



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020"

องค์ประกอบและรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจโรงแรมไทยทางภาคใต้ Component and Pattern of Strategic Corporate Social Responsibility in Southern Thai Hotels Business

โกมลมณี เกตตะพานิช

อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

kettapan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม และ 2) เพื่อสังเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมไทยทางภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรมที่รับผิดชอบต่อสังคมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ทางภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 10 แห่ง ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิอื่น ๆ ผลการวิจัย พบว่า 1) องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย การดำเนินงานเชิงนโยบาย มุ่งเน้นเป้าหมายในระยะยาว โดยมีการเชื่อมโยงกันระหว่างกระบวนการทางธุรกิจกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ 2) รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจขององค์กร ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางสังคม และด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, ธุรกิจโรงแรม, ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

Abstract

The research aims 1) to study the component of strategic corporate social responsibility and 2) to synthesize the strategic corporate social responsibility models of Southern Thai hotels business. The study is a qualitative research wherein data were collected by In-depth interviews for managers or senior managers who are responsibility for strategic corporate social responsibility of 4 and 5 star rated hotels, from a total of 10 hotels, as well as including data collected from secondary sources. The results show that; 1) the component of strategic



corporate social responsibility consist of the operating policies that focus on the long-term goals, there is a link between business processes and the corporate social responsibility implementation and that focus on the involvement of stakeholders groups 2) the pattern of strategic corporate social responsibility of Southern Thai hotels businesses can be divided into three areas as follow; economic development perspective, social strengthening perspective and environmental friendly perspective.

Keywords: Strategic Corporate Social Responsibility, Hotel Business, Environmental Management

บทนำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจ โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินการขององค์กรธุรกิจล้วนส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกฝ่ายต่างหันมาให้ความสำคัญ ไม่ใช่เพียงเพื่อหวังสร้างผลกำไรให้กับองค์กร หรือแก้ปัญหาทางธุรกิจให้ได้รับการยอมรับจากสังคมเท่านั้น แต่ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวคิดและวิธีการบริหารจัดการธุรกิจที่มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ (Adeyemo, Oyebamiji & Alimi, 2013; สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2556)

ธุรกิจโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลกระทบต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว (2563) ระบุอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉลี่ยร้อยละ 11.45 ต่อปี และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20.34 ในปี 2560 ส่งผลต่อรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวน 2,007,509 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2563) สอดคล้องกับรายงานแนวโน้มประจำปี 2561 ของธนาคารแห่งประเทศไทยซึ่งระบุว่าธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การเติบโตดังกล่าวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจโรงแรมส่งผลทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ การปล่อยน้ำเสีย อากาศเป็นพิษ การสร้างมลภาวะทางเสียง เป็นต้น รวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากในกระบวนการดำเนินงาน โดยเฉพาะทรัพยากรน้ำ และพลังงานไฟฟ้า (Kirk, 1995; Kasimu, Zaiton & Hassan, 2012) สำหรับประเทศไทยธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจที่มีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงเป็นอันดับ 2 รองจากธุรกิจห้างสรรพสินค้า (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน, 2560) ผนวกกับปัจจุบันมีการตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และการให้ความสำคัญกับประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงทำให้



ภาครัฐและเอกชนต่างหันมาให้ความสำคัญกันในเรื่องดังกล่าวกันมากขึ้น เช่นเดียวกับธุรกิจโรงแรมที่หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น (Jackson, 2010; Grosbois, 2012)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงนำไปสู่การศึกษาองค์ประกอบ และสังเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมไทยทางภาคใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมไทยทางภาคใต้
2. เพื่อสังเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมไทยทางภาคใต้

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ทางภาคใต้ของประเทศไทย
2. ขอบเขตเวลา การศึกษาในบริบทความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย ผู้วิจัยใช้ระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่ ธันวาคม 2561 จนถึง ธันวาคม 2562 ในการดำเนินการวิจัยจนแล้วเสร็จ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยโดย ศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหาร หรือผู้จัดการโรงแรมที่รับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมไทยทางภาคใต้ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากธุรกิจโรงแรมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาจากโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (สมาคมโรงแรมไทย, 2561) จำนวน 10 โรงแรม ประกอบด้วย 1) โรงแรม PHUKET MARRIOTT RESORT & SPA, MERLIN BEACH 2) โรงแรม BANDARA VILLAS PHUKET 3) โรงแรม RAYONG RESORT HOTEL 4) โรงแรม NOVOTEL SAMUI RESORT CHAWENG BEACH KANDABURI 5) โรงแรม SHERATON SAMUI RESORT 6) โรงแรม PINNACLE SAMUI RESORT 7) โรงแรม EVASON HUA HIN 8) โรงแรม DEEVANA PATONG RESORT & SPA 9) โรงแรม CENTARA GRAND BEACH RESORT & VILLAS KRABI 10) โรงแรม THAI HOUSE BEACH RESORT
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงแรมที่รับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งการศึกษาข้อมูลจาก



แหล่งทุติยภูมิ (Secondary Sources) อื่น ๆ อาทิ เว็บไซต์ รายงานประจำปี รายงานความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งของข้อมูล ประกอบด้วย แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล

3. การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ 1) การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) คือ เลือกรายละเอียดที่น่าสนใจ อันจะทำให้เข้าใจง่าย มีการสรุปย่อ ปรับข้อมูลดิบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล (Data Display) คือ กระบวนการวิเคราะห์ การเลือกเฟ้นตัวอย่าง หรือสารสนเทศที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อแสดงตัวอย่างให้เห็น ก่อให้เกิดความเข้าใจอันจะเชื่อมโยงไปสู่การวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป โดยการแสดงข้อมูลทำในรูปแบบการเขียนเล่าเรื่อง (Narrative Text) และ 3) การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) เป็นการสังเคราะห์ข้อความย่อย ๆ ในช่วงแรกเข้าด้วยกันเป็นบทสรุป และตรวจสอบยืนยันผลสรุปการวิจัยขั้นสุดท้าย (นิศา ชูโต, 2551)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1) ด้านองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย และ 2) รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ รายละเอียดดังนี้

1. องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดเป็นนโยบายเป้าหมาย ด้านการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาว ด้านการเชื่อมโยงกับกระบวนการทางธุรกิจ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

1.1 ด้านการกำหนดเป้าหมายความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีการกำหนดเป็นนโยบาย หรือแผนงานที่ชัดเจน โดยจะถูกกำหนดโดยบริษัทแม่ เพื่อให้โรงแรมในเครือนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บางโรงแรมมีการกำหนดประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในวิสัยทัศน์ หรือกำหนดเป็นพันธกิจ นอกจากนี้ ยังพบอีกว่า แต่ละโรงแรมมีการกำหนดนโยบายหรือแผนงานความรับผิดชอบต่อสังคมเองที่สอดคล้องกับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.2 การเป้าหมายระยะยาว ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องมุ่งเน้นเป้าหมายในระยะยาว หรือเพื่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ไม่ใช่เพียงการดำเนินกิจกรรมเป็นครั้งคราวที่ขาดความต่อเนื่อง โดยมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมหลายโครงการที่แสดงให้เห็นถึงความ

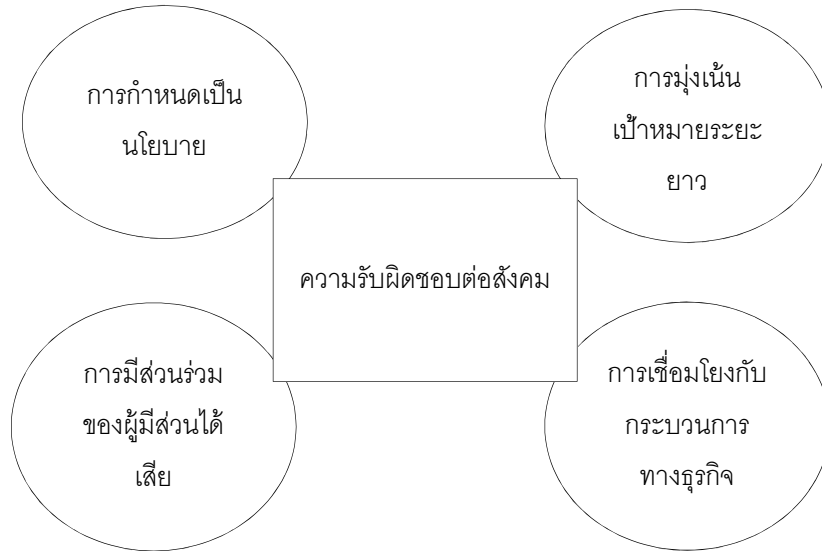


สอดคล้องกับการมุ่งเน้นเป้าหมายในระยะยาว มีความต่อเนื่อง และเกิดความยั่งยืน อาทิ โครงการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และทรัพยากรน้ำ ซึ่งโครงการดังกล่าวมีการดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 และมีการกำหนดนโยบายการดำเนินงานต่อเนื่องโดยมีการกำหนดที่ให้บริการลูกค้าเป้าหมายภายในปี 2562 (Starwood Hotel and Resorts, 2014)

1.3 การเชื่อมโยงกับกระบวนการทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีความเชื่อมโยงกับกระบวนการทางธุรกิจ หรือที่เรียกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR- process) สามารถสรุปการเชื่อมโยงดังนี้ 1) การเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม เป็นกระบวนการดำเนินงานที่มีส่วนในการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การรณรงค์ให้ลูกค้าและพนักงานร่วมกันช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า ทรัพยากรน้ำ และวัสดุสิ้นเปลือง การใช้อุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำทรัพยากรธรรมชาติ หรือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ กลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น 2) การเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการพัฒนาสังคม เป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างกระบวนการดำเนินธุรกิจกับการมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชน และสังคม อาทิ การนำอาหารที่เหลือจากการจำหน่ายให้กับลูกค้าแต่ยังมีคุณภาพดีนำไปบริจาคให้กับเด็กยากจน หรือการบริจาคสิ่งของที่เหลือจากกระบวนการดำเนินธุรกิจ อาทิ สบู่ รองเท้า Slipper นำไปมอบให้กับกลุ่มอาชีพ หรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป เป็นต้น

1.4 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมต้องเกิดจากความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กลุ่มต่าง ๆ อาทิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร เช่น เจ้าของธุรกิจโรงแรม ผู้ถือหุ้น หรือผู้บริหาร จะต้องให้ความสำคัญ สร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นกับพนักงาน รวมทั้งสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ สำหรับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้าต้องตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมกับทางโรงแรมในการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม หรือร่วมกันสมทบทุนเพื่อดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของทางโรงแรม ชุมชนและสังคมต้องเข้ามามีส่วนร่วมกับทางโรงแรมในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งมีส่วนกระตุ้นให้องค์กรธุรกิจโรงแรมหันมารับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ส่วนธุรกิจในเครือ รวมทั้งคู่แข่ง มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

ดังนั้น การวิจัยนี้ สามารถสรุปองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย

จากภาพที่ 1 สามารถสรุปองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางใต้ของประเทศไทย ประกอบด้วย การดำเนินงานเชิงนโยบาย การมุ่งเน้นเป้าหมายในระยะยาว โดยมีการเชื่อมโยงกันระหว่างกระบวนการทางธุรกิจกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ

2. รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย จากการศึกษา รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้

2.1 ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจขององค์กร พบว่า เป็นการดำเนินงานที่มุ่งให้เกิดการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โปร่งใส และมีจริยธรรม ถือเป็นความรับผิดชอบต่อเจ้าของ และผู้ถือหุ้น อาทิ การมุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน การดำเนินงานตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ หลักความโปร่งใส และการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล เป็นต้น

2.2 ด้านการเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเข้มแข็งทางสังคม จากการศึกษา พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเข้มแข็งทางสังคม แบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่

2.2.1 การใส่ใจคุณภาพชีวิตของพนักงาน คือ การให้ความสำคัญกับพนักงานของโรงแรม โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) การให้สวัสดิการพนักงานเหนือกว่าที่กฎหมายกำหนด พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่จะมีแนวทางในการให้สวัสดิการพนักงานเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพ

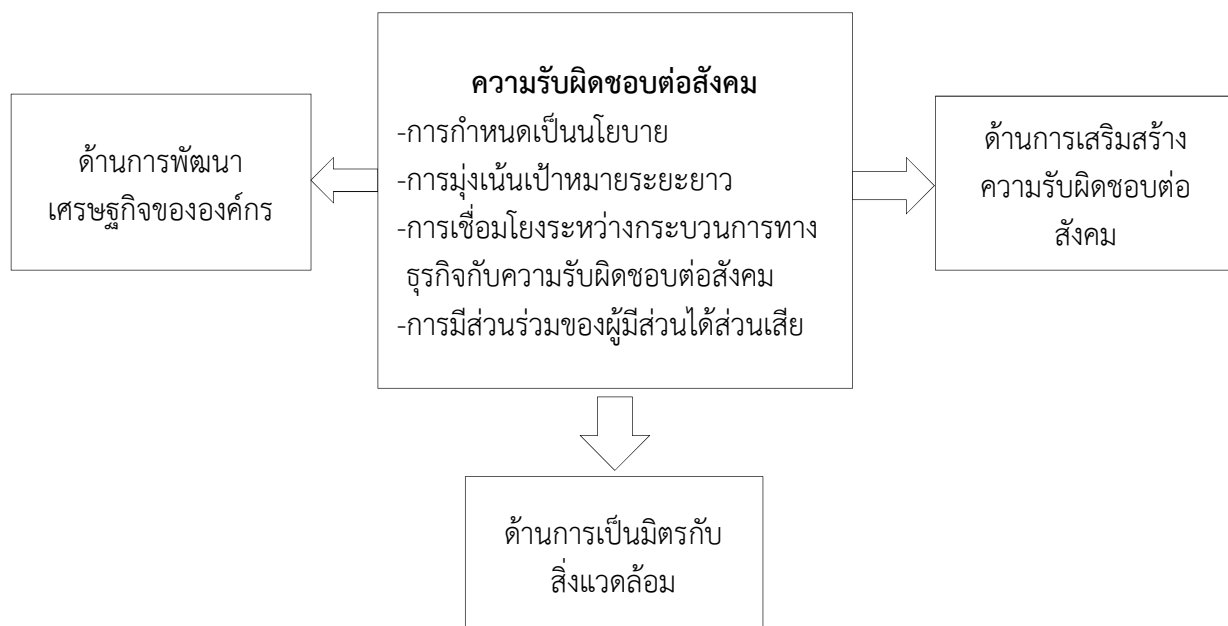


ชีวิตของของพนักงาน ซึ่งบางโรงแรมจะมีการดูแลครอบคลุมไปถึงบุคคลในครอบครัวของพนักงานด้วย 2) การสร้าง ความตระหนักเพื่อพัฒนาขวัญกำลังใจพนักงาน (Employee Recognition) พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่จะมีโครงการสร้างความตระหนักเพื่อพัฒนาขวัญกำลังใจของพนักงานโดยจะมีรูปแบบและวิธีการที่แตกต่างกันไป แต่มีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน เพื่อให้พนักงานที่มีความตั้งใจมีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน หรือเป็นผู้ที่ปฏิบัติตามมาตรฐานในด้านต่าง ๆ ที่โรงแรมกำหนดขึ้นให้ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติ

2.2.2 การพัฒนาชุมชน และสังคม คือ การมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาชุมชนที่อยู่รอบ ๆ บริเวณที่ตั้งของโรงแรม และสังคมที่อยู่ห่างไกลออกไป ทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศ รวมถึงระดับโลกในด้านต่าง ๆ

2.3 ด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากการศึกษา พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) การดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคือ การดำเนินงานที่คำนึงถึงการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อาทิ ทรัพยากรน้ำ พลังงานไฟฟ้า รวมทั้งการลดผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ เช่น การลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า และทรัพยากรน้ำให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ของโรงแรม รวมทั้งการรณรงค์ให้ลูกค้าร่วมประหยัดทรัพยากรธรรมชาติของโรงแรม นอกจากนี้ ยังพบว่า การดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคือ การนำมาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมมาเป็นแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ทั้งมาตรฐานในระดับประเทศ และมาตรฐานสากล เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐาน Earth Check 2) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร จากการศึกษา พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วโรงแรมส่วนใหญ่ยังมีส่วนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรอีกด้วย เช่น การร่วมกับองค์กรส่วนท้องถิ่นจัดโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โครงการเก็บขยะบริเวณชายหาด หรือ โครงการบริจาคเงินเข้ามูลนิธิที่ดำเนินงานด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ดังนั้น การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของประเทศไทย

อภิปรายผล

จากการวิจัยนี้ สามารถสรุปองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทยได้ ดังนี้ การดำเนินงานเชิงนโยบาย มุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาว โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการทางธุรกิจกับการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่จะต้องมีเป้าหมาย และทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน มุ่งเน้นความเชื่อมโยงกันในมิติต่าง ๆ อย่างบูรณาการ เพื่อให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการตลอดจนองค์กรต่าง ๆ ที่ได้กำหนดลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิ ความรับผิดชอบต่อสังคมต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร (Bruch, 2005; Du, Bhattacharya & Sen, 2007) ความรับผิดชอบต่อสังคมต้องคำนึงถึงเป้าหมายระยะยาว และเกิดความยั่งยืน (Waddock, 2004; McWilliams & Siegel, 2011) เช่นเดียวกับกับ เสกศักดิ์ จำเริญวงศ์ (2557) อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นปรัชญาเชิงกลยุทธ์ (Strategic Philosophy) เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงาน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความมั่งคั่งร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และยังสอดคล้องกับสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2556) ซึ่งเสนอให้ผู้บริหารควรวางกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องเป็นเนื้อเดียว หรือเข้าไปอยู่ในกลยุทธ์ของ



กิจกรรม คือ การจัดโครงสร้างกิจการให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต้องไม่
เป็นภาระค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดผลตอบแทนอย่างชัดเจน แต่ควรเป็นการลงทุนที่สร้างผลตอบแทนในหลาย ด้าน
และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อกิจการในด้านลบ โดยกระบวนการทางธุรกิจหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นภายใต้กล
ยุทธ์ของกิจกรรมต้องมีลักษณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นไปได้ในทิศทางของการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แก่กิจการ (Value Creation) เพราะจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปพร้อม กัน

สำหรับการสังเคราะห์รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของประเทศไทย
ได้แบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจขององค์กร ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งทาง
สังคม และด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมครอบคลุมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้
ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholders) ทั้งมีติดภายในและภายนอกองค์กร ทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาที่สมดุลและ
ยั่งยืน ถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมในปัจจุบันที่องค์กรธุรกิจจะต้องเติบโตไป
พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับประเด็นด้าน
สิ่งแวดล้อม เนื่องจากการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง เช่น การปล่อย
น้ำเสีย และอากาศเสียที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานออกสู่ธรรมชาติ รวมทั้งการใช้ทรัพยากรน้ำ และ
พลังงานไฟฟ้าเป็นจำนวนมากในกระบวนการทำงาน สอดคล้องกับการแบ่งรูปแบบของความรับผิดชอบต่อ
สังคมที่มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของนักวิชาการและองค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันที่อธิบายว่าความรับผิดชอบต่อ
สังคมจะต้องครอบคลุมใน 3 มิติหลักเพื่อให้้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างสมดุล และยั่งยืน ประกอบด้วย ด้าน
เศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) (Elkington, 1997; พิพัฒน์
ยอดพฤติการ, 2555; สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2556)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน องค์กรธุรกิจโรงแรมตลอดจนองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น
สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น มีการกำหนดนโยบาย
เรื่องการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ นโยบายลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง นโยบายการใช้กระดาษ Reuse นโยบาย
การให้รางวัลสำหรับบุคลากรที่ใช้ทรัพยากรขององค์กรได้คุ้มค่า หรือ การที่โรงแรมเปลี่ยนอุปกรณ์เครื่องใช้ใน
ห้องน้ำให้เป็นแบบเดิมเพื่อช่วยกันลดความสิ้นเปลืองจากการที่ลูกค้าใช้ไม่หมด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต การศึกษาองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม และ
การสังเคราะห์รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมทางภาคใต้ของไทย เป็นการศึกษาเชิง
คุณภาพ ดังนั้นในอนาคตจึงควรมำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปต่อยอดการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อ



ยืนยันผลการวิจัยเชิงคุณภาพ นอกจากนั้น นักวิจัยควรจะศึกษาถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของความรับผิดชอบต่อสังคมตามรูปแบบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม เล่ม 1*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- นิศา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: พรินโพร จำกัด.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2555). CSR กับการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 6(2), 1-10.
- สมาคมโรงแรมไทย. (2561). *รายชื่อโรงแรมที่เข้าร่วมโครงการโรงแรมไทยร่วมใจรักษาลี้กวล้อม*. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 25, 2561, จาก <http://www.thaihotels.org>.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- เสกศักดิ์ จำเริญวงศ์. (2557). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลกระทบที่มีมูลค่าร่วมของกิจการ: กรณีประเทศไทย. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*, 21(2), 150-175.
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (2560). *รายงานสถิติพลังงานของประเทศไทย 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน.
- Adeyemo, S. A., Oyebamiji, F. F., & Alimi, K. O. (2013). An Evaluation of factors influencing Corporate Social Responsibility in Nigerian Manufacturing Companies. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 2(6), 54-63.
- Bruch, H. (2005). The keys to rethinking corporate philanthropy. *MIT Sloan Management Review*, 47(1), 49-59.
- Du S., Bhattacharya, C. B. & Sen, S. (2007). Reaping relational rewards from corporate social responsibility: the role of competitive positioning. *International journal of Research in Marketing*, 24(3), 224-241.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of Twenty-first Century Business*. Capstone: Oxford.
- Jackson, L. A. (2004). Toward the framework for the components of green lodging. *Journal of Retail and Leisure Property*, 9(3), 211-230.



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2020"

- Kasimu, A. B., Zaiton, S. & Hassan, H. (2012). Hotel Involvement is Sustainable Tourism Practice in Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 6(1).
- Kirk, D. (1995). Environmental management in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 3-8.
- McWilliams, A. & Resorts. (2004). Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource-based theory and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 37(5), 1480-1495.
- Starwood Hotel and Resorts. (2014). *Global Citizenship at Starwood*. Retrieved May 13, 2019, From https://www.starwoodhotels.com/Media/PDF/Corporate/Gc_Report_2014.pdf.
- Waddock, S. (2004). Parallel universes: companies, academic, and citizenship: towards corporate accountability. *Business and Society Review*, 110(2), 191-212.