้สูงขึ้น” และสอดคล้องกับแนวคิดของ Mushinsky (2006) กล่าวว่า เป็นกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติสมมุติฐานของสมาชิกในองค์กรและสร้างความผูกพันในการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กร โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับอิทธิพลของผู้นำที่มีต่อผู้ตาม แต่ผลกระทบของอิทธิพลนั้นเป็นการให้อำนาจแก่ผู้ตามให้กลายมาเป็นผู้นำในการพัฒนาองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนนดา ชาติแดง (2550) พบว่าภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกและด้านความต่อเนื่องร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานได้ร้อยละ 38.2 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย (2552) พบว่า ภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิณญาดา อภัยฤทธิ์ (2554) พบว่าภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพขององค์กรได้ในระดับสูง ร้อยละ 43.6 โดยที่ภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลงสามารถทำนายได้ดีกว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xenikou & Simosi (2006) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร และผลการปฏิบัติงาน พบว่า ภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร และผลการปฏิบัติงาน พบว่า ภาวะผู้นำแบบสร้างการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน

5.2.2.2 ลักษณะด้านการตลาดสีเขียว (Green Marketing)

เป็นการที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าออกมาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเริ่มจากการสรรหาแหล่งผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การปรับส่วนประสมทางการตลาดใหม่ให้เป็นส่วนประสมการตลาดสีเขียว โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's จากผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านราคา ประกอบไปด้วย 1) ระดับราคา โดยปรับระดับราคาและแพ็คเกจที่พนักในระดับที่มีความคุ้มค่ามากขึ้น ควบคุมต้นทุนด้านการจัดซื้อสีเขียว เลือกพันธมิตรหลายเออร์ที่เสนอสิ่งที่ทำให้โรงแรมคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อได้ราคาที่ต่ำที่สุดซึ่งจะสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานที่จะส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของโรงแรมให้ถูกลง ทำให้ขายฐานของลูกค้าได้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรได้อย่างยั่งยืน จากผลการศึกษาด้านการตลาดสีเขียว 4P's (4P's Green Marketing) นั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนาศิริโชติบัณฑิต (2555) พบว่า บริบทและสถานการณ์การเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียวหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมในองค์กรธุรกิจไทยจะเน้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม บริบทที่ใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียวจะทำให้มีผลกำไรมากกว่าบริษัทที่ไม่ใช้ แต่สิ่งนี้ไม่ส่งผลต่อยอดขายบริษัทประสิทธิภาพการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียวในแผนการตลาดประจำปีของบริษัทจะเน้นการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเป็นสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวัต ต้นทยานนท์ (2560) พบว่า กลยุทธ์การตลาดสีเขียว ด้านการสื่อสารและการดำเนินการเพื่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า ด้านการเติบโตของรายได้ และด้านส่วนแบ่งทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee, Hsu, Han, & Kim (2010) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมต่อกลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมในสหรัฐอเมริกา พบว่ากลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน จะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อหรือภาพลักษณ์เชิงรู้คิด (Belief: Cognition Image) และความรูสึกหรือภาพลักษณ์เชิงอารมณ์ (Emotional: Affective Image) ทั้งนี้ตำแหน่งองค์การเพื่อธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียวจะเกิดขึ้นได้ ผ่านการสื่อสารถึงคุณลักษณะและประโยชน์ของสินค้าและบริการสีเขียว สำหรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขององค์การดังกล่าวนี้ ลิและคณะได้ระบุถึงวิธีการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมได้แก่ กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงหน้าที่ (Functional Positioning Strategy) และตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงอารมณ์ (Emotional Positioning Strategy) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Han & Kim (2011) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และความภักดีต่อผู้เข้าพักมีต่อโรงแรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ความเชื่อที่มีต่อโรงแรมสีเขียวในความตั้งใจที่จะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง จะสร้างการรับรู้และความภักดีต่อผู้เข้า

พัก ซึ่งส่งผลต่อการบอกต่อการยินดีจ่ายเงินเพิ่มและการพักชำระหนี้ที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Eneizan & Wahab (2016) พบว่า กลยุทธ์การตลาดสีเขียวมีความสำคัญมากขึ้นสำหรับธุรกิจที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินผล ปัจจุบันได้มีการนำส่วนประสมทางการตลาดสีเขียวมาใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดสีเขียว สรุปได้ว่า ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดสีเขียวที่ใช้มาเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การตลาดสีเขียวทั้ง 7 ประการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สีเขียว 2) ราคาสีเขียว 3) การจำหน่ายสีเขียว 4) การส่งเสริมการขายสีเขียว 5) ผู้บริโภคสีเขียว 6) กระบวนการสีเขียว และ 7) หลักฐานทางกายภาพที่เป็นสีเขียว มีผลดีต่อการดำเนินงานของธุรกิจ

5.2.2.3 ลักษณะการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation)

การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม 4 ด้านทางมิติสังคม ท้องถิ่นโดยใช้นิยามของ ชูวัฒน์ วุฒิเมธิ (2526) กล่าวถึง การมีส่วนร่วม คือการเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชนและแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนและสังคมท้องถิ่นและแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ Freeman (1984) ได้คำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการสนทนากลุ่มของผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ 1) ชุมชนท้องถิ่น 2) สถานศึกษาท้องถิ่น 3) องค์กรศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 4) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 5) สถานพยาบาลท้องถิ่น พบว่า “การเป็นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในลักษณะของการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันเกิดจากการดำเนินงานของโรงแรมและมีผลกระทบมาถึงประชาชน โดยเฉพาะการร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นของชาวบ้าน” เช่น โฮมสเตย์ โดยโรงแรมทำระบบคะแนนสะสม Reward Nights กับที่พักของชาวบ้านเป็นรางวัลให้กับแขกที่มาพักกับทางโรงแรมบ่อยๆ สามารถมาแลกคะแนนเข้าพักกับโฮมสเตย์ของชาวบ้านได้อีกด้วยเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสนับสนุนทางอ้อมให้กับธุรกิจเล็กๆ ของชาวบ้านให้อยู่ได้ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายธุรกิจท้องถิ่นเล็กๆ ชาวบ้าน ช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมและส่งเสริมเศรษฐกิจ ท้องถิ่นให้มีความเจริญ โดยการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม 4 ด้านทางมิติสังคมท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์สกุล บุญมา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความเข้มแข็งโดยชุมชนมีส่วนร่วม บ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร พบว่า การสร้างความเข้มแข็งโดยชุมชนมีส่วนร่วม เกิดจากปัจจัยภายในชุมชนเอง ได้แก่ การมีผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ การมีองค์กรในชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการของแต่ละกิจกรรม กลุ่ม ระบบความสัมพันธ์แบบครอบครัวเครือญาติ ทำให้ทุกคนในชุมชนมีความรักและความ

เกรงใจต่อกัน มีการร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยความเต็มใจ ชุมชนมีปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ท้องถิ่น มีความเชื่อประเพณีร่วมกัน ส่งผลต่อการสร้างการมีส่วนร่วมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ของชุมชนร่วมกัน รู้ลึกถึงการแบ่งปันทรัพยากร มีความตระหนักในคุณค่า สอดคล้องกับงานวิจัย ของ วันวิสา วัลย์ดาว (2553) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผลกระทบจากการ จัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมต่อชุมชน การเรียกร้องจากชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการจัดการ สิ่งแวดล้อมของโรงแรม ความต้องการสิ่งแวดล้อมที่ดีของผู้ใช้บริการโรงแรม การบังคับใช้ กฎหมาย/ข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ กระแสการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม และการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศรีสุวรรณ เกษมสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการ จัดการสิ่งแวดล้อม ด้านน้ำและขยะ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ชาวชุมชนเทศบาล อัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมน้อยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา สุดาภา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการ จัดการสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาบ้านป่าสักงาม ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด พบว่า ประชาชน ส่วนมากให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม จากการเข้าร่วมประชุมและการ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ผลการศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดจากการมีส่วน ร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า ประชาชนมีความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ ช่วงเวฬุวรรณ (2556) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลสะตอ อำเภอเขาเมฆ จังหวัดตราด ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการรับผลประโยชน์ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้อง กับงานวิจัยของ Erdogan & Baris (2007) ได้วิจัย เรื่อง โครงการป้องกันและการปฏิบัติเกี่ยวกับ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเมืองอังการา ประเทศตุรกี โดยพบว่า นโยบายและการปฏิบัติ ของโรงแรมในเมืองอังการา ไม่มีการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้บริหารของโรงแรมขาด ความรู้ และความสนใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้ไม่มีการปฏิบัติ เกี่ยวกับอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนานโยบายและการปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันและการ อนุรักษ์นั้นต้องอาศัยความร่วมมือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน

5.3 บทสังเคราะห์การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย

ผลจากการศึกษาภาพรวมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management) มิติที่ 2 มิติด้านการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) และมิติที่ 3 มิติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) ปงชี้ให้เห็นว่า การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้องอยู่บนรากฐานการทำธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ภายใต้กรอบการดำเนินธุรกิจของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่ตระหนักถึงการรักษาความสมดุลย์ของทุกภาคส่วนทางสังคม การเมือง และธุรกิจ

ความสมดุลดังกล่าวสะท้อนถึงการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของโรงแรมในฐานะภาคธุรกิจเอกชน (Private) โดยได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในชุมชนหรือท้องถิ่น (Society) โดยเมืองค์การบริหารส่วนตำบลในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government) ทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการประสานความร่วมมือ รวมถึงการส่งเสริม สนับสนุน ควบคุม และกำกับไปพร้อมกัน

นอกจากนี้หากพิจารณาถึงกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจการโรงแรมสีเขียว หรือการตลาดสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ย่อมพบว่า ปัจจัยการตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing) ทั้งหมดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) ด้านราคา (Green Price) ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยการตลาดสีเขียวทั้งหมดใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวมาเป็นอัตลักษณ์สำหรับการสร้างสินค้าหรือการให้บริการของโรงแรม โดยมีการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยระบบการทำธุรกิจออนไลน์หรือระบบอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ ในขณะที่การมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม (Green Social Participation) ซึ่งประกอบด้วย ด้านชุมชนท้องถิ่น (Local Community) ด้านสถานศึกษาท้องถิ่น (Local School) ด้านองค์กรศาสนาและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Religion and Culture Organization) ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government) และด้านสถานพยาบาลท้องถิ่น (Local Hospital) ล้วนสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจการโรงแรมที่ตั้งอยู่บนรากฐานการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก และเป็นผลให้ธุรกิจการโรงแรมสีเขียวนั้นประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม และถือเป็นตัวแบบของธุรกิจสีเขียวได้เป็นอย่างดี ซึ่งแนวทางการปฏิบัติทั้งหมดข้างต้นสามารถดำเนินการภายใต้แนวคิดในการปฏิบัติที่สำคัญของโรงแรมได้แก่

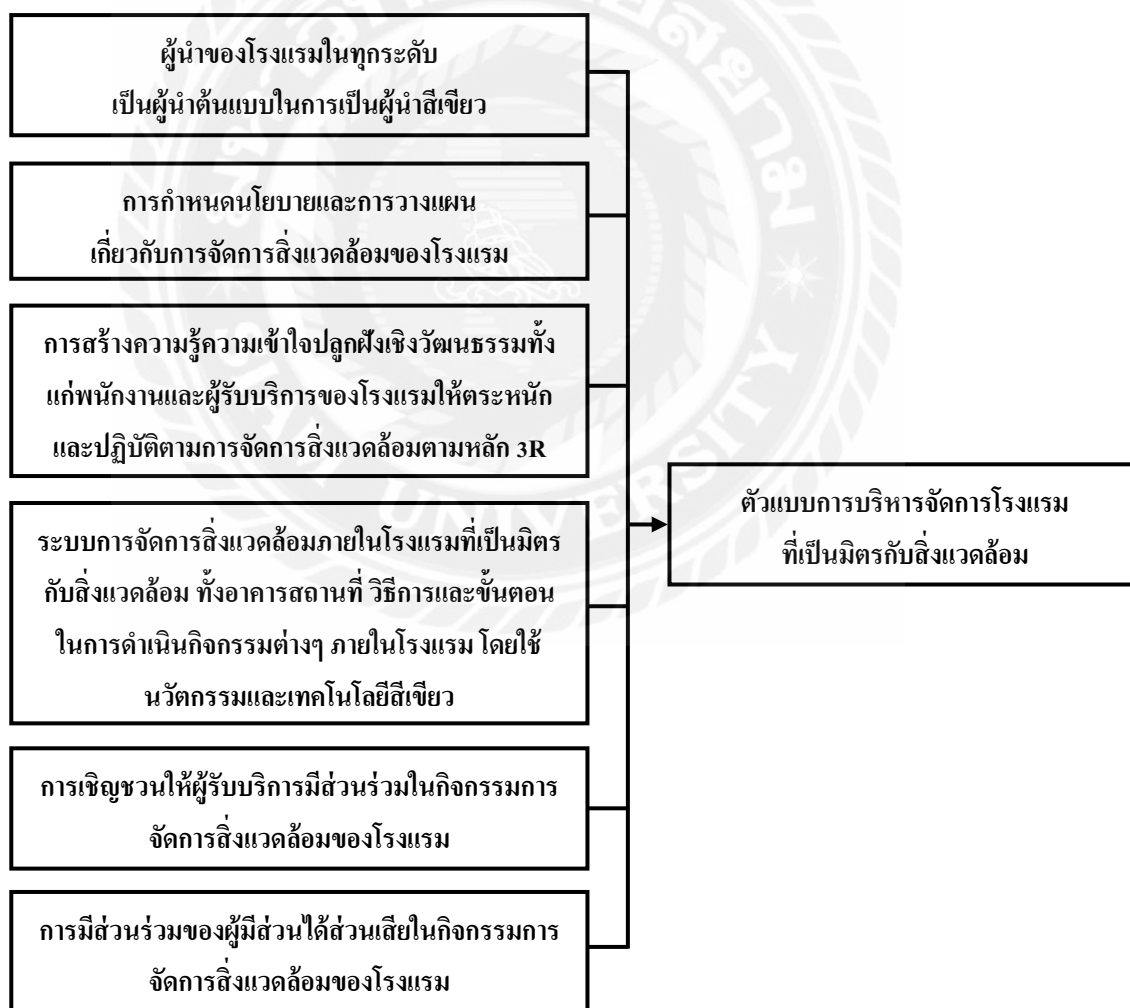
ประการแรก การกำหนดนโยบายและการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร

ประการที่สอง การสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งแก่พนักงานและผู้รับบริการของโรงแรมให้ตระหนักและปฏิบัติตามการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R คือ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้อีก (Recycle)

ประการที่สาม การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งอาคารสถานที่ วิธีการและขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม และ

ประการที่สี่ การเชิญชวนให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

ดังสามารถสรุปเป็นรูปแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 5.1 ตัวแบบการบริหารจัดการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ที่มา: ผู้วิจัย

5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะในเชิงการบริหารจัดการ ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายภาครัฐ และข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะในเชิงการบริหารจัดการ

1) โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควรทดลองนำกลยุทธ์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปทดลองนำร่องในการบริหารงานในองค์กรเพื่อสร้างจิตสำนึกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้น และนำไปสู่การเป็นวัฒนธรรมองค์กรสีเขียวอย่างยั่งยืนต่อไป

2) การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นการตลาดสีเขียวด้านราคานั้น หากสามารถควบคุมต้นทุนในกระบวนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลด้านราคาที่รองรับด้านการขยายฐานไปยังกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการช่วยสนับสนุนมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐด้านการท่องเที่ยวโครงการกินความสุขให้ประชาชนได้อีกด้วย

3) ชุมชนท้องถิ่นคือผู้มีส่วนได้เสียกับการดำเนินกิจการของโรงแรมที่ต้องให้ความสำคัญควรจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมร่วมกับทางภาคสังคมท้องถิ่น และสามารถสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน และโรงแรมควรมีการจัดตั้งแผนกลยุทธ์กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนโดยเฉพาะ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมกับชุมชนได้อย่างมีความแข็งแกร่ง

5.4.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายภาครัฐ

1) ภาครัฐควรมีการออกนโยบายสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้รับความรู้ วิธีการด้านเทคโนโลยีและแนะนำแหล่งจัดหาเงินทุนด้านการเพิ่มอัตราไร้อัตราให้สูงขึ้นกว่าปัจจุบัน และนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการจัดการขยะ คือผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่ายหากผู้ประกอบการสามารถทำได้ อาจได้รับพิจารณาด้านการลดหย่อนภาษีและสิทธิประโยชน์ในธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ

2) หน่วยงานภาครัฐควรปรับปรุงนโยบายการจัดการขยะจากต้นทางให้มีประสิทธิผลมากขึ้น โดยระบุแผนปฏิบัติที่มีกิจกรรมและตัวชี้วัดของการจัดการขยะรีไซเคิลที่มีความชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้จริง

3) รัฐบาลควรมีการพิจารณาออกนโยบายช่วยเหลือการทำธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุนการจัดการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งพบว่ายังมีต้นทุนสูงกว่าสินค้าอื่นๆ โดยทั่วไป ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องตั้งราคาสินค้าหรือบริการในระดับสูงกว่าปกติ

ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อน้อยได้

5.4.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในการศึกษาเพียงกรณีศึกษากลุ่มตัวอย่างเดียว ดังนั้นจึงยังมีอาจนำผลการศึกษานี้เป็นกรอบแนวคิดใช้ในการทั่วไปได้ ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังผู้ประกอบการโรงแรมสีเขียวในจังหวัดอื่น เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานจัดการด้านโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภูมิภาคต่างๆ ให้มีมาตรฐานเดียวกัน

2) ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการโรงแรมเอกชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตภูมิภาคอาเซียนเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเข้าใจถึงจุดอ่อนและจุดแข็ง สามารถเป็นประโยชน์ในการนำมาสร้างตัวแบบเชิงกลยุทธ์ใหม่ๆ ปรับใช้ในประเทศไทย สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

3) ควรศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการส่งเสริมให้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมเอกชนในเขตภูมิภาคอาเซียนเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาสร้างตัวแบบนโยบายเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐในประเทศไทย

บรรณานุกรม

- กัมปนาท ผุสผ่อง. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมใน
เกาะสมุย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สุราษฎร์ธานี:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. (2552). อิทธิพลของพฤติกรรมผู้นำ วัฒนธรรมการทำงานในองค์กร และ
กิจกรรมการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ.
(วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.
- เครือวัลย์ วงษ์มิตร. (2554). พฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าของบุคลากรภายในองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จอมขวัญ รัชตะวรรณ. (2549). การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลกระทบ ต่อคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล
สิ่งแวดล้อม ของบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ การวิจัยเชิง
ประจักษ์ : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . (วิทยานิพนธ์ปริญญา
บัญชีมหาบัณฑิตมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุล ธนศรีนิชชัย และอรุณ ศิริจานุสรณ์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบและบริหารจัดการ
ทรัพยากรกายภาพ กรณีศึกษา โรงแรมขนาดกลาง เขตจังหวัดแนวพื้นที่เศรษฐกิจ
ตะวันออก-ตะวันตก (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย.
- ชนันดา โชติแดง. (2550). ภาวะผู้นำ ความผูกพันองค์กร และพฤติกรรมการทำงานของผู้บริหาร
สถานศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2550). พฤติกรรมมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงแรม : กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาว ใน
กรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 1(2), 1-25.
- ชนิดา เพชรเยี่ยม. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าสีเขียวของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าใน
ประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ขอนแก่น:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชุติมา วุ่นเจริญ. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม. วารสารวิทยาการจัดการ,
30(1), 145.

- ตรีทิพ บุญเยี่ยม.(2554). การท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อความยั่งยืนของโลกและแนวทางสำหรับ
ผู้ประกอบการ. วารสารนักบริหาร, 31(2), 184-189.
- ธีชวน ญาณอุดม. (2554). พฤติกรรมการอนุรักษ์ป่าชายเลนของประชาชนในท้องถิ่น: กรณีศึกษา
ตำบลหวาง อำเภอมือเมือง จังหวัดระนอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนวรรณ มงคล.(2558). ทศนคติของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเข้าพักและใช้บริการของ
โรงแรมสีเขียว. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 9(1), 37-49.
- นพรัตน์ ช่วงเวฬุวรรณ. (2556). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลสะตอ อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด.
(วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นารีกานต์ พรหมนง. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความตระหนักของผู้บริหารและการมี
ส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริมปราง พรหมมาณพ. (2549). ภาวะผู้นำ ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมการทำงานของ
หัวหน้างานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปาริณา ประยุกต์วงศ์. (2552). คุณธรรมคู่กำไร: ประสบการณ์บ่มเพาะคนดีจาก เอเชีย ฟริชชั่น.
กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม).
- พงษ์วิภา หล่อสมบุญ, พัฒน์พงษ์ บุตรราช, สันติชัย ศิลป์ งามเลิศ, กมล สุทธิจันทร์นภา, สาธิต
เนียมสุวรรณ และชัยวิจิต ลิขิตาภรณ์. (2543). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนา
ดัชนีสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไทย. กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต.(2555). การศึกษาการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีความ
เหมาะสมกับองค์กรธุรกิจไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา.
- พิณญาดา อภัยฤทธิ. (2554). ภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์การกับประสิทธิผลขององค์การ:
กรณีศึกษากรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อ
ได้เปรียบในการแข่งขัน อย่างยั่งยืน. นนทบุรี: ชิงค์บียอนด์บุ๊ก.

- ภัทรวัต มหาภิรมย์, พลศักดิ์ จิรไกรศิริ, วิพร เกตุแก้ว และชมพูนุช หุ่นนา. (2560). การดำเนินงาน
 ธรรมชาติบำบัดสีเขียวของสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่
 เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย. วารสาร มจร.สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6(2), 101 –
 116.
- มาลี หุตะเจริญ, จักรชัย ชุ่มจิตต์, จรวยพร กลิ่นบุบผา และธัญยากร จอดเกาะ. (บ.ก.). (2555). คู่มือ
 เกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการที่ผักสีเขียว. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมคุณภาพ
 สิ่งแวดล้อมกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- บุษนา สุดาภา. (2555). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อม: กรณีศึกษา
 บ้านป่าสักงาม ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด. (การค้นคว้าอิสระปริญญา
 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รมณีย์ บุญวานิช. (2552). การมีส่วนร่วมของพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อม บริษัท ไทยโตชิบา
 อุตสาหกรรม จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). นครปฐม:
 มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เรวัต ตันตยานนท์. (2561). การเตรียมความพร้อมด้านนวัตกรรมของบุคลากรในบริษัทเอกชน:
 กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. ใน เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ “วลัย
 ลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 10 วันที่ 27-28 มีนาคม 2561. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- โรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว. (2560). รายงานธุรกิจเพื่อความยั่งยืนประจำปีเผยแพร่.
 เข้าถึงได้จาก <https://www.paradise-kohyao.com/en>
- วันวิสา วัลย์ดาว. (2553). การจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในจังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์วิทยา
 ศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิรุจน์ สมโสภณ. (2550). แนวทางการวัดผลการปฏิบัติงานการบริหารทรัพยากรกายภาพ.
 (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัญญา สว่างทิพย์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในการผลิตปลาสดของกลุ่ม
 แม่บ้านสันเวียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหา
 บัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรีสุวรรณ เกษมสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านน้ำ
 และขยะ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏสวนสุนันทา.

- ศักดิ์สกุล บุญมา. (2552). *การสร้างความเข้มแข็งโดยชุมชนมีส่วนร่วม บ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอลำสนธิ จังหวัดฉะเชิงเทรา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมพงศ์ โสทะรักษ์ และกองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. (2556). *กระบวนการพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาวภายใต้มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนสำหรับผู้ประกอบการไทย*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- सानิตย์ หนูนิล. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: กรณีศึกษา โรงแรมดุสิต ปริ๊นเซส ศรีนครินทร์*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยดุสิตธานี.
- สุขสรรค์ กันตะบุตร, วิจิตา รักธรรม, ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, กฤติณี ณัฐวุฒิสวัสดิ์, พรเกษม กันตมระ และ ชันยามัย เจียรกุล. (2553). *การพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อภิชาติ พัทธวิญญูพงศ์. (2545). *การศึกษาโครงการฝึกอบรมและการตระหนักรู้ถึงการใช้ระบบจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO กรณีศึกษาโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อรรถเวทย์ พุกภัยสถาพร. (2554). *แนวปฏิบัติในการพัฒนาโรงแรมในเมืองให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพร้อมบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- อิสมาแอ คาเว็ง และภิญโญ นิลจันทร์. (2556). *บทบาทในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของคณะกรรมการบริหารเทศบาลตำบลยะรัง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership*. (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.
- Chapin, F. S. (1977). In *handbook of research designate social measurement: Social participation and social intelligence*. New York: Longman.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). *Participations place in rural development: Seeking clarity through specificity*. New York: World Developments.

- Daft, R. L. (2008 a). *New era of management* (2nd ed.). Mason, OH: Thompson/South-Western.
- Daft, R. L. (2008 b). *The leadership experience* (4th ed.). Mason, OH: Thomson/South-Western.
- Daniel, C. E., & Simmons P. J. (2011). *The green to gold business playbook: How to implement sustainability practices for bottom-line results in every business function*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Dartey-Baah, K. (2013). The cultural approach to the management of the international human resource: An analysis of Hofstede's cultural dimensions. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 39.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.
- Dubrin, A. J. (2010). *The principles of leadership* (6th ed.). Toronto: Houghton Mifflin.
- Dunlop, J. T. (1979) . *Public management* (Working paper). Tallahassee, FL: Department of Political Science Florida State University.
- Ely, R. J., & Thomas, D. A. (2001). Cultural diversity at work: The effects of diversity perspectives on work group processes and outcomes. *Administrative Science Quarterly*, 46, 229-273.
- Eneizan, B. M., & Wahab, K. (2016). Effects of green marketing strategy on the financial and non-financial performance of firms: A conceptual paper. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(5), 2223-5833.
- Erwin, W. (1976). *Participation management: Concept theory and implementation*. Atlanta, GA: Geogin State University Press.
- Foley, S., Ngo, H. Y., & Loi, R. (2012). The adoption of high performance work systems in foreign subsidiaries. *Journal of World Business*, 47(1), 106-113.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Gronau, W., & Brohlburg, L. (2011). Green Hotels a New Strategy for the Mass Market? A Consumer Study from Cyprus. In Kagermeier, A., & Reeh, T. (Eds.), *Trends, Herausforderungen und Perspektiven für die tourismusgeographische forschung* (pp. 24-36). Mannheim: MetaGis.

- Han, H., & Kim, Y. (2011). An investigation of green hotel customers' decision formation : Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 659-668.
- Hofstede, G., Hofstede, J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ivancevich, J. M. (2011). *Organizational behavior and management*. Singapore: McGraw-Hill.
- Kassinis, G., & Soteriou, A. (2003). Greening the service-profit Chain: The impact of environmental management practices. *Production and Operations Management*, 12, 386-403.
- Kirk, D. (1995). Environmental management in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 3-8.
- Kotler, P., & Nancy, L. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (1987). *The leadership challenge: How to get extraordinary things done in organizations*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Kozar, J. M., & Hiller, K.Y. (2013). Socially and environmentally responsible apparel consumption: Knowledge, attitudes and behaviors. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 316 - 325.
- 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.
- Lee, J., Hsu, L., Han, H., & Kim, Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: How a hotel's green image can influence behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901-914.
- Mainieri, T. (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of Social Psychology*, 137(2), 189-204.
- Manaktola, K. & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377.

- Masau, P., & Prideaux, B. (2007). *Tourism in the new Europe: Perspectives on SME policies and practices*. n.p.: Elsevier.
- Papadas, K. P., Avlonitis, G. J., & Carrigan, M. (2017). Green marketing orientation: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Business Research*, 80, 236-246. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.05.024
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 403-445.
- Polonsky, M. J. (2011). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64(12), 1311-1319.
- Ramaswami, S., & Srivastava, R. K. (2009). Market-based capabilities and financial performance of firms: Insights into marketing's contribution to firm value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), 97-116.
- Reeder, W. W. (1974). *Loms aspects of the informal social participation of farm families in New York State*. (Unpublished doctoral dissertation). Cornell University.
- Tichy, N. M., & Devanna, M. A. (1986). *The transformational leader* (2nd ed.). New York: Wiley.
- United Nations. (1981). *Popular participation as a strategy for promoting community-level action and national development*. New York: United Nations.
- Voon, T. Y., & Yazdanifard, R. (2014). Green marketing strategy, sustainable development, benefits and Challenges/Constraints. Rerieved from https://www.researchgate.net/publication/264992117_Green_marketing_strategies_sustainable_development_benefits_and_challenges_constraints
- Xenikou, A., & Simosi, M. (2006). Organizational culture and transformational leadership as predictors of business unit performance. *Journal of Managerial Psychology*, 21(6), 566-579.
- Yeung, S. (2004). Hospitality ethics curriculum: An industry perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(4), 253 – 262.
- Zibarras, L., & Ballinger, C. (2012). *Promoting environmental behavior in the workplace: Survey of UK organizations*. London: City University of Philosophy of Thesis in Science Education, Kent State University.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์





แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษาคุณูปการ

เรื่อง “การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย”

ดำเนินการศึกษาโดย นาย ทศพร กาญจนภรพัฒน์

นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม

คำชี้แจง

1. ผู้ให้สัมภาษณ์นี้คือผู้บริหารหรือผู้จัดการ หรือ พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย กรณีศึกษา โรงแรมพาราไดซ์ เกาะขาว จังหวัดพังงา
2. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย เรื่องโรงแรมที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมในภาคใต้ของประเทศไทย ผู้วิจัยปรารถนาจะให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ กรุณาใช้เวลาการให้สัมภาษณ์ด้วยตัวท่านเอง
3. ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น และจะสงวนคำให้สัมภาษณ์ของท่านไว้เป็นความลับจึงไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านเอง แต่จะมีความสำคัญและเกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อองค์ความรู้ใหม่ด้านการบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย ซึ่งส่งผลไปยังธุรกิจที่มีความยั่งยืน เป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและภาคสังคมโดยรวมในประเทศต่อไป

วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

ชื่อ.....ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

แบบสัมภาษณ์ : กลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการฝ่าย พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาดสีเขียวของโรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว จังหวัดพังงา

มิตินี้ 1 มิติด้านการจัดการองค์การสีเขียว (Green Organization Management)

1. ท่านคิดว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R (3R of Nature Environment) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่
2. ท่านคิดว่า วัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่
3. ท่านคิดว่าภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ขององค์กรมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่
4. ท่านคิดว่านโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service Policy) ของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่

มิตินี้ 2 มิติด้านการตลาดสีเขียว (Green Marketing 4P's)

1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging) ของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่
2. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านราคา (Green Price) ของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่
3. ท่านคิดว่าด้านการจัดจำหน่าย (Green Place) ของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่
4. ท่านคิดว่าด้านการส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) ของท่านมีลักษณะเป็นอย่างไร ได้แก่ปัจจัยใดบ้าง ควรปรับปรุงสิ่งใดหรือมีปัญหาใดหรือไม่

ข้อเสนอแนะอื่นๆ (หากมี)

ขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูง
ทศพร กาญจนภรพัฒน์
นักศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยสยาม



วันที่ _____ เดือน _____ พ.ศ. _____ เวลา _____

คุณสมบัติของเรื่อง

“การบริหารจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย”

ชื่อ - นามสกุล	ลายเซ็น	หน่วยงาน	ตำแหน่งงาน
1)			
2)			
3)			
4)			
5)			
6)			
7)			
8)			
9)			
10)			
11)			

ผู้แทนการสนทนากลุ่ม : 1) ผู้แทนชุมชนท้องถิ่น 2) ผู้แทนโรงเรียน 3) ผู้แทนองค์กรศาสนา และวัฒนธรรม 4) ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบล และผู้แทนสถานพยาบาลประจำตำบล

สรุปประเด็นในการสนทนากลุ่มการมีส่วนร่วมของสังคมกับโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มติที่ 3 มติการมีส่วนร่วมของสังคมต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

(Green Social Participation)

1. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมของโรงแรมกับชุมชนท้องถิ่น (Local Family) มีลักษณะสภาพปัจจุบันเป็นอย่างไร มีอุปสรรคหรือปัญหาใดหรือไม่ สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงเพื่อการมีส่วนร่วมที่คาดหวังมีปัจจัยใดหรือไม่ อย่างไร

2. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมของโรงเรียนกับโรงเรียน (Local School) มีลักษณะสภาพปัจจุบันเป็นอย่างไร มีอุปสรรคหรือปัญหาใดหรือไม่ สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงเพื่อการมีส่วนร่วมที่คาดหวังมีปัจจัยใดหรือไม่ อย่างไร

3. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมของโรงเรียนกับองค์กรศาสนาและวัฒนธรรม (Local Religion and Culture Organization) มีลักษณะสภาพปัจจุบันเป็นอย่างไร มีอุปสรรคหรือปัญหาใดหรือไม่ สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงเพื่อการมีส่วนร่วมที่คาดหวังมีปัจจัยใดหรือไม่ อย่างไร

4. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมของโรงเรียนกับองค์การบริหารส่วนตำบล (Local Municipality) และสถานพยาบาลประจำตำบล (Local Hospital) มีลักษณะสภาพปัจจุบันเป็นอย่างไร มีอุปสรรคหรือปัญหาใดหรือไม่ สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงเพื่อการมีส่วนร่วมที่คาดหวังมีปัจจัยใดหรือไม่ อย่างไร

ข้อเสนอแนะอื่นๆ (หากมี)

ขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูง

ทศพร กาญจนภรพัฒน์

นักศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยสยาม



ภาคผนวก ค

ประกาศนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว

1. รักษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของรีสอร์ทและอนุรักษ์ต้นไม้ท้องถิ่นและที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า รักษาที่อยู่อาศัยของนกเงือกและสัตว์สายพันธุ์อื่นที่อยู่บริเวณรีสอร์ท รีสอร์ทของเราตั้งอยู่ในป่าและเรามีโครงการที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของป่าโดยปลูกต้นไม้ใหม่ทุกเดือน นอกจากโครงการปลูกต้นไม้เพิ่มเป็นประจำแล้ว, คู่แต่งงานยังได้ปลูกต้นไม้พรวนเป็นที่ระลึกถึงวันแต่งงานอีกด้วย

2. ช่วยลดโลกร้อนโดยการซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรและเข้ากันได้กับสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น เรายังผลิตผักและสมุนไพรออแกนิกในสวนของเรา เราเชิญลูกค้ามาชมสวนและเรียนรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย นอกจากการนำผักและสมุนไพรมาใช้ในการปรุงอาหารในร้านอาหารของเรา ลูกค้าสามารถเลือกผัก และสมุนไพรมาปรุงอาหารเมื่อลูกค้าลงเรียนคอร์สทำอาหารของเรา

3. จัดการและควบคุมการกำจัดน้ำเสียเพื่อหลีกเลี่ยงมลพิษทางสิ่งแวดล้อมและเรายังทำอย่างดีที่สุดในการรักษาน้ำและพลังงาน แต่ละแผนกทำตามแผนงานในการปิดเครื่องปรับอากาศในสำนักงาน เรามีนโยบายปิดไฟบริเวณรอบรีสอร์ทซึ่งไม่ได้ใช้ ไฟตามชายหาดทำงานตามการตั้งเวลาและ มินิบาร์จะถูกดึงปลั๊กออกในกรณีที่ห้องพักนั้น ไม่มีลูกค้า รีสอร์ทของเรามีนโยบายและจุดประสงค์ที่ชัดเจนที่จะนำภาชนะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ พนักงานของเราได้รับการศึกษาในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและเราใช้ถุงผ้าทุกครั้งที่มีโอกาส

4. จำกัดจำนวนขยะและรับผิดชอบต่อในการกำจัดของเสีย เพื่อเป็นการไม่สร้างภาระแก่ชุมชนท้องถิ่น พนักงานของเราแยกขยะอย่างถูกวิธี ถึงขยะไม่ไผ่ในบริเวณรับรองลูกค้าถูกแยกเป็นถังขยะสำหรับขยะรีไซเคิลและขยะไม่รีไซเคิล ขยะรีไซเคิลของเราถูกส่งต่อไปยังบริษัทรีไซเคิลขยะ

5. รับสมัครชาวชุมชนท้องถิ่นจากเกาะเพื่อส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน ชื้อผลิตภัณฑ์และบริการจากท้องถิ่นซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจภายในชุมชน สร้างความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมของชาวชุมชน มีส่วนร่วมในกิจกรรมท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสวัสดิภาพของชาวชุมชน

6. ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความชอบธรรมตามกฎหมายแรงงาน สร้างระบบการสนับสนุนทางสังคมสำหรับพนักงานตามมาตรฐานอุตสาหกรรม สนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงานในผลประโยชน์ของสวัสดิการพนักงานและนโยบายของฝ่ายบุคลากร (ผ่านทางคณะกรรมการของพนักงาน)

7. รีสอร์ทของเราห้ามสูบบุหรี่ เราใส่ใจในสุขภาพของลูกค้าและพนักงาน ดังนั้นในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลางเป็นเขตงดสูบบุหรี่ นโยบายของเราสอดคล้องกับกฎหมายห้ามสูบบุหรี่ของประเทศไทย



ภาพที่ 1 การสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมและการแต่งตั้งคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

การบริหารจัดการตามนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมพาราไดซ์ เกะยาว ขั้นตอนที่ 1 กำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อม

นโยบายจะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการของ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ต้องเป็นแรงบันดาลใจที่สามารถปฏิบัติได้จริง เน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรในสำนักงานทุกคนรวมถึงชุมชนท้องถิ่น ปรับเปลี่ยนทัศนคติบุคลากรในการ ให้ ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมการประหยัดทรัพยากรและ พลังงานภายในสำนักงานโดยผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้กำหนดและอนุมัตินโยบายสิ่งแวดล้อม และตัว นโยบายสิ่งแวดล้อมจะไม่มี ความหมายถ้าไม่มีการระบุความมุ่งมั่นในการดำเนินงานที่จะปรับปรุง และพัฒนาสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนที่ 2 แต่งตั้งคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

โรงแรมจะทำการคัดเลือกบุคลากรเพื่อแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม โดย คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมสามารถแบ่งหน้าที่รับผิดชอบออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้

1. หัวหน้าสิ่งแวดลอม จะต้องมีอำนาจหน้าที่หลักในระดับฝ่ายบริหาร เช่น ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน โดยทางผู้บริหาร เป็นผู้คัดเลือกและติดตามผลการดำเนินงานด้านการจัดการ สิ่งแวดลอมให้อุบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดสิ่งแวดลอมที่เกี่ยวข้อง และรายงานผลการดำเนินงานแก่ผู้บริหารระดับสูง

2. ทีมงานด้านสิ่งแวดลอม ดำเนินการควบคุมและป้องกันปัญหาสิ่งแวดลอมที่เกิดจาก กิจกรรมการทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งจัดทำบันทึกตรวจสอบการปฏิบัติการ ควบคุม ปัญหาสิ่งแวดลอมและเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สื่อสารวิธีปฏิบัติต่างๆ ไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดลอมให้กับพนักงานในหน่วยงานต่างๆ

หลังจากที่ผู้บริหารระดับสูง ได้ทำการแต่งตั้งคณะกรรมการด้านสิ่งแวดลอม จะมีการ สื่อสารให้กับพนักงานรับทราบโดยทั่วถึงกัน โดยการนำประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการ หรือ ผัง องค์กร (Organization Chart) สื่อสารในจุดที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน

เมื่อคณะกรรมการด้านสิ่งแวดลอมดำเนินงานไประยะเวลาหนึ่ง หัวหน้าสิ่งแวดลอมจะ พิจารณาเบื้องต้นถึงควมมีประสิทธิภาพของคณะกรรมการ เช่น ความเพียงพอทางความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสม หากพบปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงานจะแจ้งไปยังกรรมการ ฝ่ายบริหาร เพื่อดำเนินการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมคณะกรรมการสิ่งแวดลอม

ขั้นตอนที่ 3 วางแผนการดำเนินงานและเผยแพร่นโยบายสิ่งแวดลอม

โรงแรมมีการวางแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดลอม โดยการระบุประเด็นและมีการ ประเมินปัญหาสิ่งแวดลอมและการใช้ทรัพยากร กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง หน้าที่ความรับ ผิดชอบและอำนาจหน้าที่ จากนั้นโรงแรมได้ทำการเผยแพร่ นโยบายสิ่งแวดลอมแก่พนักงานและ ชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการปฏิบัติหรือการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดลอม ในโรงแรมอย่างถูกต้อง ดังนี้

1. ดิคนโยบายบริเวณบอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงแรม
2. ประชาสัมพันธ์ ประกาศชี้แจง มีการอบรม และในที่ประชุม
3. ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท

ขั้นตอนที่ 4 ทบทวนและปรับปรุงนโยบายสิ่งแวดลอม

เนื่องจากสภาพการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้น โรงแรมจึงต้องมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายสิ่งแวดลอมให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่ เปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. กำหนดระยะเวลาในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขตามความเหมาะสม มีการทบทวนนโยบายสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี
2. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารอนุมัติใหม่ จากนั้นจะมีการสื่อสารนโยบายใหม่แก่พนักงานทุกคน
3. หากทบทวนนโยบายสิ่งแวดล้อมพบว่ายังมีความทันสมัย เหมาะสม นโยบายดังกล่าวก็ยังสามารถใช้และคงไว้ได้ดังเดิม



The background of the page features a large, faint, circular seal of Siam University. The seal contains the university's name in Thai and English, along with a central emblem.

ภาคผนวก ง
การจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R
(3R of Nature Environment)

ในประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม ได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมตามหลัก 3R ซึ่งมีแนวคิดดังนี้

1) การลด (REDUCE) คือลดการบริโภคทรัพยากรต่างๆ ลง เพื่อช่วยประหยัดทรัพยากรลง ได้อยากมีประสิทธิภาพมากที่สุด

กรณีศึกษา (การลด REDUCE) ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่าง

ในประเด็นการจัดการประสิทธิภาพของการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม ได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปในแนวทางเดียวกันดังนี้

การใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่าง

ทางโรงแรมมีการจัดการด้านพลังงาน โดยจะคำนึงถึงการใช้ไฟฟ้าและแสงสว่าง ซึ่งการใช้ทรัพยากรและพลังงานเหล่านี้ จะต้องปลูกฝังในการใช้อย่างรู้คุณค่า ประหยัด และมีการควบคุม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแต่ละกิจกรรม โรงแรมมีการใช้พลังงานหลายรูปแบบ เช่น ระบบปรับอากาศ ระบบแสงสว่าง จะใช้มากใช้น้อยขึ้นอยู่กับลักษณะกิจกรรม ซึ่งผู้ทำงานในโรงแรมทุกคนควรร่วมมือกันประหยัดพลังงาน และใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โรงแรมจะประหยัดพลังงานได้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานทุกคน นอกจากนี้ โรงแรมจะต้องมีการจัดการให้มีแสงสว่างในสำนักงาน โรงแรมที่เพียงพอต่อการทำงานด้วย โดยใช้แสงสว่างจากธรรมชาติช่วยในการเพิ่มแสงสว่าง ปรับปรุงสีของผนัง ฝ้าเพดานไม่ให้เป็นโทนสีมืดทึบ และทำความสะอาดวงไฟ ผนัง เพดาน และพื้นที่/บริเวณที่มีผลกระทบทำให้แสงสว่างลดลงจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กันยายน 2560) อธิบายว่า “เราควรใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด เท่าที่จำเป็นเท่านั้น ตรงไหนที่ไม่มีใครเดินผ่านบ่อยหรือไม่ค่อยมีใครใช้ ให้พยายามปิดหรือติดตัวเซ็นเซอร์ควบคุม คือเปิดไฟเท่าที่จำเป็นเท่านั้น”



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์นำทางห้องพักด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ยามกลางวัน
(ที่มา : ผู้วิจัย)

การประหยัดหรือลดการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพและถูกต้องเหมาะสมนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องปรับอากาศ แสงสว่าง เครื่องมือและอุปกรณ์ในสำนักงาน โรงแรมและส่วนที่พัก รวมไปถึงการใช้ทรัพยากรกระดาษ ทางโรงแรมยังควบคุมหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาใช้พื้นที่ในการปฏิบัติงานจัดจ้าง ผู้รับเหมาต่างๆ ให้ปฏิบัติตามมาตรการของโรงแรมด้วย นอกจากนี้การถ่ายทอดและสร้างจิตสำนึกเป็นสิ่งจำเป็นในการอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน สามารถทำได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สื่อสารการประหยัดไฟฟ้า

ผู้รับผิดชอบดำเนินการทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับพลังงานและทรัพยากร ผลกระทบของการขาดแคลนพลังงานและทรัพยากร รวมไปถึงการอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากร ดิฉันปรณรงค์ประหยัดไฟฟ้า

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดมาตรการประหยัด และสื่อสารให้พนักงานรับทราบ

เครื่องใช้ไฟฟ้าหลักที่ใช้เป็นประจำ ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ คอมพิวเตอร์ หลอดไฟ เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น จะต้องมีการกำหนดมาตรการ ดังนี้

เครื่องปรับอากาศ

1. ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศที่ 25-27 องศาเซลเซียส
2. ไม่ปล่อยให้มีความเย็นรั่วไหลจากห้องที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศส่วนสำนักงาน ส่วนต้อนรับ และส่วนห้องพักโรงแรม ตรวจสอบและอุดรอยรั่วตามผนัง ฝ้าเพดาน ประตู ช่องแสง
3. ปิดประตูห้องทุกครั้งที่เปิดเครื่องปรับอากาศ หรือติดตั้งและใช้อุปกรณ์ควบคุมการเปิด-ปิดประตูในห้องที่มีเครื่องปรับอากาศ
4. ทำความสะอาดและดูแลฝุ่นบ่อยๆ อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง เพราะหากฝุ่นอุดตันจะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องปรับอากาศลดลง
5. ยอานำความร้อน หรือของที่มีความชื้นเข้าไปไว้ในห้องปรับอากาศ เนื่องจากเมื่อมีการนำความร้อนหรือความชื้นเข้ามาในห้องจะทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานมากขึ้น
6. ลดและหลีกเลี่ยงการเก็บเอกสาร หรือวัสดุอื่นใดที่ไม่จำเป็นต้องใช้งานในห้องที่มีเครื่องปรับอากาศ เพื่อลดการสูญเสีย และใช้พลังงาน
7. ติดตั้งฉนวนกันความร้อนโดยรอบห้องที่มีการปรับอากาศ เพื่อลดการสูญเสียพลังงานจากการถ่ายเทความร้อนเข้าภายในอาคาร
8. ใช้มู่ลี่กันแดดป้องกันแสงแดดส่องกระทบตัวอาคาร และบุฉนวนกันความร้อนตามหลังคาและฝ้าผนัง เพื่อไม่ให้เครื่องปรับอากาศทำงานหนักเกินไป
9. ปลุกต้นไม้รอบๆ โรงแรมและพื้นที่ใกล้เคียงและจัดแคมเปญต้นไม้คู่รักในงานแต่งงาน

10. ปลุกต้นไม้เพื่อช่วยบังแดดข้างบนหรือเหนือหลังคา เพื่อเครื่องปรับอากาศจะไม่ต้องทำงานหนักเกินไป

11. ปลุกพืชคลุมดินเพื่อช่วยลดความร้อนและเพิ่มความชื้นให้กับดินจะทำให้อุณหภูมิเย็นลง

12. ไม่จำเป็นต้องเปิดเครื่องปรับอากาศเย็นจนเกินไป

13. ในสำนักงานโรงแรมไม่จำเป็นต้องเปิดเครื่องปรับอากาศก่อนเวลาเริ่มงาน

14. ในสำนักงานโรงแรมควรปิดเครื่องปรับอากาศในช่วงเวลา 12.00-13.00 น. และก่อนเวลาเลิกงานเล็กน้อย รวมทั้งปิดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ไม่จำเป็น



ภาพที่ 3 การลดอุณหภูมิภายนอกโดยปลูกต้นไม้รอบโรงแรมและพื้นที่ใกล้เคียง
(ที่มา : ผู้วิจัย)

แสงสว่าง

1. ปิดไฟเมื่อพักเที่ยงหรือหลังใช้งาน

2. ติดตั้งแผงสะท้อนหลอดไฟ

3. เลือกใช้อุปกรณ์แสงสว่างประสิทธิภาพสูง ไม่ว่าจะเป็นหลอดไฟ บัลลัสต์และโคมไฟ

4. ควบคุมแสงสว่างให้เหมาะสมกับการใช้งาน

5. ลดความสว่างที่เกินความจำเป็น เช่น บริเวณทางเดินที่ไม่จำเป็นต้องสว่างมาก

6. บำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ ตรวจสอบการทำงานและความสว่าง ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอทุกๆ 3-6 เดือน

7. ใช้แสงธรรมชาติ หรือ โคมไฟพลังงานแสงอาทิตย์ช่วยในการลดการใช้พลังงานจากแสงไฟในโรงแรม

ขั้นตอนที่ 3 เก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้า

ผู้รับผิดชอบดำเนินการเก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้าประจำเดือน และจัดทำสรุปผลรวมของการใช้ไฟฟ้าของสำนักงานโรงแรมและส่วนที่พักรวมโรงแรมในแต่ละเดือน เพื่อเปรียบเทียบผลจากการใช้ไฟฟ้า รวมไปถึงการรายงานผลสรุปประจำเดือนเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย

โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กันยายน 2560) อธิบายว่า “ในส่วนของแสงสว่างรอบๆบริเวณทางเดินของโรงแรมนั้น โรงแรมใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (โซลาร์เซลล์) เป็นหลักและมีโครงการที่จะติดตั้งในส่วนอื่นๆ เพิ่มอีกต่อไป ซึ่งเราทำแน่นอนเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและเป็นการประหยัดพลังงานเพิ่มอีกด้วย”

เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทางโรงแรมจึงได้มีมาตรการดังนี้

1. ปิดป้ายรณรงค์การประหยัดพลังงานรอบๆ โรงแรม
2. จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้แก่พนักงาน และลูกค้าของโรงแรมที่เข้าพัก
3. รายงานสรุปการใช้พลังงานของแต่ละส่วนงานของโรงแรมประจำเดือน เพื่อพนักงานทุกคนจะได้มีความตระหนักด้านการใช้พลังงานและทรัพยากร
4. สำนักงานโรงแรมจะต้องควบคุมหน่วยงานผู้รับเหมาภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของโรงแรมให้ปฏิบัติตามมาตรการของโรงแรมด้านสิ่งแวดล้อมด้วย พร้อมแจกเอกสารแนวทางปฏิบัติให้แก่หน่วยงานภายนอกที่เข้าใช้พื้นที่โรงแรม พร้อมให้มีลายเซ็นเพื่อรับทราบแนวทางดังกล่าว

กรณีศึกษา (การลด REDUCE) ลดการใช้น้ำ

ในประเด็นการจัดการประสิทธิภาพของการใช้น้ำ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการใช้น้ำที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไปในแนวทางเดียวกันดังนี้

ลดการใช้น้ำ

คนส่วนใหญ่มักจะมีพฤติกรรมในการใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย จึงควรเปลี่ยนวิธีการใช้น้ำตามความเคยชิน มาเป็นการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ซึ่งจะต้องปลูกฝังในการใช้อย่างรู้คุณค่า ประหยัด และมีการควบคุมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแต่ละกิจกรรม ทางโรงแรมจะประหยัดการใช้น้ำได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานและแขกผู้เข้าพักทุกคนเช่นกัน นอกจากนี้ทางโรงแรมยังมีการจัดการน้ำที่แล้วไม่ให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากน้ำเสีย ซึ่งปัญหาน้ำเสียส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกับของเสียจากบ้านเรือนทั่วไปหรือการดำรงชีวิตของมนุษย์ ที่ประกอบด้วยน้ำเสียที่เกิด

จากการซักล้างทำความสะอาด การประกอบอาหาร และสิ่งขับถ่าย ซึ่งมีการปนเปื้อนของสารอินทรีย์ และก็อาจจะมีเชื้อโรคที่อาจแพร่กระจายออกสู่สิ่งแวดล้อมได้ ดังนั้น น้ำเสียเหล่านี้จะต้องผ่านการบำบัดก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมภายนอก อนึ่งสารอินทรีย์ ได้แก่ แร่ธาตุต่างๆ ที่อาจไม่ทำให้เกิดน้ำเน่าเสีย แต่อาจเป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต ได้แก่ คลอรีน ซึ่งในกรณีนี้ทางโรงแรมได้ทำการสร้างสระว่ายน้ำบริการแขกผู้เข้าพักทั้งส่วนกลางและห้องพักริมน้ำส่วนตัวโดยใช้สระว่ายน้ำระบบเกลือบำบัดหมุนเวียนแทนการใช้สารคลอรีนที่เป็นสารเคมีก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 4 สระว่ายน้ำระบบน้ำเกลือหมุนเวียนแทนการใช้สารคลอรีน
(ที่มา : ผู้วิจัย)

การประหยัดการใช้น้ำให้มีประสิทธิภาพ และถูกต้องเหมาะสมนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน มีการถ่ายทอดและสร้างจิตสำนึกเป็นสิ่งจำเป็นในการอนุรักษ์และประหยัดน้ำสามารถทำได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สื่อสารการประหยัดน้ำ

ผู้รับผิดชอบดำเนินการทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรน้ำ ผลกระทบของการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร เป็นต้น หรือป้ายรณรงค์ประหยัดน้ำโดยใช้ข้อความ “กรุณาปิดน้ำหลังเลิกใช้” พร้อมกับติดสื่อสารตามจุดการใช้ให้ทั่วถึง

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดมาตรการประหยัด และสื่อสารให้พนักงานและแขกผู้เข้าพักทราบ

ขอความร่วมมือในการใช้น้ำอย่างประหยัด

1. ปิดก๊อกน้ำให้สนิทหลังเลิกใช้งาน
2. เลือกใช้สุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ

3. ติดตั้งระบบน้ำให้สามารถใช้ประโยชน์จากการเก็บและการกระจายน้ำ เช่น การขุดสระบัวไว้รองรับน้ำที่ไหลแล้วนำมาบำบัดใช้ประโยชน์ในสระบัวและเลี้ยงสัตว์น้ำต่อ เป็นการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าที่สุด
4. หมั่นตรวจสอบการรั่วไหลของน้ำ เพื่อลดการสูญเสียอย่างเปล่าประโยชน์

ขั้นตอนที่ 3 เก็บข้อมูลการใช้

ผู้รับผิดชอบดำเนินการเก็บข้อมูลการใช้ประจำเดือน และจัดทำสรุปผลรวมของการใช้น้ำของโรงแรมในแต่ละเดือน เพื่อเปรียบเทียบผลจากการใช้น้ำ รวมไปถึงการรายงานผลสรุปประจำเดือนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้วย

โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ธันวาคม 2560) อธิบายว่า “สภาพเกาะมีปัญหาเรื่องของน้ำจืดซึ่งเป็นแหล่งน้ำทางธรรมชาติไม่เพียงพอ เพราะเราเป็นเกาะกลางทะเล ทางโรงแรมจะต้องประหยัดการใช้น้ำคือใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด”

ทางโรงแรมได้มีการกำหนดมาตรการการประหยัดทรัพยากรน้ำภายในอาคารสำนักงาน ซึ่งมาตรการการประหยัดน้ำไม่เพียงแต่จะช่วยควบคุมปริมาณการใช้น้ำ แต่ยังสามารถลดปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การล้างภาชนะ การชำระล้างทำความสะอาด เป็นต้น

กรณีศึกษา (การลด REDUCE) ลดมลภาวะในอากาศและฝุ่นละอองสารก่อภูมิแพ้

ในประเด็นการจัดการด้านมลภาวะในอากาศและฝุ่นละอองนั้น เป็นการจัดการด้านคุณภาพอากาศเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับจัดการคุณภาพอากาศไปในแนวทางเดียวกันดังนี้

ลดมลภาวะในอากาศและฝุ่นละอองสารก่อภูมิแพ้

อาคารในโรงแรมที่มีคุณภาพอากาศภายในสะอาด ย่อมส่งผลให้พนักงานมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ มีความสุข อีกทั้งแขกที่มาพักในโรงแรมมีความรู้สึกสดชื่นและผ่อนคลายมากกว่าอาคารที่มีอากาศภายในที่มีมลพิษฟุ้งกระจายอยู่ อากาศที่เราหายใจภายในอาคารบางแห่งสกปรกกว่าอากาศภายในสถานที่ธรรมชาติ ดังนั้น โรงแรมจึงต้องมีการจัดการสภาพอากาศภายในและภายนอกของโรงแรมให้มีสภาพอากาศที่ดี ถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้พนักงานและแขกที่มาพักในโรงแรมอยู่ในสภาพแวดล้อมเหมาะสม เกิดความสบายในการทำงานและมีสุขภาพอนามัยที่ดี สิ่งที่เกิดมลพิษทางอากาศในโรงแรมโดยทั่วไป ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ พรม ฝุ่น การก่อสร้างหรือต่อเติมอาคารบางส่วน และ บุหรี่ ซึ่งทางโรงแรมจะต้องพิจารณาสิ่งเหล่านี้เพื่อวางแผนการจัดการในการลดมลพิษทางอากาศให้มีประสิทธิภาพที่สุด โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของ

ผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 เมษายน 2561) อธิบายว่า “สิ่งที่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศในโรงแรม จะเป็นกลุ่มของ เครื่องปรับอากาศที่ต้องมีการล้างทำความสะอาดฝุ่นและลดการสะสมของเชื้อแบคทีเรีย ต้องล้างทุกๆ 6 เดือนหรือตามมาตรฐานของ โรงแรม ส่วนพรมปูพื้นบางจุดก็ต้องมีการดูดฝุ่นทุกวันเพื่อไม่ให้เกิดการสะสมของไรฝุ่นในพรมที่เป็นอันตรายก่อให้เกิดภูมิแพ้ได้ ในส่วนของการสูบบุหรี่ ทางโรงแรมเน้นปลอดบุหรี่แต่หากจำเป็นจริงๆก็มีการจัดโซนสูบบุหรี่ให้แยกเป็นสัดส่วนและมีความชัดเจน เป็นต้น” ทางโรงแรมจะต้องพิจารณาสิ่งเหล่านี้เพื่อวางแผนการจัดการในการลดมลพิษทางอากาศให้ดีที่สุด

การบริหารจัดการในการลดมลพิษทางอากาศของโรงแรม ต้องมีการจัดการสภาพอากาศภายในและภายนอกของโรงแรมให้มีสภาพอากาศที่ดี ถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้พนักงานและแขกที่มาพักในโรงแรมอยู่ในสภาพแวดล้อมเหมาะสม เกิดความสบายในการทำงานและมีสุขภาพอนามัยที่ดี ทางโรงแรมจึงมีการบริหารจัดการลดมลพิษทางอากาศ โดยมีขั้นตอนดังนี้

วิธีดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดรายการที่ก่อให้เกิดมลพิษอากาศภายในโรงแรม

สิ่งที่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศในสำนักงานโดยทั่วไป ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ พรม พื้น การก่อสร้างหรือต่อเติมอาคารบางส่วน และ การสูบบุหรี่ ทางสำนักงานจะต้องพิจารณาสิ่งเหล่านี้เพื่อวางแผนการจัดการในการลดมลพิษทางอากาศ

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดมาตรการในการควบคุมคุณภาพอากาศ

ทางสำนักงานจะกำหนดขึ้นมาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนในการควบคุมมลพิษทางอากาศที่เกิดจากแหล่งต่างๆ สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เครื่องปรับอากาศ (Air Conditioner)

เครื่องปรับอากาศ เป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญในการทำงานทั้งในส่วนของสำนักงานและห้องพักของโรงแรม ซึ่งจะช่วยให้พนักงานและแขกผู้เข้าพักมีความเย็นสบายในการทำงานและการพักผ่อน และในขณะเดียวกันสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานและแขกผู้เข้าพัก หากไม่มีการดูแลทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ อันตรายที่เกิดจากเครื่องปรับอากาศ ได้แก่ โรคภูมิแพ้ โรคเลิเจียนแนร์ (เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย ชนิดหนึ่ง ชื่อว่า ลีจิโอเนลลา นิวโมฟีลา (Legionella Pneumophila) พบได้ที่ Cooling Tower ถาดรองน้ำจากเครื่องปรับอากาศ การติดต่อกับเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกายโดยการสูดหายใจ) วัณโรค หรือโรคที่เกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจอื่นๆ ซึ่งมีสาเหตุมาจากฝุ่นละออง เชื้อโรค เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย

วิธีการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ

1. ทำความสะอาดฟิลเตอร์หรือแผงกรองฝุ่น ซึ่งทำหน้าที่เป็นด่านแรกที่จะกรองอากาศโดยจะดักจับฝุ่นและสิ่งสกปรกอื่นๆ ที่ปนเปื้อนอยู่ในอากาศไม่ให้ผ่านเข้าไปยังตัวแผงขดท่อคอยล์เย็น และเป่าเข้าสู่บรรยากาศภายในห้องได้อีก ทำได้โดยใช้น้ำแรงๆ ฉีดที่ด้านหลังของฟิลเตอร์เพื่อให้ฝุ่นและสิ่งสกปรกหลุดออก หรืออาจใช้แปรงที่มีขนนุ่ม เช่น แปรงสีฟัน หรือแปรงทาสีช่วยปัดฝุ่นด้วยก็ได้

2. ทำความสะอาดแผงขดท่อคอยล์เย็น ให้ใช้แปรงสีฟัน หรือแปรงทาสี ปัดเอาฝุ่น ที่เกาะยืดยึดอยู่ให้ออกก่อนด้วยการลากแปรงลงตามแนวร่องของแผ่นครีโอลูมิเนียม แล้วจึงค่อยเอาน้ำฉีดหรือราด เพื่อให้ฝุ่นที่เหลือหลุดตามน้ำออกมา

3. ล้างทำความสะอาดใบพัด ควรล้างไปพร้อมกับการล้างทำความสะอาดแผงคอยล์เย็น

4. ทำความสะอาดถาดรองรับน้ำทิ้งและท่อน้ำทิ้ง หากไม่ได้รับการดูแลหรือทำความสะอาดเป็นเวลานาน จะทำให้เกิดเมือกขาวใสคล้ายขี้ผึ้งอยู่ในถาดรองรับน้ำทิ้งเป็นเวลานาน เมื่อรวมกับฝุ่นละอองต่างๆ ที่เกาะอยู่ตามถาดรับ ก็อาจเป็นแหล่งอาหาร หรือเป็นแหล่งสะสม ของเชื้อโรค เชื้อรา และทำให้เชื้อโรคเชื้อราเหล่านี้เจริญเติบโตและแพร่กระจายสู่พนักงานภายในอาคารได้ การทำความสะอาดถาดน้ำทิ้งโดยการใช้น้ำที่มีขี้ผึ้งแข็งขัดถู หรือการถอดออกมาล้างส่วนท่อน้ำทิ้งทำได้โดยการใช้เครื่องเป่าลม เป่าลมเข้าไปตามท่อน้ำ หรือใช้น้ำที่มีแรงดันเล็กน้อยฉีดเข้าไปภายในท่อ

5. ทำความสะอาดคอยล์ร้อน การทำความสะอาดฝุ่นละอองที่เกาะอยู่ตามชุดคอยล์ร้อนสามารถใช้น้ำฉีดล้างได้ แต่ต้องระวังอย่าให้น้ำกระเด็นเข้าไปเปียกอุปกรณ์ไฟฟ้าได้ ระยะเวลาในการล้างทำความสะอาดชุดคอยล์ร้อนควรล้างทุก 6 เดือน หรือทุก 12 เดือน

6. สื่อสารแก่ผู้ที่มาบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ ให้ทราบถึงการเป็นโรงแรมหรือสำนักงานสีเขียว เพื่อให้ปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมขณะบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ

2. พรมปูพื้น (Carpet)

พรมปูพื้น ถือเป็นแหล่งสะสมฝุ่น เชื้อโรค และเชื้อรา ภายในสำนักงานและในส่วนของโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ต้องเปิดเครื่องปรับอากาศและไม่เปิดประตูหรือหน้าต่างระบายอากาศ ซึ่งทั้งฝุ่น เชื้อโรคและเชื้อราไม่ได้ทำให้เราเจ็บป่วยอย่างฉับพลันทันที แต่จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาว เช่น โรคภูมิแพ้

วิธีการปฏิบัติ

1. เปิดประตูและหน้าต่างห้องที่ปูพรมให้บ่อยเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้อากาศถ่ายเทมากขึ้น
2. ทำความสะอาดพรมด้วยการดูดฝุ่นบ่อยๆ โดยวิธีการดูดฝุ่นที่ถูกต้อง ควรลากเครื่องดูดฝุ่นอย่างช้าๆ และดูดฝุ่นในแต่ละจุดให้นานขึ้น เพื่อให้ฝุ่นและเชื้อราหลุดออกมาได้ทั้งหมด
3. ถูพรม ใช้ผงเบกกิ้งโซดา (Baking Soda) โรยให้ทั่วพื้นพรม ทิ้งไว้ประมาณ 15 นาที แล้วดูดฝุ่นซ้ำ จะทำให้พรมปลอดจากกลิ่น ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่มีฤทธิ์เป็นด่าง (ผลิตภัณฑ์ซักฟอกบางยี่ห้อ) กับพรมขนสัตว์ เพราะอาจทำให้เส้นใยเสียหายและสีซีดจางได้
4. สำหรับพรมแบบที่เคลื่อนย้ายได้ นำไปผึ่งแดดอย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง หรือซักแห้งทำความสะอาดให้บ่อยเท่าที่ทำได้

2. การก่อสร้างหรือต่อเติมอาคารบางส่วน (Partial Construction)

การก่อสร้างหรือต่อเติมอาคารบางส่วนจะก่อให้เกิดสารระเหยของสีทาอาคาร ซึ่งสีทาอาคารนั้น ส่วนใหญ่จะมีสารระเหยอินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งสารระเหยอินทรีย์นี้ส่วนใหญ่จะระเหยออกมาอย่างมากโดยเฉพาะในช่วงทาสีเสร็จใหม่และก็ยังระเหยอย่างต่อเนื่องไปอีกหลายปี นอกจากนี้ ฝุ่นละออง ที่เกิดจากการซ่อมแซมและงานต่อเติมอาคาร ได้แก่ การเจาะผนัง การทุบผนัง ซึ่งฝุ่นที่เกิดขึ้นนอกจากจะทำให้เกิดอาการระคายเคืองตาแล้ว ยังทำอันตรายต่อระบบหายใจเมื่อเราสูดเอาอากาศที่มีฝุ่นละอองเข้าไป ทำให้ระคายเคืองแสบจมูก ไอ จาม มีเสมหะ หรือมีการสะสมของฝุ่นในถุงลมปอด ทำให้การทำงานของปอดเสื่อมลง

วิธีการปฏิบัติ

1. ทำป้ายสื่อสารให้ชัดเจนว่าเป็นพื้นที่ก่อสร้างหรืองานต่อเติมอาคาร เพื่อป้องกันผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องไม่ให้เข้าไปในบริเวณดังกล่าว
2. ในส่วนของสำนักงาน หลังการทาสีอาคาร ปล่อยให้แห้งประมาณ 2 สัปดาห์ก่อนให้พนักงานเข้าทำงาน เพื่อลดอัตราการได้รับสารระเหยจากสีทาอาคาร หากมีความจำเป็นจะต้องใช้ผ้าปิดจมูกเพื่อป้องกันอันตรายจากสีทาอาคาร หากเป็นส่วนห้องพักโรงแรม ต้องมีการทิ้งระยะก่อนการงานไว้พอสมควรก่อนเปิดให้แขกเข้าพักได้
3. เลือกสีทาอาคารที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์จากเขียว เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่พนักงานและแขกผู้เข้าพักว่าจะมีความปลอดภัยมากขึ้น
4. มีการควบคุมการฟุ้งกระจายของฝุ่นละอองขณะซ่อมแซมหรือต่อเติมอาคาร เช่น การใช้ผ้าใบกัน

5. ชี้แจงผู้รับเหมาให้ทราบถึงการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเป็นสำนักงานสีเขียว เพื่อให้ผู้รับเหมาปฏิบัติตามแนวทางตามนโยบายและแนวทางของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมขณะก่อสร้างหรือต่อเติมอาคาร

6. จัดให้มีที่ปฏิบัติงานสำรอง ในระหว่างการก่อสร้างหรือต่อเติมอาคาร จนกว่าจะดำเนินการเสร็จ

3. พื้นที่สูบบุหรี่ (Smoking Area)

โรงแรมทุกแห่งจะต้องมีแขกผู้เข้าพักที่แจ้งความประสงค์ในการสูบบุหรี่ก่อนเข้าพัก ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการปฏิเสธลูกค้าหรือหลีกเลี่ยงต่อการรับรองแขก และก็เป็นที่ยอมรับกันว่าวันบุหรี่เป็นผลเสียแก่สุขภาพของผู้สูบและไม่สูบบุหรี่ที่อยู่ใกล้เคียงหลายประการ เช่น อาจทำให้เกิดมะเร็งปอดและอวัยวะอื่น โรคหลอดเลือดหัวใจตีบ จนบางครั้งทำให้เกิดความสูญเสียเงินและทำให้สภาพแวดล้อมของโรงแรมดูแย่ลง ดังนั้นทางโรงแรมจึงต้องดำเนินการควบคุมสิ่งต่างๆ ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของพนักงาน แขกผู้เข้าพัก และภาพพจน์ความเป็นโรงแรมสีเขียวได้



ภาพที่ 5 พื้นที่ห้ามสูบบุหรี่ส่วนหนึ่งของโรงแรม
(ที่มา: ผู้วิจัย)

วิธีการปฏิบัติ

1. โดยทั่วไปห้ามสูบบุหรี่ในห้องพักโรงแรมและพื้นที่ส่วนกลาง หากจำเป็นจะกำหนดพื้นที่สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่อย่างชัดเจน โดยจะต้องห่างจากตัวอาคารอย่างน้อย 2 เมตรขึ้นไป
2. สำหรับพนักงานและแขกที่เข้าพักนั้น ห้ามเดินสูบบุหรี่เป็นอันขาด

3. กำหนดมาตรการอย่างเข้มงวดหากพบผู้ฝ่าฝืนสูบบุหรี่ในที่ห้ามสูบ หากเป็นพนักงาน จะต้องมีการว่ากล่าวตักเตือน หากเป็นกรณีแขกผู้เข้าพักจะต้องขอความร่วมมืออย่างเคร่งครัดและเดินนำทางแขกไปยังจุดที่กำหนดให้สูบบุหรี่เท่านั้น

4. ทำกิจกรรมรณรงค์การงดสูบบุหรี่ประจำสัปดาห์ หรือประจำเดือน หรือตามความเหมาะสมของสถานการณ์โรงแรม

5. กำหนดนโยบายการปลอดบุหรี่ในโรงแรมและสำนักงานจากผู้บริหาร สร้างความตระหนักและขอความร่วมมือจากพนักงานและแขกผู้เข้าพัก ลดพื้นที่สูบบุหรี่ให้น้อยลงและกำหนดชัดเจน และทำสัญลักษณ์จุดสูบบุหรี่ภายในเขตสำนักงานและส่วนโรงแรม

6. ปลูกต้นไม้ทรงสูง และรอบๆบริเวณ เพื่อช่วยในการดักฝุ่นละอองที่อาจเข้ามาในโรงแรม



ภาพที่ 6 พื้นที่ปลูกต้นไม้เพิ่มของโรงแรม
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ขั้นตอนที่ 3 อบรมและสื่อสารให้พนักงานรับทราบ

พนักงานทุกคนจะต้องได้รับสื่อต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุ การควบคุมและป้องกันอันตรายจากมลพิษทางอากาศ เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงอันตรายที่ได้ถูกมองข้ามไป ได้แก่ การติดป้ายที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ หรือตามจุดต่างๆ การประกาศเสียงตามสาย

ขั้นตอนที่ 4 การบำบัดมลพิษทางอากาศโดยวิธีทางชีวภาพ

พันธุ์ไม้ทุกประเภทสามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ทุกประเภท เพียงแต่มาน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทและชนิดของพันธุ์ไม้ เช่น การดูดซับสารฟอร์มาลดีไฮด์ สาร

แอมโมเนีย สารไฮลีน/โทลูอิน โดยจากการศึกษาของ องค์การนาซ่า เพื่อที่จะหาวิธีปรับปรุงสภาวะแวดล้อมในระบบปิดของยานอวกาศ ได้ระบุการใช้พืชพันธุ์ต่างๆ ประมาณ 50 ชนิดที่มีความสามารถในการดูดสารพิษ (ดร.บีชี วูฟเวอร์ตัน, Eco-Friendly House Plants, 1988) ซึ่งแนะนำให้ใช้ในอาคารที่ทำงาน ด้วยเหตุผลว่าพืชเหล่านี้ส่วนมากเป็นพันธุ์ไม้ที่มีความสวยงาม ทนทาน ดูแลรักษาง่าย และสามารถอยู่ในร่มเงาได้เป็นเวลาพอสมควร (shaded plants) และ เป็นพันธุ์ไม้เมืองร้อนที่หาได้โดยทั่วไป พืชแต่ละชนิดจะมีความสามารถในการดูด และกำจัดสารต่างๆ ไม่เท่ากัน ต้นไม้ที่วางอยู่ในเขตหายใจ จะช่วยในการกรองก๊าซเสียจากมนุษย์ ลดสารพิษจากวัสดุสังเคราะห์ ลดจุลินทรีย์ เชื้อโรคบางชนิดในอากาศ และความชื้นในบริเวณนั้นๆ ด้วย



ภาพที่ 7 บำบัดมลพิษทางอากาศโดยวิธีทางชีวภาพของโรงแรม
(ที่มา: ผู้วิจัย)

ขั้นตอนที่ 5 ตรวจสอบและเฝ้าระวังการปฏิบัติของพนักงาน

กำหนดผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบและเฝ้าระวังมลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้น หากพบว่าพนักงานไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของทางโรงแรม ในการกำหนดมาตรการควบคุมและลดมลพิษทางอากาศ เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพที่สุด โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 เมษายน 2561) อธิบายว่า “สิ่งที่สำคัญที่สุดในการที่จะควบคุมคุณภาพของอากาศไม่ให้เกิดมลพิษนั้น พนักงานของโรงแรมจะต้องปฏิบัติตนเองเป็นตัวอย่างที่ดีให้ผู้รับเหมาและแขกผู้เข้าพักเห็น หากพนักงานโรงแรมไม่เคารพและไม่เคร่งครัดต่อการปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงแรมและขาดจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ต่อให้นโยบายคืออะไรก็คงไม่เกิดประสิทธิผลไปได้หรอก”

โรงแรมจึงควรกำหนดมาตรการการควบคุมมลพิษทางอากาศอย่างชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษร ครอบคลุมให้มากขึ้นทุกช่องทางการประชาสัมพันธ์ มีการสื่อสาร ติดป้ายณรงค์ ตาม

จุดต่างๆในโรงแรม เช่น ป้ายกำหนดจุดสูบบุหรี่ ป้ายพื้นที่ก่อสร้างห้ามเข้าและควรต้องมีผ้าใบคลุมเขตก่อสร้างให้มีฉัตรเพื่อกันฝุ่นออกไปบนเพื่อบรรเทาอากาศบริสุทธิ์ภายนอก รวมไปถึงการสื่อสารแก่ผู้รับเหมาก่อสร้าง หรือบุคคลภายนอกที่เข้ามาทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น อีกทั้งต้องไม่ลืมว่าพนักงานโรงแรมจะต้องปฏิบัติตามมาตรการให้ได้อย่างเคร่งครัด โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 เมษายน 2561) อธิบายว่า “นโยบายการจัดการด้านคุณภาพอากาศ ต้องดีเผื่อออกไปให้ได้รับรู้โดยทั่วๆต้องรับผิดชอบร่วมกันนะ ไม่อยากได้ยินข้ออ้างว่าไม่รู้ หรือว่าประกาศเมื่อใดหรือ หากเป็นเช่นนั้นนโยบายที่มีคงไม่มีความศักดิ์สิทธิ์ มีไว้ก็คงไม่ได้ช่วยให้โรงแรมมีพัฒนาการที่ดีขึ้นเป็นแน่”

กรณีศึกษา (การลด REDUCE) ลดความดังของเสียง

ในประเด็นการจัดการคุณภาพเสียง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับจัดการคุณภาพเสียงไปในแนวทางเดียวกันดังนี้

การลดระดับความดังของเสียง

โรงแรมจะต้องมีการจัดการให้มีสถานะเรื่องเสียงในบริเวณโรงแรมและบริเวณรอบๆที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเสียงที่เกิดจากการทำงาน เสียงที่เกิดจากการปรับปรุงสำนักงาน ห้องพักโรงแรม รวมไปถึงเสียงจากภายนอกสำนักงานที่อาจส่งผลได้ หากร่างกายได้รับเสียงดังมากเกินไปจะเกิดอาการของร่างกาย และอยู่ในรูปแบบหรือเวลาที่ไม่เหมาะสมก็จะส่งผลกระทบต่อทั้งทางกายและจิตใจ เช่น การทำลาป่วยเพราะรับไม่ได้ยิน การทำให้เกิดความรำคาญ ขาดสมาธิในการทำงานทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง โรคเครียด หรืออาจเป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุ หรือโรคร้ายต่างๆได้ โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2561) อธิบายว่า “มันเป็นนโยบายของโรงแรมเรานะ ซึ่งพนักงานทุกคนหรือผู้รับเหมาทำงานให้โรงแรมต้องทราบ ที่สำคัญเลยคือห้ามส่งเสียงดังรบกวนแขก คิดป้ายให้แขกที่มาพักเข้าใจด้วยเพื่อเป็นการขอความร่วมมือในการเข้าพัก ไม่ให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้เข้าพักท่านอื่นด้วยเช่นกัน”

เสียงดังส่วนใหญ่เกิดจากบริการเรือรับส่งแขก ซึ่งการมาพักที่โรงแรมนั้นจะต้องอาศัยเดินทางต่อมาโดยทางเรือยนต์ซึ่งมักจะมีเครื่องยนต์ที่มีเสียงค่อนข้างดัง ทางโรงแรมสามารถจัดการได้โดยเมื่อเรือรับส่งแขกใกล้ถึงฝั่งจอดเทียบท่าของโรงแรมแล้วจะทำการเบาดูเครื่องยนต์เรือ และค่อยๆนำเรือเข้าเทียบฝั่งเพื่อลดปริมาณระดับเสียงไม่ให้ดังจนเกินไป บางครั้งเราได้ขอความร่วมมือจากเรือรับส่งของผู้ให้บริการทั่วไปในการลดระดับเสียงลงเมื่อใกล้ท่าเทียบ หรืออาจใช้วิธีจอดห่างฝั่งแล้วส่งต่อผู้โดยสารมาทางเรือประเภทอื่นที่ไม่เครื่องยนต์ก็ได้ ซึ่งเป็นการลดระดับเสียงดังที่ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงขึ้น นอกจากนี้ทางโรงแรมจะไม่มีบริการรับส่งทางเรือในเวลากลางคืน

เนื่องด้วยเหตุผลทางความปลอดภัยและไม่ให้เกิดการใช้เสียงดังในยามวิกาลซึ่งเป็นการรบกวนแขกผู้เข้าพักและผู้อาศัยชุมชนโดยรอบได้ โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2561) อธิบายว่า “ โรงแรมเราขอความร่วมมือนะ ทั้งเรือรับส่งของโรงแรมและเรือรับส่งทั่วไป เข้าหรือออกจากทำให้เบาเสียงลงด้วย ”



ภาพที่ 8 บริการรับส่งทางเรือมาโรงแรม
(ที่มา : ผู้วิจัย)

การลดระดับความดังของเสียงควรต้องมีการดูแลอุปกรณ์ต้นกำเนิดที่ทำให้เกิดเสียงดังในสำนักงานโรงแรม เช่น เครื่องปรับอากาศ การซักรีด หรือ ขนส่งทางเรือ อย่างต่อเนื่องที่ได้กำหนดขึ้นอย่างเหมาะสม และทำการสื่อสารไปยังผู้รับเหมาขนส่งทางเรือหากเสียงนั้นรบกวนแขกผู้เข้าพักและชุมชนที่อาศัยโดยรอบของโรงแรม และใช้รถกอล์ฟไฟฟ้ารับส่งแขกบนเกาะ โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2561) อธิบายว่า “ขอร้องและขอให้เข้าใจตรงกันนะว่า ห้ามส่งเสียงดังเป็นอันขาด ”

1.5 กรณีศึกษา (การลด REDUCE) ลดปริมาณขยะโดยทำการคัดแยกขยะ

ในประเด็นการจัดการลดปริมาณขยะ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรมได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับจัดการลดปริมาณขยะไปในแนวทางเดียวกัน ดังนี้

การลดปริมาณขยะโดยทำการคัดแยกขยะ

ทางโรงแรมมีการจัดการของเสีย โดยดำเนินการควบคุมสิ่งที่เป็นเศษวัสดุ หรือสิ่งที่ปล่อยออกมาจากกระบวนการดำเนินงานของโรงแรม รวมถึงวัสดุ หรือของเสียที่ปนเปื้อน การจัดการของเสียของโรงแรม คือ การดำเนินการควบคุมสิ่งที่เป็นเศษวัสดุ หรือสิ่งที่ปล่อยออกมา หรือสารที่ไม่ต้องการอื่นๆ ที่ได้มาจากกระบวนการดำเนินงาน โรงแรมจะดำเนินการแยกของเสียหรือขยะ และพยายามดำเนินการกับของเสียเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของ

ผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “การจัดการขยะมูลฝอย เป็นอีกหนึ่งความสำคัญของโรงแรม พนักงานรับผิดชอบทำงานสลับเปลี่ยนกันตลอด 24 ชั่วโมง เรามีเจ้าหน้าที่ตอนนี้ประมาณ 10 คน”

ประเภทของขยะที่เกิดขึ้นในโรงแรม

1. ขยะทั่วไป หรือขยะมูลฝอย หมายถึง ของเหลือใช้ที่เกิดจากห้องทำงาน ห้องพัก ห้องอาหาร ครั้ว เป็นต้น ขยะประเภทนี้เป็นขยะที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม แต่หากมีปริมาณมากและไม่ได้รับการจัดการอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมได้ ขยะประเภทนี้ได้แก่ เศษอาหาร ถูพลาสติก กล่องโฟม ขยะจากห้องพักโรงแรม เป็นต้น



ภาพที่ 9 ขยะทั่วไปหรือขยะมูลฝอย
(ที่มา : ผู้วิจัย)

2. ขยะรีไซเคิล หมายถึง ขยะที่สามารถนำไปสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็นขยะที่ขายได้ สามารถสร้างรายได้ให้แก่สำนักงาน ขยะประเภทนี้ได้แก่ กระดาษ ขวดพลาสติก แก้ว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีขยะอีกประเภทหนึ่งที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการแปรรูป เรียกว่า การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือ Reuse



ภาพที่ 10 ขยะรีไซเคิล
(ที่มา : ผู้วิจัย)

3. ขยะอันตราย หมายถึง ขยะที่มีองค์ประกอบของสารเคมี หรือ โลหะหนัก ปนเปื้อน ซึ่งขยะประเภทนี้ที่เกิดในโรงแรม ได้แก่ ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ ขยะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น



ภาพที่ 11 ขยะอันตราย
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ผลกระทบของมลพิษขยะและขยะอันตราย

1. แหล่งเพาะพันธุ์ของเชื้อโรคและแมลงนำโรคต่างๆ
2. เกิดกลิ่นเหม็นและก่อให้เกิดความรำคาญ
3. แหล่งน้ำเน่าเสีย
4. ส่งผลกระทบต่อสภาพร่างกายของมนุษย์
5. ทัศนียภาพเสื่อมโทรม

ทางโรงแรมมีการจัดการเพื่อลดปริมาณขยะจากแหล่งกำเนิด โดยการลดขยะที่แหล่งกำเนิด (REDUCE) เป็นการป้องกันและควบคุมการเพิ่มของปริมาณขยะที่สำคัญคือการลดขยะที่แหล่งกำเนิด (Source Reduction: REDUCE) โดยการอาศัยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวันการลดปริมาณขยะจะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการจัดการของเสียในสำนักงานตั้งแต่การเก็บรวบรวม ขนส่ง การคัดแยกและใช้ประโยชน์ ตลอดจนการกำจัดขั้นสุดท้าย ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ

ทางโรงแรมจะมีการจัดการวัสดุที่ใช้แล้วก่อนที่จะนำไปทิ้ง พิจารณาวัดวัสดุที่ใช้แล้วนั้นสามารถนำกลับมาเข้าสู่กระบวนการผลิตซ้ำ (Reuse) ได้หรือไม่ หากไม่สามารถใช้ซ้ำได้จะต้องพิจารณาต่อว่าสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้หรือไม่ หากไม่แล้วก็เป็นจะต้องทิ้งขยะตามประเภทของขยะนั้นๆ

2) การใช้ซ้ำ (REUSE) คือนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วกลับมาใช้ใหม่ตรงๆ หรือเพิ่มสร้างสรรค์ DIY ขึ้น

กรณีศึกษา (การใช้ซ้ำ REUSE) น้ำใช้แล้วหรือน้ำเสีย

สถานะน้ำเสียก่อให้เกิดจุลินทรีย์เป็นจำนวนมาก จุลินทรีย์เหล่านี้จะใช้ออกซิเจนในการดำรงชีวิตสามารถลดระดับของออกซิเจนละลายน้ำทำให้เกิดสภาพน้ำเน่าเหม็น นอกจากนี้จุลินทรีย์บางชนิดอาจเป็นเชื้อโรคที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ น้ำเสียทำให้เกิดเหตุรำคาญ เช่น กลิ่นเหม็นเน่า และยังทำให้เกิดการสูญเสียทัศนียภาพ เกิดภาพที่ไม่น่าดู เช่น สภาพน้ำมีสีดำ มีขยะ และสิ่งปฏิกูลลอยน้ำและอาจปนเปื้อนออกสู่ทะเลลูกตามเป็นมลภาวะที่เป็นวงกว้างได้ ทางโรงแรมจึงมีการบริหารจัดการน้ำเสียเพื่อบำบัดและนำไปใช้ซ้ำในกิจการของโรงแรมให้คุ้มค่าที่สุดที่สุดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบของน้ำเสีย และปริมาณ

ผู้รับผิดชอบจะต้องพิจารณาองค์ประกอบของน้ำเสีย ซึ่งน้ำเสียส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะมีคราบน้ำมันและไขมัน เศษขยะ เศษอาหารปนเปื้อน จากนั้นคาดการณ์ปริมาณน้ำทิ้งที่เกิดขึ้นเพื่อจัดหาขนาดของถังดักไขมันสำเร็จรูป

ขั้นตอนที่ 2 หาแนวทางการจัดการน้ำเสีย

1. ลดปริมาณน้ำมัน ไขมัน ขยะและเศษอาหารจากแหล่งกำเนิด
 - ลดการใช้น้ำมันในการปรุงอาหาร
 - กวาดเศษอาหารออกจากภาชนะก่อนนำไปล้าง
 - แยกน้ำมันใช้แล้วใส่ภาชนะเพื่อนำไปกำจัด
 - ไม่เทน้ำมันใช้แล้วลงน้ำทิ้งหรือท่อระบายน้ำ
 - รวบรวมภาชนะที่จะต้องล้างให้มีปริมาณมาก เพื่อลดจำนวนครั้งที่ล้าง
2. การกำจัดน้ำมัน ไขมัน ขยะและเศษอาหารโดยใช้บ่อดักไขมัน

บ่อดักไขมัน เป็นอุปกรณ์สำหรับแยกไขมันไม่ให้ไหลปนไปกับน้ำทิ้งช่วยรักษาสภาพน้ำในขั้นตอน ก่อนนำน้ำที่ได้รับการบำบัดไปใช้ซ้ำในกิจการโรงแรมเช่น เลี้ยงปลาหรือปล่อยใส่บ่อบัวในสระน้ำของโรงแรมแทนการใช้น้ำใหม่ การจัดการน้ำมันและไขมันโดยใช้บ่อดักไขมันเป็นวิธีการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการบำบัดน้ำเสียที่ปนเปื้อนน้ำมันและไขมัน

หลักการทำงานของบ่อดักไขมัน

- 1) น้ำเสียจะผ่านเข้ามาที่ตะแกรงดักเศษอาหาร ซึ่งทำหน้าที่แยกเศษอาหารที่ปะปนมากับน้ำเสีย
- 2) น้ำเสียจากขั้นตอนแรกจะไหลผ่านมายังส่วนดักไขมัน โดยไขมันที่แยกตัวออกจากน้ำเสียจะลอยขึ้นเป็นชั้นเหนือ

3) น้ำเสียที่อยู่ใต้ชั้นไขมันจะไหลเข้าสู่ถังบำบัดขั้นต่อไป ก่อนปล่อยออกสู่บ่อเลี้ยงปลา หรือสระบัวหรือนำไปรดน้ำต้นไม้ต่อไป



ภาพที่ 12 บ่อดักไขมันของโรงแรม
(ที่มา: ผู้วิจัย)

การดูแลรักษาบ่อดักไขมัน

1. ต้องติดตะแกรงดักขยะและหมั่นโกยเศษขยะที่ดักกรองไว้ให้น้ำตะแกรงออกอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยทุกวัน
2. หมั่นดักไขมันออกจากบ่อดักไขมันอย่างน้อยทุกสัปดาห์ โดยใส่ภาชนะที่ปิดมิดชิดและให้เทศบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปกำจัด หรือนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ
3. ล้างถังดักไขมันอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยทุก 6 เดือน

นอกจากนี้โรงแรมควดขันในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดชีวภาพ หรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำจุลินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ติดฉลากเขียวหรือมีข้อความบ่งชี้ว่า “ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติแทนสารเคมีที่เป็นอันตราย เป็นต้น

มาตรการการประหยัดน้ำไม่เพียงแต่จะช่วยควบคุมปริมาณการใช้น้ำ แต่ยังสามารถลดปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การล้างภาชนะ การชำระล้างทำความสะอาด หรือการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่เช่น รดน้ำต้นไม้ หรือนำไปเลี้ยงปลา เลี้ยงพืชน้ำ เป็นต้น โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ธันวาคม 2560) อธิบายว่า “การจัดการบำบัดน้ำเสีย จัดทำระบบดักไขมันต่างๆ เพื่อนำน้ำมาใช้ซ้ำใหม่ได้อีก เป็นนโยบายสำคัญของโรงแรม และ โรงแรมก็มีต้นทุนในการบำบัดสูง การจัดการมีขั้นตอนที่ละเอียดและมาก พนักงานที่รับผิดชอบจะต้องเข้าใจในกระบวนการทำงานอย่างท่วงแท้”



ภาพที่ 13 การรีไซเคิลน้ำมาบำบัดและใช้ซ้ำในบ่อบัวของโรงแรม
(ที่มา : ผู้วิจัย)

2.2 กรณีศึกษา (การใช้ซ้ำ REUSE) การคัดแยกขยะ

การนำกลับมาใช้ซ้ำ (REUSE) การนำกลับมาใช้ซ้ำสามารถช่วยลดการเกิดขยะได้เท่ากับจำนวนครั้งที่นำมาใช้ซ้ำ หรือแทนที่ด้วยผลิตภัณฑ์อื่น กิจกรรมในโรงแรมที่สามารถนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำได้ ดังต่อไปนี้

- พนักงานจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ โรงแรมแจกอุปกรณ์ให้นำมาใหม่ได้
- ซองเอกสารที่ผ่านการใช้งานแล้วให้ใช้ซ้ำเท่าที่สามารถใช้ได้ กระดาษให้ใช้ทั้ง 2 หน้า
- กระดาษเช็ดมือ ให้ใช้เป็นผ้าเช็ดมือแทน
- ขวดน้ำดื่มพลาสติก เบียงแก้ว หรือขวดแก้วสามารถนำมาดัดแปลงเป็นกระถางต้นไม้หรือภาชนะใส่ของโฟม
- แก้วน้ำหรือแก้วกระบอกไม้ไผ่ ให้ใช้แทนแก้วกระดาษ
- แบตเตอรี่ เพิ่มการใช้แบบเก็บประจุไฟฟ้าได้ (Rechargeable batteries) เพื่อลดขยะและลดพิษโลหะที่เกิดจากขยะอันตราย ใช้แบตเตอรี่ที่หลีกเลี่ยงการผลิตด้วยโลหะพิษ
- เมื่อมีการสั่งซื้อของจะกำหนดการซื้อของใส่ “ลังสีเขียว” ไม่เอาลังโฟมหรือลังพลาสติก เพื่อลดปริมาณขยะ

กรณีศึกษา การนำกลับมาใช้อีก (RECYCLE) ขยะ

การนำกลับมาใช้อีก (Recycle) คือ การนำกลับมาใช้อีกหรือหมุนเวียนกลับมาใช้อีก ดูแล้วคล้ายๆ Reuse แต่ความต่างคือ Recycle เป็นการนำวัสดุที่กำลังจะเป็นขยะหรือเป็นขยะแล้วไปผ่านกระบวนการหลอมใหม่แล้วนำกลับมาเป็นวัสดุเดิมหรือวัสดุชิ้นใหม่ โดยวัสดุที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้

การจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จัดให้มีขึ้นเพื่อใช้เป็นวิธีการในการกำหนดขั้นตอนควบคุมการจัดการขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ตั้งแต่การแยกประเภท การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่างถูกต้องเหมาะสม ให้สอดคล้องกับกฎหมายในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุ ที่ไม่ใช่แล้ว และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “เรื่องของการคัดแยกไม่ว่าจะเป็น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล เราเองมีโรงคัดแยกอยู่แล้ว สำหรับขยะเปียกเราจะนำไปทำปุ๋ยหมัก ส่วนขยะแห้งเราก็นำไปเผา (เตาเผา) ซึ่งติดตั้งห่างจากโรงแรมมากพอสมควร ไม่กระทบต่อมลภาวะ เพราะ โรงแรมมีพื้นที่โดยรอบประมาณ 100 ไร่เศษ เป็นสภาพแวดล้อมของโรงแรม” วิธีการนี้จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงการจัดการขยะทั่วไป รวมถึงขยะอันตราย ที่เกิดจากการดำเนินงาน และการบริการของโรงแรม โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจประเภทและปริมาณขยะ และพฤติกรรมภารกิจขยะ

ดำเนินการสำรวจพื้นที่และกิจกรรมต่างๆ ในสำนักงาน ถึงประเภทและปริมาณขยะที่เกิดขึ้น เพื่อวางแผนในการจัดการขยะ ได้แก่ การกำหนดจำนวนถังขยะ จุดวางถังขยะ

ขั้นตอนที่ 2 การจัดวางถังขยะและการคัดแยกขยะ

หลังจากทราบถึงประเภท ปริมาณขยะ และพฤติกรรมภารกิจขยะของพนักงาน ผู้รับผิดชอบจะต้องดำเนินการแยกประเภทของขยะ พร้อมทั้งติดป้ายบ่งชี้ประเภทขยะให้ชัดเจนที่ถังขยะ และนำมาวางในจุดที่กำหนด ถังขยะทุกใบควรจะต้องวางในพื้นที่ที่สะดวกต่อการทิ้ง มีฝาปิด นอกจากนี้ยังต้องมีการเตรียมพื้นที่ที่รองรับขยะทั้งหมดก่อนการนำไปกำจัด ซึ่งพื้นที่รองรับขยะจะต้องแบ่งออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน เพื่อรองรับขยะประเภทต่างๆ ที่ได้ถูกคัดแยกมาแล้ว

ขั้นตอนที่ 3 การให้ความรู้ในการจัดการขยะ

ให้ความรู้แก่พนักงานทุกคนในการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง ส่งเสริมพนักงานให้มีการลดปริมาณขยะอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำวัสดุใช้แล้วมาเวียนใช้ หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ในสำนักงาน หรือการทดแทน และจะต้องมีการรณรงค์การจัดการขยะในแต่ละรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบความถูกต้องของการคัดแยกขยะ

กำหนดผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบภารกิจขยะของพนักงาน ความถี่ในการตรวจสอบประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือตามความเหมาะสมขององค์กร หากพบว่ามีภารกิจขยะผิดประเภท จะต้องมีการกำหนดมาตรการในการจัดการเพื่อป้องกันการทิ้งขยะผิดซ้ำ นอกจากนี้ผู้ตรวจสอบจะต้องตรวจสอบถึงการนำวัสดุเหลือใช้มาเวียนใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ในโรงแรมหรือเป็นเพื่อการทดแทน



ภาพที่ 14 การแยกขยะประเภทต่างๆโดยใช้ป้ายและสีเป็นสัญลักษณ์บ่งชี้ขยะแต่ละประเภท
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ขั้นตอนที่ 5. การกำจัดขยะ

1. ขยะทั่วไป เช่น เศษอาหาร ถูพลาสติก กล่องโฟม ขยะจากอุปกรณ์สำนักงาน โรงแรม เป็นต้น จะส่งให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปกำจัด
2. ขยะรีไซเคิล เช่น ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระดาษ กล่องกระดาษลัง เป็นต้น จะคัดแยกไว้เป็นสัดส่วนและจะส่งให้กับผู้รับซื้อของเก่าที่จะต้องมีการใบอนุญาตในการประกอบกิจการอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม
3. ขยะอันตราย เช่น ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ ขยะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น หากมีในปริมาณมากจะต้องส่งให้กับบริษัทที่รับกำจัดขยะอันตรายโดยเฉพาะที่ได้รับการอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 6. บันทึกปริมาณขยะรายเดือนเป็นประจำทุกเดือน



ภาพที่ 15 การกำจัดขยะทั่วไปโดยเตาเผาของโรงแรม
(ที่มา : ผู้วิจัย)

การจัดการด้านขยะมูลฝอยของโรงแรม

1. จะต้องมีการคัดแยกขยะให้ได้มากขึ้นและถี่ถ้วน
2. มีการจัดการนำวัสดุที่ใช้แล้วบางชนิดนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือมีการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่สามารถลดการเกิดขยะได้ในอัตราร้อยละที่เพิ่มสูงขึ้น สามารถเพิ่มอัตราการรีไซเคิล (Recycle Ratio) ให้สูงได้มากขึ้น
3. ด้านข้างภาชนะควรมีเครื่องหมายแสดงชนิดของขยะ หรืออาจมีป้ายบ่งชี้
4. มีป้ายรณรงค์เกี่ยวกับการจัดการขยะ
5. ประกาศเรื่องการจัดการขยะมูลฝอยให้เป็นหนึ่งในนโยบายหลักของโรงแรมอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ตุลาคม 2561) อธิบายว่า “พวกเราเห็นว่าควรมีการจัดการขยะมูลฝอยให้เป็นนโยบายหลัก ไม่ให้กระทบต่อชุมชน และบริเวณรอบข้าง (ทุกวันที่ 15 ของเดือนจะกำหนดเป็นวันจัดเก็บขยะชุมชน)”

สำนักงานจะต้องติดตั้งถังดักไขมันและมีการดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในส่วนของเศษขยะ เศษอาหาร คราบน้ำมันและสิ่งสกปรกต่างๆ ควรได้รับการกำจัดอย่างเหมาะสม โดยจะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ธันวาคม 2560) อธิบายว่า “สภาพภูมิศาสตร์ทั่วไปในเกาะยวนั้นจะมีปัญหาเรื่องของน้ำจืด ทางโรงแรมจึงมีนโยบายประหยัดการใช้น้ำ นำน้ำมาใช้ซ้ำทุกวิธีทาง รีไซเคิลน้ำใหม่ คือใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด และจะไม่ยอมปล่อยน้ำเสียโดยปราศจากการบำบัดที่ถูกต้องเหมาะสมออกสู่ทะเลหรือแม่น้ำเป็นอันขาด”



ภาพที่ 16 การรีไซเคิลน้ำหลังจากผ่านการบำบัดก่อนปล่อยลงแม่น้ำลำคลอง
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ภาคผนวก จ

การตลาดสีเขียว (4P's Green Marketing)



ผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Product & Packaging)

ในประเด็นด้านผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม ได้ให้ทัศนะและมุมมองเกี่ยวกับการจัดการด้านการใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ไปในแนวทางเดียวกันดังนี้

ปัจจุบัน โรงแรมใช้นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเรียกว่าการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) หมายถึง การจัดซื้อหรือจัดจ้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบสินค้าหรือบริการตามที่กำหนด และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตและบริการ โดยพิจารณาตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

โรงแรมได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยมีฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือแยกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออกจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด

สำหรับประเทศไทยได้ใช้คำว่า “ฉลากสีเขียว” (Green Label) เป็นฉลากที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน



ภาพที่ 17 ฉลากสีเขียว

(ที่มา : กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

โรงแรมใช้เกณฑ์ในการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- 1) ใช้วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น วัสดุไม่มีพิษ วัสดุหมุนเวียนทดแทนได้ วัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำในการจัดหามา
- 2) ใช้วัสดุน้อย เช่น น้ำหนักเบา ขนาดเล็ก มีจำนวนประเภทของวัสดุน้อย

3) มีเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ใช้พลังงานสะอาด ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตและลดขั้นตอนของกระบวนการผลิต

1. มีระบบขนส่งและจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ลดการใช้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ฟุ่มเฟือย ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่ใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ได้ใหม่ และเลือกใช้เส้นทางการขนส่งที่ประหยัดพลังงานที่สุด ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดในช่วงการใช้งาน เช่น ใช้พลังงานต่ำ มีการปล่อยมลพิษต่ำในระหว่างการใช้งาน ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง และลดการใช้ชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็น มีความคุ้มค่าตลอดชีวิตการใช้งาน เช่น ทนทาน ซ่อมแซมและดูแลรักษาง่าย ปรับปรุงต่อเติมได้ ไม่ต้องเปลี่ยนบ่อย

2. มีระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การเก็บรวบรวมที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย มีการออกแบบให้สามารถนำสินค้าหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนใช้ได้ใหม่ได้ง่าย หรือหากต้องกำจัดทิ้งสามารถนำพลังงานกลับคืนมาใช้ได้และมีความปลอดภัยสำหรับการฝังกลบ

จากหลักการข้างต้น จะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ทางโรงแรมได้ประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อให้นำผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ในโรงแรมให้มากที่สุด เพื่อสนองต่อนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเรียกว่าการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement) ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักการบริหารงานของโรงแรมเรา”



ภาพที่ 18 ผลิตภัณฑ์หลอดดูดน้ำไม้ไผ่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ลักษณะของการบริหารจัดการในการใช้ผลิตภัณฑ์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรม
โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการคัดเลือกสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1) ผู้รับผิดชอบจะดำเนินการตรวจสอบสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยหาจากคู่มือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีการผลิตเพื่อประหยัดพลังงานได้จากประกาศอธิบดีกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน เรื่อง กำหนดคุณสมบัติหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ของวัสดุ อุปกรณ์ หรือเครื่องจักร ของกระทรวงพลังงาน หรือตรวจสอบฉลากเขียว ฉลากประหยัดพลังงานเบอร์ 5 ฉลากประสิทธิภาพสูงที่ติดตัวสินค้าจากร้านค้า

2) จัดทำบัญชีรายการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเอกสารเพื่อสะดวกในการสั่งซื้อครั้งต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การสั่งซื้อ

นำเสนอรายการสินค้าต่อผู้บริหารเพื่อดำเนินการสั่งซื้อ

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบคุณภาพสินค้า

ผู้รับสินค้าจะต้องตรวจสอบคุณภาพ และชนิดของสินค้าที่สั่งซื้อตามใบเสนอราคา หากพบว่าสินค้าที่สั่งซื้อไม่สอดคล้องกับใบเสนอราคาจะต้องไม่รับสินค้า และแจ้งกลับไปยังผู้ขายทันที

จากหลักการข้างต้น จะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมโรงแรม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 เมษายน 2560) อธิบายว่า “ทางโรงแรมได้พยายามอย่างที่สุดที่จะนำสิ่งของที่มีหาได้ในท้องถิ่น สิ่งที่เหลือและยังอยู่ในสภาพที่ได้ นำกลับมาใหม่ หรือส่งให้ฝ่ายจัดเก็บไปรีไซเคิลให้ได้มากที่สุด”



ภาพที่ 19 สาธิตการใช้หลอดดูดน้ำไม้อัดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ราคาสีเขียว (Green Price)

ในประเด็นด้านราคา ที่ต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อมจนกระทั่งนำไปสู่การตั้งราคา ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคนิยมนำไปจ่ายแพงให้กับต้นทุนการผลิตและคุณค่าที่เพิ่มขึ้น โดยข้อมูลห้องพักโรงแรมและราคา มีดังรายละเอียดดังนี้

โรงแรมมีห้องพักทั้งหมด 5 แบบ ตั้งแต่ห้องพักที่ราคาประมาณ 3,000-10,000 บาท/คืน ห้องพักทั้ง 5 แบบ เน้นโทนสีฟ้า น้ำทะเล เป็นโทนสีหลัก ขนาดห้องกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยแบ่งประเภทห้องพักออกเป็นสองประเภทคือห้องพักวิวสวน Garden View และห้องพักวิวทะเล Sea View ดังนี้

1. ซูพีเรีย สตูดิโอ Superior Studio (54 ตร.ม. / Garden View) ซูพีเรียสตูดิโอ ตั้งอยู่ในเชิงเขาของพื้นที่รีสอร์ท มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม หรรษาและสะดวกสบาย มีเตียงนอนและพื้นที่ใช้สอยสบายและโรแมนติก มีทิวทัศน์เขียวที่มีช่องต่างประเทศช่วยให้ลูกค้าสามารถรับข่าวสาร กีฬาและความบันเทิง และห้องพักอยู่ไม่ไกลจากชายหาดส่วนตัว

ข้อมูลห้องพัก

- กว้างขวาง 54 ตารางเมตร
- คิงไซส์ / เตียงคู่ และ เตียงนอนเล่น พื้นที่นั่งเล่นและซิงค์
- วิวจากรีสอร์ท (บางห้องมีมุมมองบางส่วนของอ่าวพังงา
- พื้นที่แต่งตัว
- โต๊ะเขียนหนังสือ
- ห้องน้ำกึ่งกลางแจ้ง
- เครื่องปรับอากาศพัดลมเพดาน
- ตู้บุนหรี / ตรวจจับความร้อน
- เตียงนอนเล่น / โซฟา - แปลงเป็นเตียงเสริมได้
- มินิบาร์

2. จากูซซี่ สตูดิโอ Jacuzzi Studio (56 ตร.ม. / Garden View) จากูซซี่สตูดิโอ มีอ่างอาบน้ำ จากูซซี่ส่วนตัวห้องพักตั้งอยู่บนเชิงเขาของบริเวณรีสอร์ทและมุมมองที่สวยงามของรีสอร์ท หรรษาและหลับสบายในยามค่ำคืน พื้นที่ใช้สอยอากาศที่สดชื่น มีทิวทัศน์เขียวที่มีช่องต่างประเทศช่วยให้ลูกค้าสามารถรับข่าวสาร กีฬาและความบันเทิง และห้องพักอยู่ไม่ไกลจากชายหาดส่วนตัว โดยมีข้อมูลห้องพักดังนี้

- จากูซซี่ส่วนตัว
- มองเห็นวิวจากรีสอร์ท

- กว้างขวาง 56 ตารางเมตร
- คิงไซส์ / เตียงคู่ และเตียงนอนเล่น
- พื้นที่นั่งเล่นและชิงช้า
- พื้นที่แต่งตัว
- โต๊ะเขียนหนังสือ
- ห้องน้ำกึ่งกลางแจ้ง
- เครื่องปรับอากาศพัดลมเพดาน
- สุบน้ำร้อน / ตรวจจับความร้อน
- เตียงนอนเล่น / โซฟา – แปลงเป็นเตียงเสริมได้
- เปลดี้ - ตามคำขอ
- มินิบาร์

3. ปลั๊กพูล ดีลักซ์ สตูดิโอ Plunge Pool Deluxe Studio (62 ตร.ม. / Sea View) ปลั๊กพูลดีลักซ์สตูดิโอตั้งอยู่ในเชิงเขาของพื้นที่รีสอร์ทที่สวยงามนำเสนอมุมมองที่เห็นอ่าวพังงา ความหรูหราและความสะดวกสบายเตียงนอนที่ทำให้หลับสบายในยามค่ำคืน มุมส่วนตัว มุมโรแมนติกและสระว่ายน้ำ ทิวทัศน์ที่วิเศษที่มีช่องต่างประเทศช่วยให้ลูกค้าสามารถรับข่าวสาร กีฬาและความบันเทิง และห้องพักอยู่ไม่ไกลจากชายหาดส่วนตัวโดยมีข้อมูลห้องพักดังนี้

- สระว่ายน้ำส่วนตัว
- ระเบียงไม้ส่วนตัว กลางแจ้งพื้นที่นั่งเล่นกับชิงช้า
- มุมมองที่สวยงามของอ่าวพังงา
- กว้างขวาง 62 ตารางเมตร
- เตียงคิงไซส์ / เตียงคู่และเตียงนอนเล่น
- พื้นที่แป้ง
- โต๊ะเขียนหนังสือ
- ห้องน้ำกึ่งเขตร้อนกลางแจ้ง
- เครื่องปรับอากาศและพัดลมเพดาน
- สุบน้ำร้อน / ตรวจจับความร้อน
- เตียงนอนเล่น / โซฟา - แปลงสภาพให้แก่เตียงเสริม
- เปลดี้ - ตามคำขอ
- มินิบาร์

4. พูล วิลล่า Pool Villa (91 ตร.ม. / Sea View) พูล วิลล่า เป็นห้องพักที่มีสระว่ายน้ำส่วนตัว ภายในห้องพาราไดซ์บีชพร้อมที่สวยงามนำเสนอมุมมองที่เห็นอ่าวพังงา พาราไดซ์เกาะยาวของพูล วิลล่าเสนอความสง่างามและความเป็นส่วนตัว บนชายหาด มีสระว่ายน้ำส่วนตัวจากกุชชี, สวนและพื้นที่ใช้สอยกลางแจ้งพร้อมบาร์ส่วนตัว แช่ตัวในสระส่วนตัวของคุณเอง ที่วิวดาวเทียมที่มีช่องต่างประเทศช่วยให้ลูกค้าสามารถรับข่าวสาร กีฬาและความบันเทิง และห้องพักอยู่ไม่ไกลจากชายหาดส่วนตัวโดยมีข้อมูลห้องพักดังนี้

- ทางออกสู่ชายหาดส่วนตัว
- สระว่ายน้ำส่วนตัวและจากกุชชี
- การใช้ชีวิตกลางแจ้งที่กว้างขวางในพื้นที่ด้วยบาร์ส่วนตัว
- วิวทะเลชมอ่าวพังงา
- กว้างขวาง 91 ตารางเมตร
- เตียงนอนขนาดคิงไซส์และเตียงนอนเล่น
- ตู้เสื้อผ้าและพื้นที่แต่งตัว
- โต๊ะเขียนหนังสืออย่างมีสไตล์
- ห้องน้ำกลางแจ้งกึ่งเขตร้อนที่มีฝักบัวแบบสายฝน
- สวนแบบทรอปิคอลการ์เดน
- เครื่องปรับอากาศและพัดลมเพดาน
- ตู้บнуหรี / ตรวจจับความร้อน
- เตียงนอนเล่น / โซฟา - แปลงเป็นเตียงเสริมได้
- เปเลเด็ก - ตามคำขอ
- มินิบาร์

5. ฮิลท็อพพูล วิลล่า Hilltop Pool Villa (390 ตร.ม. / Sea View) ฮิลท็อพพูล วิลล่าเป็นห้องที่มีขนาดใหญ่สุดถึง 390 ตร.ม. วิวดีสุด มีสระว่ายน้ำส่วนตัว, ครีว, ห้องนั่งเล่น, ห้องน้ำขนาดใหญ่ที่สุดของรีสอร์ทแห่งนี้ เหมาะมากๆ สำหรับครอบครัวหรือคู่รักที่ต้องการความเป็นส่วนตัว โดยมีข้อมูลห้องพักดังนี้

- ทางออกสู่ชายหาดส่วนตัว
- สระว่ายน้ำส่วนตัวและจากกุชชี
- การใช้ชีวิตกลางแจ้งที่กว้างขวางในพื้นที่ด้วยบาร์ส่วนตัว
- วิวทะเลชมอ่าวพังงา
- กว้างขวาง 390 ตารางเมตร

- เตียงนอนขนาดคิงไซส์และเตียงนอนเล่น
- ตู้เสื้อผ้าและพื้นที่แต่งตัว
- โต๊ะเขียนหนังสืออย่างมีสไตล์
- ห้องน้ำกลางแจ้งกึ่งเขตร้อนที่มีฝักบัวแบบสายฝน
- สวนแบบทรอปิคอลการ์เดน
- เครื่องปรับอากาศและพัดลมเพดาน
- สูบบุหรี่ / ตรวจจับความร้อน
- เตียงนอนเล่น / โซฟา - แปลงเป็นเตียงเสริมได้
- เปลด็อก - ตามคำขอ
- มินิบาร์

เมื่อพิจารณาทางด้านราคาห้องพักแล้ว ระดับราคา 3,000 - 10,000 บาท/คืน สำหรับชาวต่างชาตินั้น ถือว่าอยู่ในระดับที่ลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติยอมรับได้ เนื่องจากลูกค้าที่พักกับโรงแรมส่วนใหญ่มากกว่า 90% เป็นชาวต่างชาติระดับชนชั้นกลางขึ้นไป ที่ยินดีจ่ายเงินเข้าพักเพื่อวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนใช้เวลาอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและได้รับการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด อย่างไรก็ตามหากสามารถปรับระดับราคาและแพ็คเกจที่พักในระดับที่มีความคุ้มค่ามากขึ้น ในแพ็คเกจที่พักรวมทัวร์กิจกรรมท้องถิ่นและเรือบริการรับส่งที่เป็นของโรงแรมเองหรือของชาวท้องถิ่นร่วมบริการในราคาที่เหมาะสม การอำนวยความสะดวกโดยบริการรับส่งแขกผู้เข้าพักที่โรงแรมที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด คือเรื่องของความปลอดภัยและการควบคุมมลภาวะเสียงไม่ให้ดังจนเกินไปจนรบกวนผู้เข้าพักและชุมชนท้องถิ่น หากมีราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่ามากขึ้น อาจเพิ่มแรงจูงใจให้ลูกค้าชาวไทยสนใจเข้ามาใช้บริการได้มากขึ้น เพื่อความครบวงจรด้วยเช่นกัน

การจัดจำหน่าย (Green Place of Distribution)

รีสอร์ทสามารถรับจองและจัดบริการเรือรับส่งให้กับลูกค้าที่ต้องการมาพักกับทางโรงแรม โดยลูกค้าสามารถจองห้องพัก และแสดงความประสงค์กับทางโรงแรมเมื่อจองออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์และชำระค่าที่พักผ่านระบบการรับชำระเงินที่มีความปลอดภัยได้ทั่วโลก



ภาพที่ 20 แผนที่โรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

บริการรับส่งจากทางโรงแรม

1. เรือเร็ว SPEEDBOAT

ทางโรงแรมมีเรือเร็วที่ทันสมัย สามารถไปรับลูกค้าจากยอร์ชเฮเวนมารีน่า สนามบินภูเก็ต หรือสนามบินกระบี่ ทำเรือท่าเลนได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย



ภาพที่ 21 บรรยากาศท่าเรือชุมชนท่องเที่ยวเกาะยาวน้อย
(ที่มา : ผู้วิจัย)

ช่วงเวลารับส่งของเรือโรงแรมบริการลูกค้า BOAT TRANSFER OPERATING TIMES ทางโรงแรมมีเรือออกทุก 1 ชั่วโมง ตามช่วงเวลา 08:00 น. - 17:00 น. ทุกวัน หากลูกค้ามีความประสงค์ให้บริการรับส่งสนามบินด้วย ทางโรงแรมจัดช่วงเวลารับส่งสนามบิน AIRPORT TRANSFER OPERATING TIMES จากช่วงเวลา 06:00 น. มาถึงเที่ยวบินล่าสุด 16:00 น. เป็นการประสานงานกับเรือรับส่งในช่วงเวลากลางวันทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าพักและลูกเรือ กรณีที่เที่ยวบินของลูกค้ามาถึงหลัง 16:00 น. เป็นต้นไป การเดินทางมายังรีสอร์ท จะถือว่าเป็นการบริการรถรับส่งนอกเวลาทำงานปกติอาจจะสามารถร้องขอได้ โดยทางโรงแรมต้องคำนึงถึงสภาพอากาศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานเหล่านี้และเพื่อความปลอดภัย เนื่องจากทางโรงแรมไม่ได้ดำเนินการบริการเรือรับส่งในช่วงเวลากลางคืน นอกจากนี้โรงแรมมีการจัดการให้มีสถานะความเสี่ยงในบริเวณโรงแรมและบริเวณรอบๆที่เหมาะสม เช่นเรือรับส่งลูกค้าโรงแรมต้องเบาเครื่องเมื่อใกล้ถึงฝั่ง รวมทั้งขอความร่วมมือกับเรือรับส่งของชาวท้องถิ่นด้วย

การส่งเสริมการตลาด (Green Promotion)

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดสีเขียวไปยังผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเกิดความตระหนักรู้อย่างจริงจังในเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว โดยวิธีการส่งเสริมการตลาดแบบที่พักพร้อมแพ็คเกจสีเขียว

กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ที่โรงแรมพาราไดซ์เกาะยาว

1. เรียนทำอาหารไทย



ภาพที่ 22 เรียนทำอาหารไทย

(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

ลูกค้าที่มาพักจะได้เรียนรู้วิธีการเตรียมและปรุงอาหารไทยกับพ่อครัวที่มีประสบการณ์และความชำนาญของโรงแรม โดยจะได้รับคำแนะนำจากทุกขั้นตอนและพ่อครัวจะอธิบายส่วนผสมและแสดงวิธีประกอบทุกอย่างเพื่อสร้างรสชาติอาหารไทยที่เป็นเอกลักษณ์

2. พายเรือคายัค



ภาพที่ 23 พายเรือคายัค
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

ลูกค้าสามารถพายเรือคายัคเพื่อสำรวจแนวชายฝั่งของเกาะยาวน้อย-ชายหาดและอ่าวเล็กๆ ที่อยู่ใกล้กับรีสอร์ท หรือเข้าร่วมทัวร์พายเรือคายัคของพาราไดซ์เกาะยาว ซึ่งจะนำไปสู่สภาพแวดล้อมที่งดงามของอ่าวพังงาและได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและห่างจากจุดท่องเที่ยวหลัก อ่าวพังงาเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในด้านการก่อตัวของหินอันน่าทึ่งความงามของธรรมชาติที่สวยงามและชายหาดอันอุดมสมบูรณ์ จุดเด่นพิเศษของอ่าวพังงาคือ "เกาะห้อง" โดยสามารถพายเรือเข้าไปสำรวจภายในได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับน้ำด้วย

3. ปั่นจักรยานเสือภูเขา ทัวร์ อีโคไบค์



ภาพที่ 24 ปั่นจักรยานเสือภูเขา ทัวร์ อีโคไบค์
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

ท้าว อีโคไบค์ ลูกค้าสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับชีวิตเกาะขาวน้อยและชีวิตในท้องถิ่นของเกาะ ขณะที่ร่วมท้าวไค้กับทางโรงแรม ผู้เข้าพักจะต้องเดินทางโดยเรือหางยาวไปยังตัวเมืองท่าแขกซึ่งเป็นที่สามารถถ่ายภาพรูปปั้นนกเงือกนกที่มีชื่อเสียงซึ่งต้อนรับแขกทุกท่านไปยังท่าเรือก่อนที่จะมุ่งหน้าไปตามถนนและเส้นทางท่องเที่ยวในท้องถิ่นของเกาะ เพลิดเพลินไปกับการขี่จักรยานไปในที่ร่มของสวนยางข้างทุ่งนาและผ่านหมู่บ้านชมวิถีชีวิตชาวท้องถิ่น ซึ่งเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการเที่ยวชมธรรมชาติอันงดงามของเกาะขาวน้อย

4. การทำผ้าบาติก



ภาพที่ 25 การทำผ้าบาติก
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะขาว, 2560)

ลูกค้าสามารถเรียนรู้การทำศิลปะงานประดิษฐ์และนำกลับบ้าน พิมพ์บาติกเดิมเป็นของที่ระลึกที่ไม่ซ้ำใคร เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

5. ท้าวหมู่บ้าน ชมพระอาทิตย์ตก วิลเลจชันเช็ทท้าว



ภาพที่ 26 ท้าวหมู่บ้านท้องถิ่น ชมพระอาทิตย์ตก
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะขาว, 2560)

โรงแรมมีกิจกรรมเวลาช่วงเย็นให้ไกด์พาทัวร์รอบๆ เกาะขาวน้อย เที่ยวชมเกาะและชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม สัมผัสกับชีวิตในท้องถิ่นบนเกาะเขตร้อนที่ยังคงความเป็นธรรมชาติและผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชของพระอาทิตย์ตกที่สะพานยาว แวะเที่ยวชมแหล่งซื้อปิ้งของท้องถิ่นเพื่อสัมผัสรสชาติของผลไม้ในท้องถิ่น

6. ทัวร์เกาะไก่อ เกาะปอดะ ทะเลแหวก ดำน้ำตื้นวันเดียวทริป



ภาพที่ 27 ทัวร์เกาะไก่อ เกาะปอดะ ทะเลแหวก ดำน้ำตื้น
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

ลูกค้าสามารถชมและสำรวจเกาะที่สวยงามล้อมรอบด้วยหาดทรายสีขาวและน้ำทะเลใสสะอาดตั้งอยู่ไม่ไกลจากชายฝั่งกระบี่ และว่ายน้ำดำน้ำดูปะการังและผ่อนคลายท่ามกลางทิวทัศน์ที่สวยงาม นอกจากนี้ทางโรงแรมยังจัดเตรียมอาหารกลางวันแบบปิกนิกแบบปิ่นโตรักย์โลกไว้ให้นบนเรือหรือชายหาด

7. โปรแกรมการเรียนการสอนโยคะระยะสั้น



ภาพที่ 28 โปรแกรมการเรียนการสอนโยคะระยะสั้น
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

โรงแรมมีโปรแกรม กิจกรรมการเรียนการสอน โยคะระยะสั้น โดยเป็นสถานที่ฝึกเรียน โยคะแบบเปิดโล่ง ศาลาตั้งอยู่บนชายหาดที่มีทัศนียภาพที่งดงามเหนือมีชื่อเสียงระดับนานาชาติ สร้างแรงบันดาลใจจากฉากหลังหินปูนอ่าวพังงา

8. พิธีแต่งงานปลูกต้นไม้คู่รักส่งเสริมสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 29 พิธีแต่งงานปลูกต้นไม้คู่รักส่งเสริมสิ่งแวดล้อม
(ที่มา : พาราไดซ์เกาะยาว, 2560)

พิธีแต่งงานที่จัดในโรงแรมพาราไดซ์ เกาะยาว ทางโรงแรมจัดให้ได้อย่างมีเอกลักษณ์โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ซึ่งคู่แต่งงานจะต้องปลูกต้นไม้แห่งความรักสำหรับเจ้าสาวและเจ้าบ่าวคือ ต้นมะพร้าวบนชายหาดของรีสอร์ทเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการเจริญเติบโตและความอุดมสมบูรณ์และเป็นพยานในความรัก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นายทศพร กาญจนภมรพัฒน์
วัน/เดือน/ปีเกิด 5 มีนาคม 2505
สถานที่เกิด จังหวัดตรัง
ที่อยู่ 53/3 หมู่ 2 ตำบลบางหมาก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง 92110
การศึกษา ศศ.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2550
บธ.ม. (ผู้ประกอบการ SME รุ่น6) มหาวิทยาลัยรังสิต, 2555
ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2562

ประสบการณ์ทำงาน

- รองประธาน “โครงการหนึ่งใจช่วยเหลือผู้ประสบภัย” มูลนิธิมิราเคิลออฟไลฟ์ฯ
- อดีตนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางหมาก อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง
- อดีตประธานชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวอำเภอวังน้อย
- กรรมการผู้จัดการฯ บริษัทที่อพแลนด์ เรียวเอสเตท จำกัด
- ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฯ บริษัทโซล่า เอนเนอร์จี คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- ผู้อำนวยการสถานีวิทยุเมืองตรังเรดิโอ 99.5 MHz
- อาจารย์พิเศษและวิทยากรรับเชิญอิสระวิชาผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมการดำเนินธุรกิจทั่วไป
- นักวิจัยอิสระ

การเผยแพร่งานวิจัย

TodsapornKanchanapamornpat, YuwatWutthimathi and JidapaThirasirikul. The Hotel Management toward Environment Friendly in Thailand. In Proceeding on 4th National and International Conference on Humanities and Social Sciences, pp.1 1 7 -1 2 2 . 7October2016at Rangsit University.

ทศพร กาญจนภมรพัฒน์. การจัดการองค์การสีเขียวของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทย. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563). (เป็นวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2)

ทศพร กาญจนภมรพัฒน์ และ ชุวรัตน์ วุฒิมณี. การจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากเสียงสะท้อนของชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ของประเทศไทย. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2565). (เป็นวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1)