ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปริญญา

บริหารธุรกิจ | บริหารธุรกิจ

สาขา | **คณะ**

เรื่อง การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

The Corporate Social Responsibility Activities and Their Benefits for Small and Medium Enterprises

นามผู้วิจัย นางสาววรฎิฐา สิทธิมาลิก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

(รองศาสตราจารย์ยุรพร ศุทธรัตน์, Ph.D.)

ประธานสาขาวิชา .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ, D.B.A.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

.....

(รองศาสตราจารย์กัญจนา ธีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... **เดือน** ..... **พ.ศ.** .....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

The Corporate Social Responsibility Activities and Their Benefits for Small and Medium Enterprises

โดย

นางสาววรฏิฐา สิทธิมาลิก

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วรฎิฐา สิทธิมาลิก 2556: การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ยุรพร ศุทธรัตน์, Ph.D. 152 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลสถิติต่างๆ และข้อมูลปฐมภูมิจากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของหรือผู้จัดการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2556 ถึงเดือนเมษายน 2556 โดยพิจารณาประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จากกลุ่มโรงแรมที่ได้รับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานครโดยส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง ณ วันที่ 10 ธันวาคม 2555 และจำแนกขนาดโรงแรมตามเกณฑ์สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถแบ่งออกเป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 225 แห่ง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรที่ใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดย่อม เปิดดำเนินการมาแล้ว 21 ปีขึ้นไป และผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่ง CEO หรือผู้จัดการ มีการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก กิจกรรมด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน ด้านคู่ค้า ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประโยชน์ด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน และด้านการลดต้นทุนอยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่างด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง และด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ .01 กล่าวคือหากกิจการมีการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในมากขึ้น ประโยชน์ที่ได้รับของกิจการก็จะมากขึ้นด้วย ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งแก่กิจการของตนและประโยชน์ต่อสังคม

_____ _____ ___ / ___ / ___

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Voradidha Siddhimalik 2013: The Corporate Social Responsibility Activities and Their Benefits for Small and Medium Enterprises. Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Faculty of Business Administration. Thesis Advisor: Associate Professor Yuraporn Sudharatna, Ph.D. 152 pages.

This research aims to study the level of commitment to the social responsibility activity. The Benefit gained by the small and medium enterprises and the relationship between the commitment of doing the social responsibility activity and the benefit gained by the small and medium enterprises focusing on the hotel business within the Bangkok vicinity.

This research was conducted using the qualitative research method, gather information using the secondary data from theory and related researches and literatures including the statistic data and the primary data from questionnaire using as the tools to collected data from the owner or manager of the small and medium hotel business from March 2013 to April 2013. Mainly considering the group of population from the authorized hotel in Bangkok area from Order Maintenance Division III, Investigation and Legal Affair Bureau, Department of Provincial Affair, Ministry of Interior at 10th December, 2012. Hotels are categorized by their sizes according to Office of Small and Medium Enterprises Promotion's Standard, divided to 225 small and medium hotels in Bangkok by using the qualitative research method. Data analysis was conducted using the descriptive statistics by frequency use, percent, mean, standard deviation and finding the relationship between the variations using Pearson's Product Moment Correlation.

The research found that most of the populations in this research were small and medium hotel enterprise running for over 21 years. The interviewees in this research mostly are CEO or manager with the social responsibility in the high level. The activity concerning the customer, employees, business partner, environment, and the government office also are the in high level as well. For the community and society aspect is in the medium level. The benefits from doing the social responsibility activity, the employee's motivation and welfare and also the cost reduction are in the high level. For the fame and trust, the competition ability, the disparity production, the affective foresee, the risk management and the fund accessibility are in the middle level. The doing of social responsibility activity and the social responsibility activity in every aspects has the positive relationship with the benefit gained by the small and medium enterprise which related to the research hypotheses at .01 significant level which is to say the more social responsibility activity, the more benefit enterprises gain which give both the society and the entrepreneurs himself benefits.

_____ _____ ___ / ___ / ___

Student's signature Thesis Advisor's signature

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ยุรพร ศุทธรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิบุณโยภาส ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพร หาญสันติ และรองศาสตราจารย์สุภาสินี ตันติศรีสุข ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ตรวจสอบ และปรับแก้ขอบข่ายเนื้อหาในเล่ม ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าของ ผู้จัดการ โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จด้วยดี และหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ โครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา รวมถึงขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่เป็นผู้อยู่เบื้องหลังแห่งความสำเร็จในทุกช่วงเวลา และสุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ของผู้วิจัยที่ไม่สามารถกล่าวนามได้หมด

วรฎิฐา สิทธิมาลิก

เมษายน 2556

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (3)

สารบัญภาพ (6)

บทที่ 1 บทนำ 1

ความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4

ขอบเขตการวิจัย 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

บทที่ 2 การตรวจเอกสาร 6

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 7

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 19

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 26

ธุรกิจโรงแรมและการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจโรงแรม 47

ประโยชน์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 51

สรุปสมมติฐานการวิจัย 60

กรอบแนวคิดการวิจัย 62

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 63

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย 63

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 65

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด 66

การเก็บรวบรวมข้อมูล 68

การวิเคราะห์ข้อมูล 68

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	69
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	70
ผลการวิจัย	70
ข้อวิจารณ์	96
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	103
สรุปผลการวิจัย	103
ข้อเสนอแนะ	105
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	108
ภาคผนวก	116
ภาคผนวก ก แบบวัดในการวิจัย	117
ภาคผนวก ข รายชื่อประชากรที่ใช้ในการวิจัย	126
ภาคผนวก ค การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	146
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	152

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	นิยาม SMEs ของประเทศไทย	20
2.2	นิยาม SMEs ของต่างประเทศ	21
2.3	ภาพรวม SMEs ประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	24
2.4	ภาพรวม SMEs ภาคบริการของประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	25
2.5	SMEs ภาคบริการ ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	25
4.1	จำนวนและร้อยละของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล	71
4.2	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	73
4.3	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนก แต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	73
4.4	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตาม กิจกรรมด้านลูกค้าและผู้บริโภคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	74
4.5	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตาม กิจกรรมด้านคู่ค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	75
4.6	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตาม กิจกรรมด้านพนักงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	77

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.7	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมในด้านชุมชนและสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	79
4.8	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	81
4.9	ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านหน่วยงานภาครัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	82
4.10	ประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	84
4.11	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	84
4.12	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	85
4.13	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	87
4.14	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	87

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	89
4.16	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	90
4.17	ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	91
4.18	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมและในแต่ละด้านกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	92
4.19	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	96

ตารางผนวกที่

ข 1	รายชื่อโรงแรมขนาดย่อม	127
ข 2	รายชื่อโรงแรมขนาดกลาง	138
ค 1	การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในต่างประเทศ	147

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	พีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll	10
2.2	The Triple Bottom Line ความสัมพันธ์ของเป้าหมายทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ	18
2.3	หัวข้อหลัก 7 ข้อของ ISO26000	28
2.4	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้การรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ	31

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วภายใต้ความไม่แน่นอนในด้านเศรษฐกิจ เช่น การเกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลก การเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ การเกิดสถานการณ์อุทกภัย รวมถึงด้านสังคมและการเมือง ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจมีความซับซ้อนและเข้มข้นมากขึ้น (ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ, 2544) รูปแบบการแข่งขันจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ซึ่งไม่ได้มีเพียงการต่อสู้ทางธุรกิจเพื่อให้กิจการได้รับกำไรหรือผลตอบแทนที่ดีที่สุดจากการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการเท่านั้น Karakas (2009) กล่าวว่าองค์กรในศตวรรษที่ 21 จะมีความยั่งยืนเกิดขึ้นได้ถ้าผู้บริหารเปลี่ยนแนวคิดจากที่สนใจแต่การแข่งขันสร้างองค์กรวัตถุนิยม จนมองข้ามความมีชีวิตในองค์กรหรือสังคมภายในและภายนอกองค์กร เป็นการมุ่งเน้นไปที่แนวคิดใหม่คือการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการกำหนดบทบาทพื้นฐานขององค์กรให้เป็นผู้สร้างสรรค์สังคม มีวิสัยทัศน์แห่งจิตวิญญาณ ผู้บุกเบิกด้านจริยธรรม ผู้สร้างชุมชน นักคิดแบบองค์รวมกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสังคม เมื่อผู้บริหารมีความเข้าใจสถานการณ์ทางธุรกิจในปัจจุบันพร้อมทั้งการบริหารงานแบบยืดหยุ่นแล้ว จะทำให้การวางกลยุทธ์ขององค์กรสามารถตอบสนองได้ทั้งชุมชน สังคม และการเติบโตทางเศรษฐกิจ ช่วยสร้างความมั่นคงให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) คือแนวคิดในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมสิ่งแวดล้อม และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องทางธุรกิจบนพื้นฐานความสมัครใจเชื่อมโยงกับค่านิยมทางจริยธรรมสอดคล้องกับกฎหมาย โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียนี้ประกอบด้วยผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนสังคมส่วนรวม CSR เป็นแนวคิดหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งการสร้างให้องค์กรมีความดีที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ ต่างจากการดำเนินธุรกิจโดยส่วนใหญ่ล้วนมุ่งไปที่การพัฒนาให้เป็นองค์กรที่เก่งมากกว่าเป็นองค์กรที่ดี (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) CSR เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการแข่งขันของกิจการ ช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและสังคมรวมถึงตอบสนองความท้าทายและโอกาสในปัจจุบันด้วยการเป็นตัวขับเคลื่อนนวัตกรรมของสินค้าและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บริการ (CSR Asia Center at AIT, 2009) และเกี่ยวเนื่องกันกับการพัฒนาเพื่อการดำรงอยู่และการจัดการที่มีประสิทธิภาพของกิจการโดยมุ่งรักษาความสมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เน้นการสร้างคุณค่าสูงสุด (Value creation maximization) ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับกิจการ สร้างผลตอบแทนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (คณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบหอการค้าไทย, 2553) ซึ่งมีชื่อเรียกในทางสากลว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) หรือ Triple Bottom Line (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบในด้านดีต่อกิจการคือได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากความเชื่อมโยงกันระหว่างความน่าเชื่อถือและความสามารถในการดำเนินกิจการทำให้การดำเนินกิจการบรรลุเป้าหมายและได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจอีกด้วย แนวคิด CSR ได้มีการพัฒนามาตลอดหลายศตวรรษ เพื่อสอดรับกับความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (UNIDO, 2002) นิยามของ CSR นั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ CSR จึงไม่มีนิยามใดที่เป็นมาตรฐาน และมีความเป็นไปได้น้อยที่จะมีการกำหนดนิยามมาตรฐาน CSR สำหรับเป็นแนวทางนำไปปฏิบัติเพียงหนึ่งเดียวในโลก (Argandona and Hoivik, 2009) แม้จะมีนิยาม CSR ที่หลากหลายแต่พื้นฐานของนิยามเหล่านั้นก็มาจากความเห็นที่สอดคล้องกันและเข้าใจไปในทางเดียวกันว่าเป็นการดำเนินงานด้วยคุณธรรมความดีที่มอบให้แก่สังคม

นิยาม CSR ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) นั้นหมายถึงการดำเนินธุรกิจแสวงหากำไรอย่างรับผิดชอบ ด้วยการสร้างความสมดุลระหว่างกำไรและ CSR เมื่อเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ (Large Enterprises : LEs) แล้ว SMEs มีความแตกต่างเรื่องโครงสร้างและรูปแบบการจัดการที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจรวมถึงขอบเขตการทำกิจกรรม CSR (Freisleben, 2011) แต่ในความแตกต่างของ SMEs นี้ถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันคือด้านความยืดหยุ่น การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง มีทักษะด้านงานฝีมือและงานบริการ และความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า ทำให้การตอบสนองความพึงพอใจสำหรับตลาดเฉพาะเจาะจงได้รวดเร็วมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในตลาดในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม [สสว.], 2555) ส่วนข้อจำกัดของ SMEs คือด้านเวลาและทรัพยากรทางการเงิน ทำให้มีผลกระทบต่อการทำกิจกรรม CSR เนื่องจากการมุ่งเน้นลงทุนในกิจกรรม CSR นั้น เปรียบเสมือนการใช้เงินลงทุนในโครงการระยะยาวของกิจการ (Fassin, Rossem, and Buelens, 2011) กล่าวคือการทำกิจกรรม CSR ไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือแสดงผลของการทำกิจกรรมในทันทีต้องอาศัยการกระทำที่สั่งสมมานานของกิจการ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) สอดคล้องกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554) กล่าวว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการลงทุน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เพื่อนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขัน การอยู่รอด และความมั่นคง ต้องใช้เวลาระยะหนึ่งในการทำกิจกรรม CSR ก่อนจะแสดงผลออกมา ถือว่าเป็นการลงทุนระยะกลางถึงยาว จึงไม่สามารถลงทุนอย่างไร้จุดมุ่งหมายได้ ในกิจกรรม CSR นั้นจึงมีองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่หลากหลาย เป็นวิธีการที่ไม่ซับซ้อนและไม่ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูงเหมาะกับ SMEs ซึ่งอาจจะไม่ต้องลงทุนมากนัก ไม่เกิดการขาดทุนหรือมีกำไรลดลง แต่ในทางตรงกันข้ามกลับจะช่วยเสริมสร้างผลกำไรจากการที่ไม่ไปสร้างปัญหาหรือความขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับกิจการ ช่วยสร้างความสมดุลให้กับกิจการระหว่างผลกำไรและกิจกรรม CSR (คณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบหอการค้าไทย, 2553)

สำหรับ CSR ในประเทศไทยได้ถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับการสถาปนาธุรกิจในสังคมไทยมาเป็นเวลายาวนาน ในรูปของการทำบุญ การบริจาคเพื่อการกุศล หรือการอาสาช่วยเหลืองานของสังคมและยังไม่มีการเรียกกิจกรรมเหล่านี้ว่าความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจต่อสังคมจนกระทั่งในปี 2549 ความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจต่อสังคมในประเทศไทยได้ถูกใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ผนวกเข้ากับการดำเนินธุรกิจ (จิตติมา ปริยเมฆินทร์, 2552 อ้างถึง สำนักส่งเสริมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา, 2551) โดยเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ในประเทศไทย (Large Enterprises : LEs) ส่วน SMEs นั้น CSR ถือว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากข้อมูลในปี 2554 ประเทศไทยมีจำนวน SMEs คิดเป็นร้อยละ 99.8 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ (สสว., 2554) ถือได้ว่า SMEs เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมในวงกว้าง ด้วยการสร้างงานสร้างอาชีพ นำไปสู่การกระจายรายได้ในประเทศ เป็นเครื่องมือในการลดปัญหาความยากจนและมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อประเทศกำลังพัฒนา (Fan, 2003)

เมื่อเทียบศักยภาพของ SMEs ประเทศไทยกับประเทศในอาเซียน SMEs ประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางเป็นรองประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย การเตรียมพร้อมรับมือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ปี 2558 เพราะเป็นโอกาสสำคัญในการขยายตลาดและกิจการของ SMEs ประเทศไทย แต่เนื่องจาก SMEs ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่จำกัดเฉพาะภายในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) การส่งเสริมและสนับสนุนการทำกิจกรรม CSR ในประเทศไทยให้เป็นที่แพร่หลายถือว่ามีความสำคัญ เพราะมีผลกระทบด้านบวกต่อความมั่นใจของกลุ่มผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่มีความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้นในปัจจุบัน ต่อตราสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ผลิตสินค้าและบริการโดย SMEs ของประเทศไทย และช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า Made in Thailand (CSR Asia Center at AIT,

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2009) CSR จึงมีความสำคัญในการดำเนินงานของ SMEs ช่วยทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ตระหนักในเรื่อง CSR และองค์กรหรือหน่วยงานระดับชาติมีการกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับ CSR มากขึ้น รวมถึงในปัจจุบันมีแนวโน้มการเติบโตของภาคธุรกิจบริการอย่างที่พักแรมสอดคล้องกับการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้มีการใช้ทรัพยากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) ทำให้เกิดความไม่สัมพันธ์กันระหว่างภาวะโลกร้อน สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบสะท้อนกลับไปสู่การท่องเที่ยวโดยตรง

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของ CSR ของ SMEs ในประเทศไทย และเป็นที่มาของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรม CSR กับประโยชน์ที่ได้รับของ SMEs เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแก่ SMEs ผู้ที่เกี่ยวข้อง และบุคคลทั่วไป ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกระตุ้นให้ SMEs และวิสาหกิจอื่น เห็นความสำคัญของ CSR ในการนำไปใช้ให้เกิดผลจริง และถือปฏิบัติกันโดยทั่วไป รวมถึงสามารถนำผลวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางการทำกิจกรรม CSR ของ SMEs และวิสาหกิจอื่น เพื่อประโยชน์แก่เจ้าของกิจการ ชุมชน สังคมในวงกว้างอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการทำกิจกรรม CSR ของ SMEs ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรม CSR ของ SMEs ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรม CSR กับประโยชน์ที่ได้รับของ SMEs ในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประชากรที่เป็น SMEs ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และเกณฑ์ของสำนัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบ่งเป็นโรงแรมขนาดย่อมที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 79 ห้อง และโรงแรมขนาดกลางที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 – 200 ห้อง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแก่ SMEs ผู้ที่เกี่ยวข้อง และบุคคลทั่วไป

2. ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกระตุ้นให้ SMEs และวิสาหกิจอื่น ตระหนักถึงความสำคัญของ CSR ในการนำไปใช้ให้เกิดผลจริง และถือปฏิบัติกันโดยทั่วไป เพื่อประโยชน์แก่เจ้าของกิจการ ชุมชน สังคมในวงกว้างและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

3. ผลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs หรือวิสาหกิจอื่น เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
   1.1 นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
   1.2 ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคม
   1.3 ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
   1.4 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
   1.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
   2.1 นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยและต่างประเทศ
   2.2 ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
   3.1 แนวทางปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
   3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย
   3.3 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม
   3.4 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. ธุรกิจโรงแรมและการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจโรงแรม
5. ประโยชน์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
6. สรุปสมมติฐานการวิจัย
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

1.1 นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ถูกกล่าวถึงมาหลายศตวรรษและมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่มีคำนิยามใดกำหนดใช้ในทางสากล ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการกำหนดขอบเขตเนื้อหาหรือกรอบแนวคิดการวิจัยที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมายการดำเนินกิจการตามขนาด ประเภท และพื้นที่ตั้งของกิจการ (Department of Trade and Industry, 2004) จึงปรากฏคำนิยามของ CSR ที่มีผู้อธิบายความหมายไว้หลากหลายดังนี้

Bowen (1953) CSR คือ ภาระผูกพันของนักธุรกิจในการดำเนินนโยบายในการตัดสินใจหรือจากการกระทำที่เป็นที่น่าพอใจในแง่ของวัตถุประสงค์และคุณค่าของสังคม

Carroll (1979) CSR คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ครอบคลุมตั้งแต่เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม จนถึงดุลพินิจขององค์กรในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

The World Business Council for Sustainable Development: WBCSD (1999) ได้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า เป็นความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องขององค์กรในการดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันได้คำนึงถึงการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน ครอบครัวของพนักงาน และรวมถึงสังคมทั้งใกล้และไกล

Baker (2004) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เกี่ยวกับวิธีการจัดการกระบวนการทางธุรกิจของบริษัทในด้านการผลิตรวมถึงผลกระทบด้านบวกต่อสังคม

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นกลไกการดำเนินงานในกิจการที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเชื่อมโยงสู่กระบวนการภายนอก มุ่งสร้างประโยชน์แก่กิจการและส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน ช่วยเหลือส่วนรวมตามกำลังและความสามารถของกิจการ อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของกิจการในระยะยาว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

The European Commission (2011) กำหนดคำนิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อสังคม กิจการควรมี CSR ในกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อบูรณาการสังคม สิ่งแวดล้อม จริยธรรม สิทธิมนุษยชน และความสนใจของผู้บริโภคต่อการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์หลักในการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างคุณค่าร่วมให้กับเจ้าของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสังคมในวงกว้าง รวมถึงเพื่อป้องกันและลดผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความเห็นว่าการทำ CSR นั้นเพื่อประโยชน์ขององค์กร การทำกิจกรรม CSR ถือว่าเป็นค่าใช้จ่าย เพิ่มต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ไม่ใช่การลงทุนที่ทำให้กิจการเจริญเติบโต การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือเพื่อการขยายตลาด คือ

Friedman (1970) นักเศรษฐศาสตร์ผู้ได้รับรางวัลโนเบลปี ค.ศ. 1976 ที่มีแนวความคิดเศรษฐศาสตร์แบบสำนักการเงินนิยม ให้ความเห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในการบริหารมีเป้าหมายคือการแสวงหากำไรสูงสุด เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นในฐานะเป็นเจ้าของกิจการ ดำเนินการภายใต้กรอบของกฎหมาย และการทำสิ่งอื่นๆเป็นการกระทำในสิ่งที่ผิดจากวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายทางธุรกิจ

จากคำนิยามของ CSR ที่หลากหลายข้างต้น สามารถสรุปสาระสำคัญได้คือ CSR เป็นแนวคิดการดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม ควบคู่ไปกับการแสวงหาผลกำไรที่เป็นเป้าหมายทั่วไปของการทำธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและนอกองค์กร มุ่งผลประโยชน์ระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและองค์กร ด้วยการสร้างความสมดุลใน 3 ด้านที่สำคัญคือด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงกับค่านิยมและความสามารถหลักขององค์กร เพื่อนำไปสู่การดำรงอยู่และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

1.2 ระดับของความรับผิดชอบต่อสังคม

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมกล่าวถึงคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (2550) ได้กำหนดการปฏิบัติตามหลัก CSR และสามารถนำมาประยุกต์ใช้วัดระดับการทำกิจกรรม CSR ได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับ 1 Mandatory Level

ระดับปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมาย หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

ระดับ 2 Elementary Level

ระดับเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกำไร กลยุทธ์ในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น กำไรที่ได้นั้นต้องมิใช่กำไรที่เกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ระดับ 3 Preemptive Level

ระดับจรรยาบรรณทางธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมและผู้ประกอบธุรกิจได้ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแล หรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

ระดับ 4 Voluntary Level

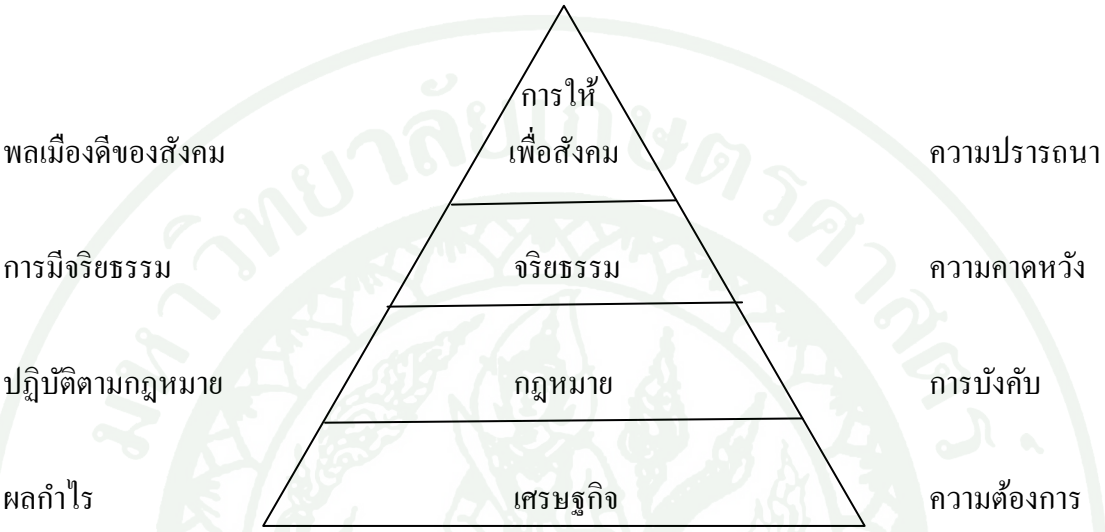
ระดับความสมัครใจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจตามแนวทางของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วยความสมัครใจ ไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม ไม่ถูกผูกมัดด้วยกฎหมาย ถือว่าเป็นการกระทำที่อยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมอย่างแท้จริง

ระดับของ CSR ข้างต้นนี้ การดำเนินการในแต่ละระดับขั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยความพร้อมและข้อจำกัดของแต่ละกิจการ แต่อย่างไรก็ตามในการทำธุรกิจต้องดำเนินการในระดับ 1 Mandatory Level เป็นอย่างน้อย และหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ควรอยู่บนหลักพอประมาณ ไม่ปฏิบัติเกินความสามารถของกิจการตน และต้องไม่เบียดเบียนสังคม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่ามีผู้กำหนดระดับของ CSR ไว้ก่อนหน้า ดังนี้

Carroll (1991) กล่าวว่า CSR แบ่งเป็น 4 ขั้น ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านการให้เพื่อสังคม ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 พีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของ Carroll
ที่มา: Schwartz and Carroll (2003)

จากภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นถึงระดับขั้นของ CSR โดยขั้นแรกคือความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ คือเรื่องผลกำไรของกิจการ เป็นความต้องการของกิจการในขั้นแรกเพื่อความอยู่รอด และสามารถกระทำการขั้นที่เหลือต่อไปได้ ความรับผิดชอบด้านกฎหมายคือการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นขั้นที่กิจการถูกบังคับให้ปฏิบัติตาม เพราะกฎหมายเป็นการประมวลของสังคมบอกว่าสิ่งใดถูกและสิ่งใดผิด ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ความรับผิดชอบด้านจริยธรรมคือ การดำเนินกิจการด้วยจริยธรรม เป็นความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการ ปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม และหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นอันตราย ส่วนในขั้นสุดท้ายคือความรับผิดชอบด้านการให้เพื่อสังคม เป็นขั้นของความปรารถนาที่สังคมมีต่อกิจการ การกระทำขั้นนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของกิจการและจิตสำนึก กระทำด้วยความเต็มใจของกิจการเอง ไม่ต้องมีผู้ใดบังคับ ไม่มีกฎเกณฑ์ทางสังคมกำหนดไว้เหมือนอย่างจริยธรรมที่ถ้าหากไม่กระทำตามจะถูกตำหนิจากสังคม (Schwartz and Carroll, 2003)

จากที่มีผู้กำหนดระดับสูงสุดในการทำกิจกรรม CSR ไว้ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในระดับสูงสุดของการทำกิจกรรม CSR มีแนวทางปฏิบัติไปในทางเดียวกันคือ การทำ CSR ระดับนี้เป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับที่ทำด้วยความเต็มใจและสมัครใจ มุ่งการให้เพื่อประโยชน์แก่สังคม ขึ้นอยู่กับความพร้อมของกิจการ และถ้าหากไม่ทำก็จะไม่ถูกตำหนิจากสังคม และไม่ผิดกฎหมาย เพราะเป็นการกระทำที่ไม่ได้เกิดจากการถูกบังคับด้วยกฎหมาย และไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม แต่มีข้อแตกต่างกันในระดับแรก โดยคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนกำหนดไว้ว่าเป็นระดับที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมาย ส่วน Carroll ได้กำหนดไว้ว่าเป็นระดับความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ มุ่งเน้นผลกำไรเพื่อความอยู่รอดของกิจการ และสามารถทำระดับขั้นที่เหลือต่อไปได้

1.3 ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ได้แยกประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงานออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.3.1 CSR in process หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อมขององค์กร หรือเรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม เช่น การดูแลสวัสดิการพนักงาน การผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน ความรับผิดชอบต่อลูกค้าโดยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

1.3.2 CSR after process หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง กิจกรรรความรับผิดชอบต่อสังคมจะเกิดขึ้นภายหลัง และส่วนใหญ่จะกระทำในองค์กรแสวงหากำไร เช่น การปลูกป่า การบริจาคทุนการศึกษา การรณรงค์สร้างจิตสำนึก อาสาสมัครช่วยเหลือผู้ประสบภัย

1.3.3 CSR as Process หมายถึง องค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า กิจการเพื่อสังคม ดำเนินงานโดยไม่มุ่งหวังผลกำไร เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับสังคมในทั้งกระบวนการของกิจการ เช่น มูลนิธิ องค์กร หน่วยงานราชการ และสมาคมการกุศลต่างๆ แต่มีความแตกต่างกับ องค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์ในการหากำไร (non-profit organization) เพราะองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมนี้สามารถอยู่รอดได้ด้วยการการดำเนินงานของตนเอง ไม่อาศัยการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก หรือได้รับการอุดหนุนจากภาษีของประชาชน เพราะฉะนั้นหากเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงาน จะไม่ถูกเพ่งเล็งและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การว่ากล่าวจากประชาชนมากเท่ากับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์ในการหากำไร ซึ่งดำรงอยู่ได้ด้วยทุนสนับสนุนจากสังคม

1.4 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

สถาบันไทยพัฒน์ (2553) กล่าวว่า Philip Kotler and Nancy Lee (2009) จำแนกกิจกรรม CSR ไว้ 7 ชนิดดังนี้

1.4.1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม (Cause promotion) คือการจัดหาเงินทุน วัสดุสิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นๆ เพื่อให้การรับรู้ของประชาชนอยู่ในวงกว้างและแสดงถึงความห่วงใยต่อประเด็นปัญหาทางสังคมต่างๆ เป็นการสื่อสารทางการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ของกิจการ ตลอดจนสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วม หรือการค้นหาอาสาสมัคร องค์กรอาจเป็นผู้ริเริ่มและบริหารงานส่งเสริมนั้นด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งหรือกับหลายๆองค์กร

1.4.2 การตลาดที่เกี่ยวโยงกับประเด็นทางสังคม (Cause-related marketing) คือการอุดหนุนหรือการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือประเด็นปัญหาทางสังคม ซึ่งมักมีช่วงเวลาที่จำกัดแน่นอน ดำเนินการแบบจำเพาะผลิตภัณฑ์ หรือให้แก่การกุศลที่ระบุไว้เท่านั้น กิจกรรม CSR ชนิดนี้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างสัมพันธภาพในประโยชน์ร่วมกัน ด้วยวิธีการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านทางการซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

1.4.3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม (Corporate social marketing) คือการสนับสนุนการพัฒนาหรือการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ ความแตกต่างสำคัญระหว่างการตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมกับการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม คือ การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior change) แต่ในการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคมจะเน้นที่การสร้างความตระหนัก (Awareness) ตลอดจนการสนับสนุนทรัพยากรด้านทุนและอาสาสมัครเพื่อให้รับรู้ถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.4.4 การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate philanthropy) คือการช่วยเหลือไปที่ประเด็นปัญหาทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาคเงินหรือวัตถุสิ่งของ เป็นกิจกรรม CSR ที่พบในแทบทุกองค์กรธุรกิจ และโดยมากมักจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำ มากกว่าจะเกิดจากการวางแผนหรือออกแบบกิจกรรมจากภายในองค์กรเอง ทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงเข้ากับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรเท่าใดนัก

1.4.5 การอาสาช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) คือการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และเพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย องค์กรธุรกิจอาจเป็นผู้ดำเนินการเองโดยลำพัง หรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใด และอาจเป็นผู้กำหนดกิจกรรมอาสาดังกล่าวนั้นเอง หรือให้พนักงานเป็นผู้คัดเลือกกิจกรรมแล้วนำเสนอต่อองค์กรเพื่อพิจารณาให้ การสนับสนุน โดยที่พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันหยุดหรือวันลาเพิ่มเติม

1.4.6 การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially responsible business practices) คือการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในเชิงป้องกันด้วยการ หลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือปัญหาทางสังคม ด้วยกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่องค์กรธุรกิจจะเป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมด้วยตนเอง หรือเลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกก็ได้

1.4.7 การพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก (Developing and delivering affordable products and services) เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่ เรียกว่า The Bottom of the Pyramid ในราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต พร้อมกันกับเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงตลาดปริมาณมหาศาล

ในกิจกรรม CSR 3 ชนิดแรกเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด เป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กร โดยใช้ทรัพยากรภายนอกองค์กรเป็นหลัก (Social-driven CSR) และจัดอยู่ในประเภท CSR in process ส่วนในอีก 4 ชนิดถัดมาเป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก (Corporate-driven CSR) หรือจัดอยู่ในประเภท CSR after process

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวคิดและการปฏิบัติในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ได้รับการปฏิบัติกันอย่างกว้างขวางในองค์กรทั่วโลก และผู้วิจัยพบว่ามีแนวคิดพื้นฐาน รวมถึงแนวคิดต่อยอด CSR ที่นำมาใช้ได้กับ SMEs ดังนี้

จริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรม (Ethics) เป็นเรื่องการสำนึกผิดชอบชั่วดี (Recognition) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์ของความดีและความเลว รวมทั้งภาระหน้าที่ทางด้านศีลธรรม ที่ไม่เพียงแต่พิจารณาถึงความอยู่เย็นเป็นสุขของตนเอง แต่ต้องคำนึงถึงเพื่อนมนุษย์อื่นด้วย จริยธรรมจึงนำมาใช้เป็นแนวทางพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มคนในการดำเนินงานทุกด้านขององค์กร จริยธรรมจะช่วยในกระบวนการตัดสินใจของธุรกิจ แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและเกิดผลกระทบด้านบวกมีผลต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553)

ความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คุณลักษณะสำคัญของแนวคิด CSR คือการดำเนินกิจการเกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า รัฐบาล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ด้านจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงการบูรณาการสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าในกิจกรรมการดำเนินงานและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยความสมัครใจ (Fontaine, Haarman and Schmid, 2006) ในอดีตที่ผ่านมาแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับความนิยมและกล่าวถึงกันมาก จึงเกิดคำนิยามและการจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

Freeman (1984) บิดาแห่งแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้คำนิยามไว้ว่าเป็นกลุ่มหรือบุคคลที่สามารถส่งผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการที่องค์กรดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ และในปี 2004 ได้กำหนดคำนิยามเพิ่มเติมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือกลุ่มผู้ที่มีความสำคัญต่อการอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร

Friedman and Miles (2006) บุคคลและกลุ่มที่อยู่ภายนอกบริษัท สามารถส่งผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Wood and Jones (1995) ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบไปด้วยเหตุผล 3 ประการคือ ประการแรกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ประการที่สองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจ และประการที่สามคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเมินประสิทธิภาพทางสังคมของกิจการโดยการเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับกับความคาดหวัง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปคำนิยามและความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือ กลุ่มและบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่มีส่วนทำให้เกิดผลกระทบและได้รับผลกระทบทั้งด้านดีและด้านไม่ดีจากการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นองค์กรจะต้องตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะจะส่งผลต่อการอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร

Carroll and Buchholtz (2008) จำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ได้แก่

1.1 รัฐบาล

มีอิทธิพลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆที่มีบทบาทเป็นคู่แข่ง แหล่งเงินทุน ผู้จัดซื้อจัดจำหน่าย สื่อมวลชนหรือนักรณรงค์เพื่อสังคม การดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย โดยคำนึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น จะช่วยสร้างโอกาสให้กับกิจการจากการได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนของรัฐบาล การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพกับรัฐบาลทำให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

1.2 ผู้บริโภค

Peter Drucker กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจคือ การสร้างและการรักษาลูกค้า ปัจจุบันผู้บริโภคมีความสนใจในด้าน CSR ซึ่งครอบคลุมถึงคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าและบริการมากขึ้น สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคโดยคำนึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการและความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภคอีกด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.3 สิ่งแวดล้อม

การจัดการปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ เพราะในการดำเนินธุรกิจขององค์กรทุกประเภทก่อให้เกิดขยะ สารพิษ ของเสียและความเสื่อมโทรมของทรัพยากร จากการนำทรัพยากรธรรมชาติไปใช้ในการผลิตเป็นจำนวนมาก ส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนรวมถึงสังคมในวงกว้าง

1.4 ชุมชน

การทำกิจกรรมเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และมีส่วนในการปรับปรุงการดำรงชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น อย่างเช่นการใช้วัตถุดิบในการผลิตจากแหล่งชุมชน เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ ทำให้ธุรกิจได้รับความร่วมมือที่ดีจากสมาชิกในชุมชน

1.5 สื่อมวลชนหรือนักกิจกรรมทางสังคม

การทำกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมกับองค์กรอื่นๆเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมและพัฒนาสื่อที่มีความสร้างสรรค์ในการนำเสนอข่าวสารและกิจกรรมต่างๆที่ดี รวมถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม โปร่งใสสื่อมวลชนหรือนักกิจกรรมทางสังคมสามารถตรวจสอบได้ มีผลต่อชื่อเสียงขององค์กร

1.6 คู่ค้าและคู่แข่งทางการค้า

การแข่งขันที่เป็นธรรม มีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การแสวงหาผลประโยชน์ร่วมกันกับคู่ค้าและคู่แข่ง โดยการไม่โจมตีคู่แข่ง อย่างเช่นการตัดราคา บีบบังคับให้คู่แข่งออกจากตลาด เป็นต้น การปฏิบัติตามกฎหมาย เงื่อนไขข้อตกลงร่วมกันด้วยความซื่อสัตย์และเคร่งครัด ทำให้เกิดความเชื่อใจ มีการพัฒนานวัตกรรม สร้างโอกาสทางการตลาดและการขยายตัวของอุตสาหกรรม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน ได้แก่

2.1 พนักงาน

การตอบสนองความต้องการและความสมดุลในการทำงาน โดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน มีการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมในด้านสุขภาพ ความปลอดภัย เงื่อนไข ค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงาน ก่อให้เกิดความพึงพอใจของพนักงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

2.2 เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น

มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆและผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นช่วยดึงดูดนักลงทุนให้มาทำการลงทุน เกิดการขยายตัวของกิจการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ CSR มีการให้คำนิยามการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยองค์การสหประชาชาติในรายงานที่ชื่อ Brundtland Report ปี 1987 ไว้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนคือการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ประนีประนอมกับความสามารถของคนรุ่นต่อไปที่จะตอบสนองความต้องการของเขา ที่ไม่เพียงตระหนักถึงอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจหรือผลกำไรเท่านั้น แต่เป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อความสมดุลในทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมหรือที่เรียกว่า Triple Bottom Line ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสมดุลและการพัฒนาทางการเงิน ธรรมชาติ คน สังคม และต้นทุนทางการผลิต เมื่อปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีความสอดคล้องกันและมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดคือมนุษย์ พัฒนาให้มีคุณภาพด้วยการให้การศึกษาเพราะก่อให้เกิดปัญญา เพราะทุนมนุษย์มีความสำคัญต่อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ในด้านสิ่งแวดล้อมมนุษย์ควรมีการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นมิตร ดำเนินชีวิตสอดคล้องเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและการมีมาตรการบังคับเพื่อป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้มนุษย์สามารถใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย อย่างเช่นการประดิษฐ์หรือการผลิตสินค้าและบริการเพื่อการประหยัดพลังงาน ลดโลกร้อน ส่วนในสังคมประกอบด้วยระบบย่อยต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง บริหาร เพื่อช่วยให้กระบวนการต่างๆมีกำลังและประสิทธิภาพ การดำเนินไปในทางที่ดีต่อคนในสังคมเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553) โดยมีการแสดงความสัมพันธ์ของเป้าหมายในด้านต่างๆดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 The Triple Bottom Line ความสัมพันธ์ของเป้าหมายทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ

ที่มา: สถาบันเพื่อธุรกิจสังคม (2550)

การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับองค์กรถูกจัดให้เป็นผลการดำเนินงาน มุ่งเน้นไปที่การสร้างรูปแบบธุรกิจที่มีความยั่งยืนจากสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม กลยุทธ์และการปฏิบัตินำไปสู่ความยั่งยืนของโลกมากขึ้น สร้างมูลค่าที่ยั่งยืนให้กับกิจการ เพิ่มมูลค่าผู้ถือหุ้น การพัฒนาความยั่งยืนจึงกลายอยู่ในพื้นฐานการดำเนินธุรกิจและผสมผสานกับกลยุทธ์ของกิจการ ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นปัจจัยหลักหรือเหตุที่ทำให้ได้มาซึ่งความยั่งยืนจากการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การลดผลกระทบด้านลบจากการดำเนินงานของกิจการ ส่วนใหญ่เกิดจากความสมัครใจและทำโดยไม่มีผลกระทบต่อกระบวนการปฏิบัติงานหลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การพัฒนาอย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมถึงแม้จะไม่ใช่เรื่องเดียวกัน แต่มีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างใกล้ชิด โดยที่ CSR จะประกอบด้วยคุณลักษณะที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนอยู่ 3 ประการ คือ (สถาบันไทยพัฒน์, 2555)

1. การทำ CSR ในระดับองค์กรมีส่วนสนับสนุนเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. การสร้างความยั่งยืนในการอยู่รอดขององค์กร อาจมีวิธีการที่แตกต่างหรือสวนทางกับการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยรวม

3. นำ CSR เป็นเครื่องมือในการสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร และการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ Small and Medium Enterprise (SMEs) ในแต่ละประเทศ มีข้อดีหรือข้อได้เปรียบที่ไม่ต่างกันคือ การดำเนินงานมีความยืดหยุ่น มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า มีผลดีต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ด้วยผลิตภัณฑ์และการบริการที่พิเศษ มีความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดใหม่ปรับตัวได้ดี แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจการ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการลงทุนในกิจการไม่สูงมากนัก ไม่ถูกจำกัดด้วยการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) เหมือนอย่างในกิจการใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ที่เกิดจากแรงกระตุ้นและความมีอิสระของผู้คิดค้น ส่วนหนึ่งก็เพื่อหลีกหนีการเข้ามาแทนที่ของผลิตภัณฑ์หรือการบริการของคู่แข่งขันรายใหม่และรายเก่า แต่ทั้งนี้เจ้าของกิจการต้องมีความรู้ ทักษะการนำความรู้มาใช้ และติดตามสถานการณ์ของตลาดในการผลิตสินค้าและบริการเช่นกัน (วิพุธ อ่องสกุล และ ธัชวรรณ กนิษฐ์พงศ์, 2550)

2.1 นิยามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยและต่างประเทศ

SMEs ของประเทศไทยมีเกณฑ์ในการจำแนกประเภทวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ตามมูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรและจำนวนการจ้างงาน ดังตารางที่ 2.1 ส่วน SMEs ของต่างประเทศมีเกณฑ์การกำหนดขนาด SMEs

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันไปตามเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาล เกณฑ์ที่ใช้โดยทั่วไปคือจำนวนพนักงาน จำนวนเงินลงทุนและรายรับ ดังตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 นิยาม SMEs ของประเทศไทย

ประเภท	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง	
	มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร (บาท)	จำนวนการจ้างงาน (คน)	มูลค่าของสินทรัพย์ถาวร (บาท)	จำนวนการจ้างงาน (คน)
การผลิต	ไม่เกิน 50 ล้าน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 ล้าน	ไม่เกิน 200 คน
การบริการ	ไม่เกิน 50 ล้าน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 200 ล้าน	ไม่เกิน 200 คน
การค้า				
- การค้าส่ง	ไม่เกิน 50 ล้าน	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 100 ล้าน	ไม่เกิน 50 คน
- การค้าปลีก	ไม่เกิน 30 ล้าน	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 60 ล้าน	ไม่เกิน 30 คน

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554)

มูลค่าสินทรัพย์ถาวร พิจารณาจาก

2.1.1 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิไม่รวมที่ดิน ตามที่ปรากฏในงบการเงินล่าสุดของกิจการที่ได้จัดทำขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยการบัญชี

2.1.2 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรซึ่งไม่รวมที่ดิน ตามที่ได้รับการประเมินจากสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่น่าเชื่อถือ

ในกรณีที่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิตามข้อ 2.1.1 และข้อ 2.1.2 ต่างกัน ให้ถือจำนวนที่น้อยกว่าเป็นมูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2555)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2.2 นิยาม SMEs ของต่างประเทศ

SMEs ของต่างประเทศ	คำนิยาม SMEs
สหภาพยุโรป [1]	กฎหมายสหภาพยุโรป EU Recommendation 2003/361 กำหนดคำนิยาม SMEs ไว้ว่าหากไม่ได้เป็นเจ้าของเพียงคนเดียว การถือหุ้น 25% หรือสิทธิในการออกเสียง ไม่นับว่าองค์กรนั้นอยู่ในคำนิยามของ SMEs **วิสาหกิจขนาดกลาง** จำนวนพนักงานน้อยกว่า 250 คน และรายรับไม่เกิน 50 ล้านยูโร หรืองบดุลไม่เกิน 43 ล้านยูโร **วิสาหกิจขนาดย่อม** จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน และรายรับไม่เกิน 10 ล้านยูโร หรืองบดุลไม่เกิน 10 ล้านยูโร
ประเทศญี่ปุ่น [2]	รัฐบาลทำการปรับโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายทั่วไปของ SMEs รวมถึง SME Basic Law ที่เรียกว่า SMEs Diet ในเดือนธันวาคม ค.ศ.1999 ได้กำหนดคำนิยามไว้ดังนี้ ภาคการค้าปลีก จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน หรือเงินทุนไม่เกิน 50 ล้านเยน ภาคการค้าส่ง จำนวนพนักงานน้อยกว่า 100 คน หรือเงินทุนไม่เกิน 100 ล้านเยน ภาคการผลิต จำนวนพนักงานน้อยกว่า 300 คน หรือเงินทุนไม่เกิน 300 ล้านเยน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

SMEs ของต่างประเทศ	คำนิยาม SMEs
	ภาคบริการ จำนวนพนักงานน้อยกว่า 100 คน หรือเงินทุนไม่เกิน 50 ล้านเยน
สหราชอาณาจักร [3]	กฎหมาย The Companies Act 2006 กำหนดคำนิยาม SMEs ไว้ดังนี้ **วิสาหกิจขนาดกลาง** จำนวนพนักงานน้อยกว่า 250 คน และรายรับไม่เกิน 22.8 ล้านปอนด์ หรืองบดุลไม่เกิน 11.4 ล้านปอนด์ **วิสาหกิจขนาดย่อม** จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน และรายรับไม่เกิน 5.6 ล้านปอนด์ หรืองบดุลไม่เกิน 2.8 ล้านปอนด์
สหรัฐอเมริกา [4]	มาตรฐานขนาดกิจการขนาดย่อมอธิบายรายละเอียดไว้ใน North American Industry Classification System (NAICS) ได้รับการแก้ไขโดยสำนักงานบริหารและงบประมาณมีผลใช้บังคับวันที่ 1 มกราคม 2012 หรือเรียกว่า NAICS 2012

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

SMEs ของต่างประเทศ		คำนิยาม SMEs
	การผลิต	จำนวนพนักงาน 500-1000 คน (ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต)
	การบริการ	จำนวนพนักงาน 500-1500 คน หรือรายรับไม่เกิน 7.0–35.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขึ้นอยู่กับการบริการ)
	การขายส่ง	จำนวนพนักงานไม่เกิน 100 คน (ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์)
	การขายปลีก	จำนวนพนักงานไม่เกิน 200 คน หรือ รายรับไม่เกิน 7.0–35.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์)
	การก่อสร้าง	รายรับไม่เกิน 7-33.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขึ้นอยู่กับประเภทงานก่อสร้าง)
	การก่อสร้าง (เขตการค้าพิเศษ)	ไม่เกิน 14.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขึ้นอยู่กับประเภทงานก่อสร้าง)
	เกษตรกรรม	ไม่เกิน 0.75-17.5 ล้าน (ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์การเกษตร)
	การทำเหมืองแร่	จำนวนพนักงาน 500 คน และ 7.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐสำหรับกิจกรรม สนับสนุนการทำเหมืองแร่

ที่มา: 1. Enterprise and Industry (2003)

2. Small and Medium Enterprise Agency (2000)

3. The National Archives (2006)

4. U. S. Small Business Administration (2012)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการเปรียบเทียบนิยามของ SMEs ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ เมื่อดูจากจำนวนการจ้างงานแสดงให้เห็นว่า SMEs ประเทศไทยมีขนาดย่อมกว่า SMEs ในต่างประเทศ ซึ่ง SMEs ประเทศไทยมีจำนวนการจ้างงานสูงสุดไม่เกิน 200 คน แต่สำหรับ SMEs ต่างประเทศมีจำนวนการจ้างงานสูงสุดมากกว่า 200 คนทั้งสิ้น

2.2 ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

ในปี 2554 จำนวน SMEs มีจำนวนทั้งสิ้น 2,634,840 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.8 ของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของ SMEs มีมูลค่า 3,859,587.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.6 ของ GDP รวมทั้งประเทศ การจ้างงานใน SMEs จำนวน 10,995,977 คน หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด และการส่งออกของ SMEs มีมูลค่า 2,068,859.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ภาพรวม SMEs ประเทศไทยปี พ.ศ. 2554

ภาพรวม SMEs ของประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	
จำนวน SMEs	2,652,854 ราย
หรือร้อยละของวิสาหกิจทั้งหมด	99.8
GDP ของ SMEs	3,859,587.6 ล้านบาท
หรือร้อยละของ GDP ประเทศ	36.6
การจ้างงานของ SMEs	10,995,977 คน
หรือร้อยละของการจ้างงานทั้งหมด	83.9
มูลค่าการส่งออกของ SMEs	2,068,859.1 ล้านบาท
หรือร้อยละของการส่งออกทั้งหมด	29.9

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 2.3 แสดงให้เห็นว่า SMEs ประเทศไทยมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 99.8 ของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ เป็นแหล่งการจ้างงานถึงร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ ซึ่งถือว่า SMEs เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมในวงกว้างด้วยการสร้างงานสร้างอาชีพ นำไปสู่การกระจายรายได้ในประเทศ รวมถึงเป็นเครื่องมือในการลดปัญหาความยากจนอีกด้วย

ตารางที่ 2.4 ภาพรวม SMEs ภาคบริการของประเทศไทยปี พ.ศ. 2554

ภาพรวม SMEs ภาคบริการของประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	
จำนวน SMEs ภาคบริการ	997,664 ราย
หรือร้อยละของ SMEs ประเทศไทย	37.6
GDP ของ SMEs ภาคบริการ	1,272,138.2 ล้านบาท
หรือร้อยละของ GDP ของ SMEs	33.0
การจ้างงานของ SMEs ภาคบริการ	3,920,118 คน
หรือร้อยละของการจ้างงาน SMEs	35.7

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555)

จากตารางที่ 2.4 แสดงให้เห็นว่า SMEs ทั้งหมดมีการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคบริการ มีจำนวน 997,664 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.6 ของ SMEs ประเทศไทย มี GDP 1,272,138.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 33 ของ GDP ของ SMEs และมีการจ้างงาน 3,920,118 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 35.7 ของการจ้างงาน SMEs

ตารางที่ 2.5 SMEs ภาคบริการ ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารประเทศไทยปี พ.ศ. 2554

SMEs ภาคบริการ ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	
จำนวน SMEs ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร	302,316 ราย
หรือร้อยละของ SMEs ภาคบริการ	30.3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

SMEs ภาคบริการ ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารประเทศไทย ปี 2554	
GDP ของ SMEs ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร	482,122.6 ล้านบาท
หรือร้อยละของ GDP ของ SMEs ภาคบริการ	37.9
การจ้างงานของ SMEs ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร	1,135,188 คน
หรือร้อยละของการจ้างงาน SMEs ภาคบริการ	29.0

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555)

จากตารางที่ 2.5 แสดงให้เห็นว่า SMEs ภาคบริการ มีการกระจายตัวอยู่ในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร 302,316 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 30.3 มีบทบาทในการเป็นแหล่งสร้างงานสร้างอาชีพ โดยมีการจ้างงานจำนวน 1,135,188 คน หรือร้อยละ 29 ของการจ้างงาน SMEs ภาคบริการ และเป็นแหล่งรายได้ของประเทศจำนวน 482,122.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.9 ของ GDP ของ SMEs ภาคบริการ

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.1 แนวทางปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การดำเนินกิจกรรม CSR ได้มีหน่วยงานและองค์กรต่างๆออกมาตรฐานหรือแนวทางปฏิบัติอย่างหลากหลายสำหรับใช้ในองค์กรทุกประเภทและทุกขนาด ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้พบมาตรฐานหรือแนวทางการปฏิบัติ CSR ที่มีการปฏิบัติกันโดยทั่วไปอย่างเป็นสากล ที่มีการระบุในแนวทางปฏิบัติมาตรฐาน CSR ว่าสามารถนำไปใช้ได้กับ SMEs ที่มีโครงสร้างองค์กร ข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจแตกต่างจากกิจการขนาดใหญ่ และผู้วิจัยเห็นว่ามีความเหมาะสมสำหรับ SMEs ประเทศไทยที่มีขนาดย่อมกว่า SMEs ในต่างประเทศ คือ ISO26000

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ISO26000 : มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่องค์กรทั่วโลก รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรให้ความสนใจและรับรู้ว่ามีความจำเป็นและเกิดประโยชน์จากการส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงได้มีมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประมวลข้อแนะนำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ ISO 26000 มีการประกาศเป็นมาตรฐานระหว่างประเทศเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมแก่องค์กรทุกประเภททั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อสนองตอบความต้องการของสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ในปัจจุบันให้ความสำคัญมากขึ้นและเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร

ISO26000 ประกอบไปด้วยข้อแนะนำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มาจากตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากที่สุดและกว้างขวางที่สุด โดยมีตัวแทนมาจาก 99 ประเทศสมาชิก และ 42 องค์กรร่วมทำงาน จนได้แนวปฏิบัติที่ให้หน่วยงานนำไปปฏิบัติโดยสมัครใจ สนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมที่มาจากเจตนาที่ดี ไปสู่การปฏิบัติที่ดีมากกว่าหน้าที่ขั้นพื้นฐานของกิจการที่ทำตามเพียงข้อกำหนดของกฎหมายเท่านั้น ISO26000 จึงไม่ใช่มาตรฐานสำหรับนำไปใช้ ไม่สามารถนำมาเป็นเงื่อนไขทำข้อตกลงหรืออ้างอิงเพื่อการรับรอง และไม่ใช่ข้อกำหนดดังเช่น ISO 9001 หรือ ISO 14001

ISO26000 มีหลัก 7 ประการของความรับผิดชอบต่อสังคม (7 SR Principles) ได้แก่ มีความรับผิดชอบ มีความโปร่งใส มีจริยธรรม ให้ความสำคัญกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เคารพต่อหลักนิติธรรม ยอมรับในมาตรฐานสากล และเคารพต่อสิทธิมนุษยชน การนำ ISO 26000 ไปใช้จะช่วยสร้างให้เกิดผลกระทบด้านบวก เช่น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การเป็นที่ยอมรับของชุมชน การมีชื่อเสียงขององค์กร สร้างความจงรักภักดีแก่พนักงานและลูกค้าให้คงอยู่กับองค์กร ส่งผลดีต่อการผลิตและบริการที่ดี มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

มาตรฐาน ISO 26000 ประกอบด้วยหัวข้อ 7 เรื่องหลัก (Core subjects) ได้แก่

1. การกำกับดูแลองค์กร
2. สิทธิมนุษยชน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. การปฏิบัติด้านแรงงาน
4. สิ่งแวดล้อม
5. การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
6. ประเด็นด้านผู้บริโภค
7. การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

หัวข้อ 7 เรื่องหลักของ ISO26000 ข้างต้นนี้ครอบคลุมผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ส่วนการนำไปประยุกต์ใช้มาตรฐาน ISO 26000 ในองค์กร ควรคำนึงถึงความหลากหลายและความแตกต่างกันด้านโครงสร้างองค์กร ประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การเมือง และสอดคล้องกับกฎหมาย ส่งเสริมแนวทางอื่นๆ รวมทั้งเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ (สถาบันไทยพัฒน์, 2554)

ภาพที่ 2.3 หัวข้อหลัก 7 ข้อของ ISO26000

ที่มา: International Organization for Standardization (2010)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันให้ความใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพ ความปลอดภัย นิยมซื้อหรือใช้บริการกับสถานประกอบการที่ให้ความสำคัญกับสังคมมากขึ้น จึงมีกลยุทธ์การบริหารจัดการสำหรับ SMEs คือการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก CSR โดยสร้างกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม ช่วยเหลือผู้บริโภคเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน และยังถือว่าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่ทำให้กิจการเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนโอกาสที่ชัดเจนของ SMEs ของประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC : ASEAN Economic Community) ในปี 2558 รวมถึงรับมือกับการเผชิญกับความท้าทายในการแข่งขันกับต่างชาติมากขึ้น อย่างเช่นแนวโน้มในปี 2555 SMEs ภาคบริการของประเทศไทยอาจถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดจากสิงคโปร์และมาเลเซีย (พิภวัตว์ ภัทรนาวิก, 2554) นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าได้มีการจัดทำแผนการส่งเสริมและการพัฒนามาตรฐาน SMEs ต่างๆสอดคล้องกับความตระหนักในเรื่องของ CSR ดังนี้

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ขึ้น เพราะจากข้อมูลทั่วไปถือได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลไกหลักในทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ รวมถึงแก้ปัญหายากจนของประเทศ มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนซึ่งแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก อันได้แก่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

1. ยุทธศาสตร์สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ทั้งภาคผลิต การค้า และบริการ

2. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ รวมถึงการคำนึงถึงคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

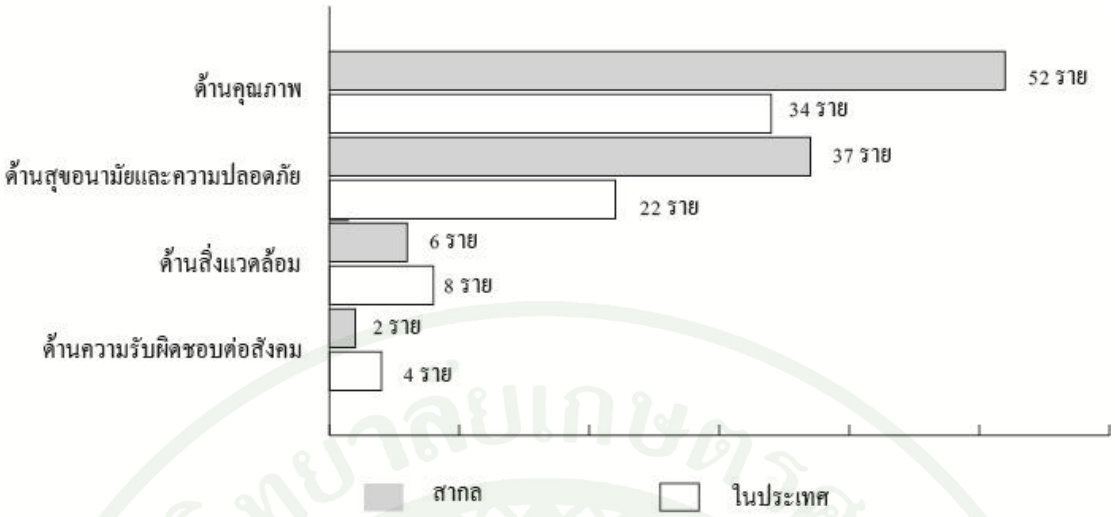
4. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

5. สอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบายและแผนยุทธศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่เน้นการสร้างสมดุลการพัฒนาในทุกมิติ

มาตรฐานสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลสำรวจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. (2554) โดยทำการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นนิติบุคคล จำนวน 1,202 ตัวอย่าง แบ่งเป็น ภาคการผลิต 400 ราย ภาคการค้าและซ่อมบำรุง 401 ราย และภาคบริการ 401 ราย พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ไม่เคยขอรับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ เช่น Q-Mark ISO สูงถึง 1,045 ราย นอกจากนั้นได้รับการรับรองมาตรฐาน 128 ราย อยู่ในระหว่างการดำเนินการ 27 ราย และไม่ได้รับการรับรอง 2 ราย เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการจำนวน 128 รายนั้น ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล จากการใช้ที่ปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐช่วยดำเนินงานเป็นหลัก และบางส่วนใช้ความรู้และความสามารถของตนเอง ในส่วนมาตรฐานสถานประกอบการของไทยมีการจำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านคุณภาพ ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจากผลการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับรองมาตรฐาน (ตอบได้มากกว่า 1 มาตรฐาน) พบว่าได้รับการรับรองด้านคุณภาพสูงที่สุด รองลงมาคือด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยที่สุดตามลำดับ ดังแผนภูมิรูปภาพที่ 2.4

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 2.4 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้การรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554) ได้ทำการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ที่ขอรับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ จำนวน157 ตัวอย่าง พบว่ามีผู้ประกอบการที่ไม่มีปัญหาการขอรับรองมาตรฐานจำนวน 109 ราย และผู้ประกอบการที่มีปัญหาในการขอใบรับรองมาตรฐานจำนวน 48 ราย ในส่วนผู้ที่ประสบปัญหาและอุปสรรคนั้นมีความเห็นต่อการขอรับรองมาตรฐาน ได้แก่ มีค่าใช้จ่ายสูง องค์กรมีความรู้ไม่เพียงพอ มีความล่าช้าของภาครัฐในการให้การรับรอง การบริการของภาครัฐเพื่อเป็นที่ปรึกษาให้แก่ผู้ประกอบการมีไม่เพียงพอ รวมถึงที่ปรึกษามีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานไม่เพียงพอ กิจการอยู่ห่างไกลจากหน่วยงานที่ปรึกษาและหน่วยงานผู้ให้การรับรอง

นอกจากนี้พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (กรุงเทพธุรกิจ, ออนไลน์)ได้มีข้อแนะนำและข้อพิจารณาเรื่อง CSR ใน SMEs ได้แก่

1. การดำเนินงานของกิจการ SMEs มีความยืดหยุ่นและมีลักษณะไม่เป็นทางการมากกว่ากิจการขนาดใหญ่ จึงควรคาดหวังกับความโปร่งใสในการดำเนินงานในระดับที่เหมาะสมกับกิจการ SMEs ที่มีความแตกต่างจากกิจการขนาดใหญ่

2. การกำหนดขอบเขตของการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เกี่ยวเนื่องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สิ่งแวดล้อม ไม่จำเป็นว่า SMEs จะต้องสนองตอบในทุกด้านที่เป็นความรับผิดชอบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ต่อสังคม เพียงแต่ให้ครอบคลุมในเรื่องหลัก และในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของกิจการ เนื่องจากเงื่อนไข และข้อจำกัดที่มีอยู่ของ SMEs

3. การดำเนินงานควรมุ่งเน้นในประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นที่สำคัญ และดำเนินงานในประเด็นอื่นๆในเวลาที่เหมาะสมภายหลัง

4. การพัฒนาแนวทางปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมจากความช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ ตรงกับความต้องการของกิจการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

5. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการร่วมมือกับองค์กรอื่นใกล้เคียงและธุรกิจที่อยู่ในสาขาเดียวกัน

3.3 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงการ SWITCH - Asia พัฒนามาจาก Asia Pro Eco และ Asia Invest Programmes เป็นโครงการสิ่งแวดล้อมในระดับภูมิภาคเอเชีย โครงการ SWITCH - Asia มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption and Production: SCP) โดยทำงานร่วมกับผู้ผลิตและผู้บริโภคด้วยงบประมาณสนับสนุนกว่า 152 ล้านยูโรระหว่างปี ค.ศ. 2007 – 2013 ทำให้ความต้องการสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นตอบสนองกับความต้องการขั้นพื้นฐานและนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ลดการใช้วัตถุอันตรายหรือสารอันตราย และลดการปล่อยของเสียและมลพิษ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อคนรุ่นต่อไป (SWITCH-Asia, 2012)

Greening Sri Lankan Hotels เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจาก European Commission ภายใต้ SWITCH – Asia มีวัตถุประสงค์เพื่อการเสริมสร้างสมรรถนะการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในประเทศศรีลังกา โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน น้ำ และระบบการจัดการของเสีย เพื่อลดต้นทุนในการปฏิบัติงาน และเพิ่มการยอมรับตลาดโรงแรมศรีลังกาด้วยการสนับสนุนให้เป็นโรงแรมสีเขียว มี Carbon Footprint ต่ำ รางวัลที่ได้รับเหล่านี้เป็นการยืนยันความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องของ Siddhalepa Ayurveda Health Resort ในการดำเนินงานที่เป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มิตรกับสิ่งแวดล้อม โครงการ SWITCH - Asia ได้ตระหนักถึงการปรับปรุงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมที่จดทะเบียน ด้วยการมอบรางวัลที่มีชื่อว่า EU - SWITCH Asia Greening Hotel Award แก่กลุ่มเป้าหมายคือโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีจำนวนห้อง 50 ห้องหรือต่ำกว่า โดยในปี ค.ศ. 2012 กำหนดให้โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีสิทธิ์เข้ารับการคัดเลือกเฉพาะโรงแรมที่จดทะเบียนกับ SWITCH Asia Greening Sri Lanka Hotels Project เท่านั้น และมีโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับรางวัล EU - SWITCH Asia Greening Hotel Award 2012 ในประเภทโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม คือ Siddhalepa Ayurveda Health Resort ตั้งอยู่ที่เมือง Wadduwa ประเทศศรีลังกา ได้รับรางวัลถึง 2 รางวัลได้แก่ Best Green Hotel และ Energy Conservation Champion ซึ่งในกิจกรรมนี้เป็นการจัดร่วมกันกับกิจกรรมมอบรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมประจำปีของประเทศศรีลังกาจาก Ceylon Chamber of Commerce

Siddhalepa มีชื่อเสียงด้านอายุรเวทรีสอร์ทและด้วยประสบการณ์ที่มีของ Siddhalepa ทำให้ได้รับความไว้วางใจมากที่สุด มีการตกแต่งของรีสอร์ทถูกออกแบบมาเพื่อได้รับประโยชน์สูงสุดจากแสงอาทิตย์ ลดความจำเป็นในการใช้แสงสว่างจากหลอดไฟในช่วงเวลากลางวัน มีการใช้ระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่สามารถตอบสนองความต้องการใช้น้ำร้อนได้ถึง 100% ใช้เครื่องปรับอากาศระบบอินเวอร์เตอร์ที่ช่วยประหยัดไฟและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยน้ำยาชนิดใหม่ R410A ไม่ทำลายชั้นบรรยากาศ มีการใช้หลอดประหยัดไฟแบบ Compact Fluorescent Lamp แต่ในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนไปใช้หลอดไฟแบบ LED ที่มีคุณสมบัติใช้ไฟฟ้าเพียงเล็กเท่านั้น และให้แสงสว่างดีกว่าหลอดไฟขนาดทั่วๆไป โปรแกรมตั้งเวลาเปิดปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ใช้ TV แบบ LED ระบบสวิตช์ควบคุมพลังงานอัตโนมัติให้เหมาะสมกับพื้นที่ มีการนำน้ำเสียที่ใช้แล้วมาบำบัดแล้วนำกลับมาใช้ใหม่สำหรับการจัดสวน มีการการกักเก็บน้ำฝนเพื่อไว้ใช้ ห้องน้ำทุกห้องใช้ระบบช่วยประหยัดน้ำเพื่อลดการสูญเสียน้ำเท่าที่เป็นไปได้ วิธีการจัดการของเสียรวมถึงการคัดแยกชนิดของเสีย เศษอาหารในครัวเรือนนำมาใช้ทำปุ๋ยหมักและการเพาะปลูกพืชเกษตรอินทรีย์แบบผสมผสานด้วยการเพาะปลูกพืชหลายๆชนิด เช่น ผัก ผลไม้ เครื่องเทศ และสมุนไพร ซึ่งอนุญาตให้ผู้เข้าชมได้สัมผัสพืชสมุนไพรในบริเวณรีสอร์ทที่มีมากกว่า 400 ชนิด มีบริการนำเที่ยวสำหรับผู้เข้าชมโดยแพทย์อายุรเวทที่มุ่งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับสมุนไพรศรีลังกาและการบำบัดรักษาแผนโบราณแบบอายุรเวท นอกจากนี้ Siddhalepa ยังมีความมุ่งมั่นส่งเสริมประเทศศรีลังกาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เน้นในเรื่องของการดูแลสุขภาพที่เรียกว่าอายุรเวทอีกด้วย (Siddhalepa Ayurveda Health Resort, 2012)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.4 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

CSR ใน SMEs หมายถึงการดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคม ในกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแตกต่างกันในโครงสร้างและรูปแบบการจัดการ จึงส่งผลต่อการพัฒนาและขอบเขตของกิจกรรม CSR ให้มีความแตกต่างกันด้วย (Freisleben, 2011) กิจกรรม CSR ใน SMEs ของแต่ละประเทศนั้นมีทั้งความแตกต่างและคล้ายคลึงกัน ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ตรวจสอบวรรณกรรมเพื่อหาการทำกิจกรรม CSR ดังประเทศต่อไปนี้

ก. สหภาพยุโรป
ข. ญี่ปุ่น
ค. สหราชอาณาจักร
ง. สหรัฐอเมริกา

ก. สหภาพยุโรป

ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีวิธีการปฏิบัติหลากหลาย ไม่จำเป็นต้องทำกิจกรรมที่มีความซับซ้อนยุ่งยากหรือมีค่าใช้จ่ายสูง เหมาะสมกับ SMEs จึงกำหนดขอบเขตของการทำกิจกรรม CSR ไว้ 4 ด้าน (European Commission, 2003) ดังนี้

1) ด้านพนักงาน เกี่ยวกับสภาพการทำงาน สุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน และความพึงพอใจงาน ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว ได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันและมีความหลากหลาย มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน รวมถึงการวางแผนอาชีพ การสื่อสารหรือให้ข้อมูลพนักงาน เพื่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบริษัท มีความรับผิดชอบและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การสนับสนุนด้านการเงินแก่พนักงาน เช่น ระบบบำเหน็จบำนาญ เงินกู้ปลอดดอกเบี้ย

2) ด้านสังคมและชุมชน เกี่ยวกับสังคมหรือการรวมตลาดแรงงานในระดับชุมชน ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น บริจาคเงินหรือสนับสนุนสถาบันชุมชนท้องถิ่น เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล กลุ่มสิ่งแวดล้อมองค์กรวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และสโมสรกีฬาฯลฯ สนับสนุนสังคมในวงกว้าง เช่น ประชากรในประเทศกำลังพัฒนา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3) ด้านตลาด เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ให้การบริการลูกค้าโดยความสมัครใจ ราคาที่เป็นธรรม มีจริยธรรมในการโฆษณา จ่ายเงินให้กับซัพพลายเออร์หรือคู่ค้าทางธุรกิจตรงเวลา ทำสัญญากับหุ้นส่วนในท้องถิ่น ผลักดันมาตรฐานด้วยวิธีห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนการจัดตั้งท้องถิ่นและพันธมิตรทางธุรกิจระดับภูมิภาค

4) ด้านสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการผลิต ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดขยะ ของเสีย และมลพิษ ใช้การประเมินด้านระบบนิเวศน์กับซัพพลายเออร์ที่ให้ความสนใจในมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม มีการสื่อสารให้ข้อมูลแก่คู่ค้าลูกค้าหรือสังคมทราบถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ด้านพนักงาน

1. บริษัท Eris ในประเทศโปแลนด์ ดำเนินธุรกิจห้องปฏิบัติการเครื่องสำอางค์ ก่อตั้งในปี 1983 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 245 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 20 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในหัวข้อสุขภาพและความปลอดภัย การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน โดยการคำนึงถึงสิทธิของพนักงาน ความร่วมมือกับพนักงาน ลูกค้าและคู่ค้า ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9000 เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การให้ความสำคัญเกี่ยวกับสุขภาพและสุขอนามัยไม่เพียงคำนึงถึงลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงพนักงานในบริษัทด้วย จึงมีแพทย์และพยาบาลประจำ มีการซื้อพรมปูพื้นชนิดพิเศษ เก้าอี้เพื่อสุขภาพ รองเท้าและอุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหากับสุขภาพหลังของพนักงานที่ต้องยืนทำงานตลอดในชั่วโมงการทำงาน และพักในทุกๆ 2 ชั่วโมง รวมถึงการฝึกอบรมพนักงานมีสิทธิ์ในการเข้ารับการอบรมในโปรแกรมต่างๆ สนับสนุนการศึกษาในมหาวิทยาลัย มีเงินกู้พิเศษสำหรับพนักงาน และโครงการที่มีส่วนร่วมกับสังคมในด้านอื่นๆ

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ คือ ทางเลือกของนายจ้างได้รับยอมรับมากที่สุด พนักงานทุ่มเทให้กับการทำงานและมีความจงรักภักดีมากขึ้น ได้ผลผลิตสูงขึ้น พนักงานสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ของบริษัทได้ และอัตราการเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอยู่ในระดับต่ำ ส่วนประโยชน์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีสำหรับพนักงาน และสุขภาพที่ดีของพนักงาน เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และความจงรักภักดีต่อองค์กร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. บริษัท Holm Nielsen ในประเทศเดนมาร์ค ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับจิตรกรรม ก่อตั้งในปี 1953 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 50 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 1.7 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในหัวข้อโอกาสที่เท่าเทียมกันและความหลากหลายของแรงงาน เกิดประโยชน์ต่อบริษัทจากการพัฒนาขวัญกำลังใจของพนักงานและความจงรักภักดี สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในทางที่ดีขึ้น ส่วนประโยชน์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ โอกาสในการทำงานของผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา มีรายได้ประจำ ส่งผลดีต่อร่างกายและจิตใจของบุคคลเหล่านี้

ตัวอย่างการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ด้านสังคมและชุมชน

1. บริษัท Filo Diretto ในประเทศอิตาลี ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบริการประกันภัย ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1987 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 105 คน พนักงานประจำไม่เต็มเวลาจำนวน 12 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 50.36 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในประเด็นด้านการดูแลสุขภาพและเด็ก ก่อตั้งองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีชื่อว่า Gruppo Filo Diretto per l'impegno sociale Onlus หรือ FDO โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สอดคล้องกับความมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร เด็กและครอบครัวจะได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรหรือมูลนิธิตามความเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงสภาพแวดล้อมในโรงพยาบาลสำหรับเด็กใน Vimercate และให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือเด็กที่ขาดแคลนในแองโกลา รวมถึงดำเนินการในความร่วมมือกับ ABIO องค์กรการกุศลที่เชี่ยวชาญในการให้ความช่วยเหลือแก่เด็กในโรงพยาบาล นอกจากนี้องค์กรบริจาคและระดมทุนให้แก่ FDO เป็นจำนวนเงิน EUR 50,000 ต่อปีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 เป็นต้นมา

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ คือ พนักงานมีแรงจูงใจมากขึ้น ทำให้มีอาสาสมัครในสัดส่วนที่สูงถึง 60% ของพนักงานทั้งหมด บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าและชุมชนที่เกี่ยวข้อง ส่วนประโยชน์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ การออกแบบสำหรับเด็กในโรงพยาบาล Vimercate การดูแลบุตรบุญธรรม 42 คนในแองโกลา ของขวัญสำหรับเด็กแองโกลา (เช่น เครื่องมือการเรียนการสอน เสื้อผ้า ของเล่น ฯลฯ) และสนับสนุนการทำงานและการเงินเพื่อกิจกรรม ABIO สำหรับเด็กในโรงพยาบาล

2. บริษัท Plus Uitzendkrachten ในประเทศเบลเยียม ดำเนินธุรกิจสำนักงานจัดหาพนักงานชั่วคราว ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1998 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 40 คน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 18.5 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในหัวข้อการจ้างงานและการสร้างงาน โดยการปฏิบัติงานในสถานที่ทำงานที่ดี เช่น การฝึกอบรมฟรี ให้คำแนะนำด้านกฎหมายและการเงินและการประกันภัยในโรงพยาบาลสำหรับพนักงานชั่วคราว การจัดการด้านของบริษัท และพนักงานมีความมุ่งมั่นต่อโครงการทางสังคมและเศรษฐกิจโดยมีวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการจ้างงานและการสร้างงาน นอกจากนี้เจ้าของบริษัทยังเป็นอาสาสมัคร เวลาส่วนหนึ่งของเวลาการทำงานของพวกเขาทำโครงการเพื่อสังคม

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ คือ ความจงรักภักดีของพนักงานชั่วคราว ความจงรักภักดีของลูกค้า และความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานท้องถิ่นและชุมชน ส่วนประโยชน์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บูรณาการเข้าสู่ตลาดแรงงานของการว่างงานระยะยาว และเสริมสร้างโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น

ตัวอย่างการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ด้านการตลาด

ด้านตลาดมีเป้าหมายกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของลูกค้า หุ้นส่วนทางธุรกิจหรือซัพพลายเออร์ เช่น

1. บริษัท Connaught Electronics Ltd. ในประเทศไอร์แลนด์ ดำเนินธุรกิจการพัฒนาและการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ยานยนต์ ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1982 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 200 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 32 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในหัวข้อคุณภาพ นวัตกรรม ความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีการรับรองคุณภาพเช่น ISO 9001, QS 9000 และ ISO 14001 มีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพของต้นทุน มุ่งมั่นในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพและนวัตกรรมใหม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทจึงประสบความสำเร็จ มีความสามารถขยายตลาด สร้างความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับลูกค้า ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ความเป็นเลิศในคุณภาพและเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับประโยชน์จากการมุ่งมั่นออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุดในราคาที่เหมาะสมตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. บริษัท Gulpener Bier ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ดำเนินธุรกิจโรงกลั่น ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1825 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 65 คน พนักงานประจำไม่เต็มเวลา จำนวน 14 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 15.5 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในหัวข้อการจัดการโซ่อุปทาน เชื่อมโยงกับธรรมชาติ เป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม เหตุผลแรกเพื่อทำสิ่งที่ดีให้กับโลก และเหตุผลต่อมาคือสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขัน ที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ ในการผลิตส่วนผสมใช้พลังงานแสงอาทิตย์ รวมถึงไม่มีการใช้สารกำจัดศัตรูพืช ลดมลพิษที่เกิดจากการผลิตในทุกขั้นตอน เนื่องจากบริษัทตั้งอยู่กลางเมือง การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก นอกจากนี้ยังมีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่บริษัทอื่นอีกด้วย

จากการทำกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดเป็นประโยชน์ที่จับต้องไม่ได้จากการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อกิจการ คือ การมีชื่อเสียงที่ดี ความพึงพอใจของผู้บริโภค และความพึงพอใจในงานส่งผลให้อัตราการลาออกต่ำ และประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ราคาที่เหมาะสมสำหรับซัพพลายเออร์ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และประโยชน์แก่ผู้บริโภค ด้านการรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ตัวอย่างการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ด้านสิ่งแวดล้อม

1. บริษัท PGKiM ในประเทศโปแลนด์ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับน้ำประปาและเก็บสิ่งปฏิกูล การเก็บของเสีย ระบบการทำความร้อนแบบรวมศูนย์ ก่อสร้างและอื่น ๆ ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1966 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 104 คน พนักงานชั่วคราวตามฤดูกาล 8 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 3.1 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR ในหัวข้อเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม การศึกษา สาธารณูปโภคในระดับท้องถิ่น และคุณภาพชีวิต โดยโรงงานที่ตั้งอยู่นอกเมืองเปิดให้บริการให้เข้าเยี่ยมชมได้โดยเฉพาะเด็กนักเรียน ให้ความรู้เกี่ยวกับบทเรียนสีเขียว รวมถึงในบริเวณใกล้เคียงมีที่พักอาศัยสำหรับสัตว์จรจัด สวนพิเศษสำหรับนกกระจอกเทศแอฟริกัน และที่เลี้ยงผึ้งโดยพนักงานของบริษัท พื้นที่ทั้งหมดมีการเชื่อมต่อไปยังเมืองด้วยถนนสำหรับจักรยาน ทั้งนี้ก็เพื่อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ คือ ขวัญกำลังใจของพนักงานที่ดีขึ้น ชื่อเสียงที่ดีของบริษัท ใบอนุญาตในการดำเนินงานจากชุมชนท้องถิ่น บริษัทมีโอกาสที่ดีในการเติบโต ลดต้นทุนการรักษาและการขนส่ง และมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะรายได้ที่มาจากการขายขยะรีไซเคิล ส่วน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประโยชน์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ แหล่งน้ำสะอาด ใช้ปุ๋ยชีวภาพแทนสารเคมีอันตราย ได้รับการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม สถานที่พักผ่อนและเข้าถึงธรรมชาติสำหรับเด็ก และสนับสนุนสังคมสำหรับเด็กและเยาวชนเปรียบเสมือนเป็นโรงเรียนในท้องถิ่น

ตัวอย่างการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ที่ครอบคลุมความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้าน

SMEs ของสหภาพยุโรปจำนวนมากไม่เน้นการทำกิจกรรมเพียงด้านใดด้านหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ทำกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทุกๆด้าน เช่น

1. บริษัท Dorf-installateur ในประเทศออสเตรีย ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุปกรณ์สุขภัณฑ์และเครื่องทำความร้อน ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1973 พนักงานประจำเต็มเวลาในปี ค.ศ. 2002 มีจำนวน 101 คน และผลประกอบการในปี ค.ศ. 2002 มูลค่า 13.8 ล้านยูโร ดำเนินกิจกรรม CSR คอบคลุมด้านต่างๆ ประกอบด้วยด้านตลาดและด้านพนักงาน จัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีสำหรับพนักงานเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ให้ความสนใจความต้องการ ความปรารถนา และศักยภาพของมนุษย์ของลูกค้ารวมถึงพนักงาน เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ด้านชุมชนในทุกปี Dorf-Installateur เปิดวันสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีสุดท้ายจากโรงเรียนในระดับภูมิภาค เพื่อทำความรู้จักกับวิชาชีพที่ดี การประชุมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้พิการ (Lebenshilfe -Behindertenwerkstätten) เครือข่ายสำหรับเด็กและโรงเรียนสำหรับเด็กพิการทางร่างกาย (Schulheim Mader) ติดตั้งห้องน้ำสำหรับคนพิการโดยร่วมมือกับสถาบันเพื่อการบริการสังคม นอกจากนี้ยังสนับสนุนสโมสรกีฬาสำหรับเยาวชน ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ โดยมีจุดประสงค์ในการลดการปล่อย CO2 ในครัวเรือนส่วนบุคคล ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 และ ISO 14001

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ คือ พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูงจากความยืดหยุ่นและการตอบสนองอย่างรวดเร็วจากบริษัท การขยายตัวของการดำเนินงาน และมูลค่าในการซื้อขายเพิ่มขึ้น ส่วนประโยชน์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ด้านลูกค้าได้รับบริการที่มีคุณภาพสำหรับการติดตั้งสุขภัณฑ์ / เครื่องทำความร้อนส่วนบุคคลและการบริการที่มีความยืดหยุ่น ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทดำเนินงานด้วยความโปร่งใสและซื่อสัตย์ ส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์และคู่ค้าทาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธุรกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการติดตั้งเครื่องทำความร้อนและมีประสิทธิภาพการใช้แหล่งพลังงานไม่หมุนเวียน สามารถเป็นต้นแบบให้แก่บริษัทอื่นได้

จากการปฏิบัติกิจกรรม CSR และตัวอย่างของ SMEs ในสหภาพยุโรป แสดงในเห็นถึงความสำเร็จจาการทำกิจกรรม CSR ซึ่งหมายความว่ากิจการได้ผลตอบรับที่ดี และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับประโยชน์เช่นกัน ในลักษณะ win-win (European commission, 2007)

ข) ญี่ปุ่น

มาตรการของกิจการเรื่อง CSR ใน SMEs ของประเทศญี่ปุ่น ประกอบไปด้วย 3 ด้านหลัก Kim (2004) คือ

1. ด้านสิ่งแวดล้อม การศึกษาของพนักงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ธรรมชาติ การได้รับการรับรองจากภายนอกกิจการ การประหยัดทรัพยากร การรีไซเคิล การประหยัดพลังงาน และการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อสิ่งแวดล้อม

2. ด้านสถานที่ทำงาน ความเสมอภาคทางโอกาสเช่น การสรรหาภายใน ระบบอิสระอื่นๆการประเมินความสามารถและประสิทธิภาพการทำงาน การศึกษาของพนักงานและการฝึกอบรมการเอาใจใส่ของผู้บริหารระดับสูง คำนึงถึงพนักงานเหมือนสมาชิกในครอบครัว ช่วยเหลือเกี่ยวกับการดูแลเด็ก การพยาบาล ชั่วโมงและรูปแบบการทำงานหลากหลาย และความปลอดภัยและสุขอนามัยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน

3. ด้านสังคม การจัดการทรัพยากรสำหรับกิจกรรมช่วยเหลือสังคม การสนับสนุนพนักงานสำหรับกิจกรรมอาสาสมัคร

ปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนของ CSR แตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการ ประเภทธุรกิจ และการกำหนดกลยุทธ์ แต่การดำเนินธุรกิจในประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และปัญหาสุขภาพ เนื่องจากปัจจัยหลายประการดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประการแรก พนักงานถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกิจการ และมีการรับรู้ว่าพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของกิจการมายาวนาน จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องระบุแนวคิด CSR ภายในการดำเนินธุรกิจ

ประการที่สอง ขอบเขตในด้านสถานที่ทำงานได้ขยายรวมไปถึงประเด็นต่างๆ เช่น การให้โอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียมกันและความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน อย่างเช่นตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 2001 ได้มีการกำหนดโควต้าการจ้างงานสำหรับคนพิการ แต่ในสถิติระบุว่า 57.5% ของบริษัทเอกชนมีการจ้างงานไม่ถึงตามที่กฎหมายกำหนดไว้ นอกจากนี้จากการสำรวจของธนาคารโลกหรือบรรษัทการเงินระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าในธุรกิจส่วนใหญ่ มีนโยบายเกี่ยวกับสิทธิสิ่งแวดล้อมและสุขภาพชุมชนอีกด้วย

ประการที่สาม เรื่องสถานที่ทำงาน SMEs ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญน้อยกว่าการติดต่อธุรกิจกับคู่ค้า ในการติดต่อธุรกิจกับคู่ค้าได้ระบุขอรายละเอียดด้านคุณภาพ ข้อมูลส่วนตัว และสิ่งแวดล้อม แต่ข้อกำหนดเบื้องต้นของคู่ค้ามักจะไม่มีการกล่าวถึงด้านสถานที่ทำงาน แนวโน้มความต้องการที่จะแก้ไขปัญหาด้านสถานที่ทำงานจึงน้อยลงเนื่องมาจากความสนใจของคู่ค้าและนักลงทุน

ประการที่สี่ นักลงทุนญี่ปุ่นมีความสนใจค่อนข้างน้อยในด้านสังคมของ แนวคิด CSR เมื่อเปรียบเทียบกับด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของกระทรวงสิ่งแวดล้อม ที่แสดงให้เห็นว่าภาคเอกชนในประเทศญี่ปุ่น ทั้งนักลงทุนและผู้ที่สนใจลงทุนทั่วไปให้ความกังวลเกี่ยวกับมาตรการด้านสภาพแวดล้อม สุขภาพของผู้บริโภคและความปลอดภัยมากกว่าประเด็นด้านสถานที่ทำงาน ความเสมอภาคทางโอกาส และแรงงานเด็กตามลำดับ ซึ่งตรงกันข้ามกับทางสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร (Ministry of Environment, 2003)

ในประเด็น CSR ต่างๆ นี้ผู้ประกอบการ SMEs ไม่สามารถนำไปใช้กับ SMEs ทุกประเภทและในหนึ่งกิจการไม่สามารถทำตามประเด็นทั้งหมดนี้ได้ เนื่องจากข้อจำกัดที่แต่ละกิจการมีอยู่แตกต่างกันไปและเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ SMEs มีข้อจำกัดในด้านทรัพยากร ความรู้ในการนำไปใช้ และความสามารถในการจัดการกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ค) สหราชอาณาจักร

การทำกิจกรรม CSR ใน SMEs

บริษัทส่วนใหญ่มีการรับผิดชอบต่อสังคมโดยการสนับสนุนเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเริ่มจากใช้ผลกำไรที่ได้ เกิดเป็นความสำเร็จของกิจการ และมีการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นเพิ่มขึ้น กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ SME มีแนวโน้มที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดผลกระทบในพื้นที่มากที่สุด และเกิดจากความพยายามของกิจการที่จะแก้ปัญหาภายในหรือภายนอก ซึ่งหมายถึงการให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบในด้านอื่นๆด้วย

ประเด็นสำคัญที่กิจการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม (Jenkins, 2004) ดังนี้

1. การจัดการสภาพแวดล้อม ดำเนินงานโดยยึดหลัก ISO14001 ลดปริมาณของเสีย การนำกลับมาใช้และการรีไซเคิล ลดการใช้ สารเคมีที่เป็นอันตราย ลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ การใช้พลังงานทดแทน การเป็นสมาชิกขององค์กรด้านสิ่งแวดล้อม การลงทุนเทคโนโลยีใหม่ รายงานด้านสิ่งแวดล้อม และการได้รับรางวัลโครงการสิ่งแวดล้อม

2. ชุมชนและสังคม ทำงานร่วมกับโรงเรียนในท้องถิ่นในโครงการต่างๆ เช่น โครงการช่วยเหลือเด็กที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้ ส่วนหนึ่งของกำไรบริจาคเพื่อการกุศล การสนับสนุนคนไร้ที่พึ่งในท้องถิ่น การสนับสนุนกีฬาท้องถิ่น ส่วนร่วมกับรางวัลในโครงการสำหรับเยาวชน ระบบธนาคารเวลา (Time Bank) เป็นระบบสนับสนุนการทำงานอาสา สำหรับพนักงานที่ทำงานในชุมชน การตรวจประเมินเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม การจ้างงานจากคนในชุมชนท้องถิ่น และการได้รับรางวัลโครงการที่มีส่วนร่วมต่อชุมชน

3. การจ้างงาน เป็นการลงทุนกับมนุษย์ ใช้โครงสร้างการจัดการแนวราบ สร้างความสมดุลชีวิตการทำงานและสายสัมพันธ์ครอบครัว จดหมายข่าวสำหรับพนักงาน การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมของพนักงาน พนักงานถูกส่งไปยังประเทศกำลังพัฒนาเพื่อฝึกอบรมผู้อื่น รางวัลโครงการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน การจ้างงานผู้สูงอายุและคนพิการ และการให้คำปรึกษาแก่พนักงานแบบตัวต่อตัว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. ห่วงโซ่อุปทาน เปิดเผยนโยบายกิจการสำหรับลูกค้า คู่แข่งขันและคู่ค้า กรรมการจากสมาคมธุรกิจ แสวงหาแนวทางพัฒนาความร่วมมือกับลูกค้าและคู่ค้าในระยะยาว แผนการ Supplier learning การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน และการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า รางวัลด้านอุตสาหกรรม เช่น การผลิตระดับโลกหรือบริการที่เป็นเลิศ การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือคู่ค้าเป็นมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนหนึ่งของการปฏิบัติที่ดีในอุตสาหกรรม การมีส่วนร่วมกับสมาคมอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่น เช่น ด้านความปลอดภัย

ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดต่างๆ ทำให้การจัดสรรเวลาและทรัพยากรเป็นอุปสรรคของ SMEs ในการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงปัญหาโดยทั่วไปมีดังนี้

1. พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม CSR
2. การเชื่อมต่อกับชุมชน
3. การขาดข้อมูล
4. โครงการมีระยะเวลาปฏิบัติงานสั้นเกินไป
5. มุ่งมั่นเท่าเทียมกันจากทุกด้านของโครงการ
6. ผลประโยชน์จับต้องไม่ได้

และประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรม CSR สำหรับ SMEs ดังนี้

1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกิจการดีขึ้น
2. ความไว้วางใจและความเข้าใจที่ดีจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. การขยายกิจการ
4. ตำแหน่งทางการตลาดดีขึ้น
5. เป็นมากกว่าธุรกิจ
6. พนักงานมีแรงจูงใจมากขึ้น
7. การจ้างงานมีความน่าดึงดูดใจ
8. ประหยัดต้นทุนและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
9. การจัดการความเสี่ยง
10. ประโยชน์ต่อวัฒนธรรมองค์กร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นผลประโยชน์ที่จับต้องไม่ได้ มีผลกระทบต่อแรงจูงใจของกิจการในการปฏิบัติกิจกรรม CSR รวมถึงประเด็นเรื่องแรงกดดันเพื่อสร้างแรงจูงใจในการส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของ SMEs ไม่เหมือนกับในกิจการขนาดใหญ่ที่มองเห็นถึงการเจริญเติบโตของกิจการ และผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง ตรงกันข้ามกับ SMEs ที่มองไม่เห็นความสำคัญของ CSR ในแง่ของความเสี่ยงภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของกิจการ SMEs ส่วนมากมีเพียงแรงจูงใจในการนำรูปแบบการดำเนินงานใหม่มาใช้ด้วยกฎหมายและแรงกดดันด้านห่วงโซ่อุปทานเท่านั้น แต่ก็ไม่ทำให้เกิดความกดดันในด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของกิจการ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากสามัญสำนึกและความปรารถนาทำในสิ่งที่ดี แรงดันที่มีอิทธิพลต่อ CSR มากที่สุดเกี่ยวกับด้านลูกค้าและพนักงาน ผู้ประกอบการ SMEs จึงมีการนำ CSR ไปใช้ในดำเนินงานและมีการส่วนร่วมในกิจกรรม CSR ด้านพนักงานและสังคม เช่น การบริจาคไปยังชุมชน ความสุขของพนักงาน และการปกป้องสิ่งแวดล้อม

การสนับสนุนกลยุทธ์ของรัฐบาลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยรัฐบาลเชื่อว่า CSR เกี่ยวข้องกับกิจการทุกขนาดและทุกประเภท เพื่อการดำเนินงานในระดับชาติรวมถึงตลาดโลก และเป็นพื้นฐานของกิจการในประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว ต่อมาจึงมีการปรับปรุงแนวทางปฏิบัติ CSR ที่มีความซับซ้อนและเหมาะกับในกิจการขนาดใหญ่มากกว่า SMEs อย่างในอดีต เพื่อง่ายต่อการนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานของ SMEs ที่มีอุปสรรคเป็นข้อจำกัดด้านทรัพยากรและด้านเวลา จนเกิดการยอมรับมากขึ้นจาก SMEs รวมถึงการมีระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับ SMEs โดยมีขั้นตอนการดำเนินที่ระบุไว้ใน British Standard (BS8555) นำไปสู่การรับรองมาตรฐาน ISO14001 หรือการจดทะเบียน Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) ต่อไป

ง) สหรัฐอเมริกา

ตัวอย่างการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs

ไอศกรีม Ben & Jerry's

ไอศกรีม Ben & Jerry's เริ่มก่อตั้งโดย เบน โคเฮน และ เจอร์รี่ กรีนฟิลด์ ผลิตโดยบริษัท เบ็น แอนด์ เจอรี่ส์ โฮมเมด โฮลดิ้งส์ ในเมืองเซาธ์ เบอร์ลิงตัน รัฐเวอร์มอนท์ สหรัฐอเมริกา อยู่ในกลุ่มไอศครีมราคาแพงที่มีคุณภาพสูง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของ Ben & Jerry's ทำให้มี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อเสียงในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม จนกระทั่งรู้จักกันโดยทั่วไปว่าเป็นบริษัทเพื่อสังคม ร้านสาขาแรกนั้นเกิดขึ้นจากการปรับปรุงปั๊มน้ำมันเก่า และใช้วัสดุรีไซเคิลมาทำเป็นหลังคาร้าน กลยุทธ์การตลาดระยะแรกคือ ขายไอศกรีมพร้อมฉายหนังกลางแปลงให้ลูกค้าดูโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และใช้ผนังของร้านเป็นฉากฉายหนัง ไอศกรีมที่วางขายมีความหลากหลายทั้งรสชาดและรูปแบบ ทั้งไอศกรีมเชอร์เบตและโยเกิร์ตแช่แข็ง ซึ่งทำโดยเบ็นและเจอรี่ ควบคุมคุณภาพด้วยการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่นการควบคุมเกษตรกรโคนมผลิตนมป้อนโรงงานเลี้ยงวัวโดยไม่ฉีดฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต การใช้บรรจุภัณฑ์ใส่ไอศกรีมที่ทำจากกระดาษรีไซเคิลที่ไม่ใช้สารฟอกสี และการให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยเกี่ยวกับระบบทำความเย็นของตู้แช่ โดยลดการใช้สารที่ก่อปัญหาให้กับสภาวะแวดล้อมของโลก

จากนั้นบริษัทมีความพยายามสร้างชื่อเสียงให้สินค้าเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปและสร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง จึงริเริ่มให้ทุนสนับสนุนโครงการต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น โดยตั้งงบไว้ 7.5 % ของกำไร และนำไอศกรีมที่เหลือจากการจำหน่ายในบางสาขา ไปบริจาคให้ฟาร์มหมูใช้เลี้ยงหมู ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีจากเกษตรกรและคนในชุมชน แต่การใช้กลยุทธ์การตลาดในเรื่องการใช้วัตถุดิบธรรมชาติก็ทำให้เกิดปัญหากับบริษัท เช่น ในปี ค.ศ. 2000 ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการคุ้มครองผลประโยชน์ของสาธารณะ (Center for Science in the Public Interest: CSPI) ในสหรัฐกล่าวหาว่า ถ้าบริษัทใช้รสชาติสังเคราะห์ หรือใช้น้ำมันพืชเติมไฮโดรเจนผสมในไอศกรีมอยู่นั้น บริษัทไม่ควรติดฉลาก All Natural กรณีนี้หากกล่าวถึงในแง่ของผู้บริโภคการตรวจสอบนี้ถือว่าเป็นเรื่องที่ดี เพราะบริษัทต้องมีความระมัดระวังในขั้นตอนการผลิตเป็นพิเศษ ทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่ปลอดภัยมีคุณภาพ ไม่ใช่เพียงการโฆษณาเกินจริงของบริษัทเท่านั้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการส่งเสริมเกษตรกรรายเล็กในพื้นที่ โดยการรับซื้อผลผลิตการเกษตรมาใช้ในการผลิต การเปิดร้านไอศกรีมให้องค์กรในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการ แบบไม่คิดค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ เพื่อสร้างอาชีพให้คนในพื้นที่และสงเคราะห์ผู้ด้อยโอกาสได้มีงานทำและมีรายได้ และผลกำไรของร้านนี้เข้าสมทบทุนให้กับองค์กร รวมถึงการจัดกิจกรรมอื่นๆ และนำรายได้ส่วนหนึ่งช่วยเหลืองานสาธารณะประโยชน์ด้วยเช่นกัน อย่างเช่น การออกไอศกรีมรส One Sweet Whirled โดยรายได้จากไอศกรีมรสนี้นำไปสมทบกองทุนเรื่องภาวะโลกร้อนอย่าง Bama Works Foundation หรือในวันโลกปี 2548 ทำไอศกรีม Baked Alaska ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ข้างหน้ารัฐสภาสหรัฐฯ เพื่อเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความเสียหายของสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการขุดเจาะ น้ำมันในพื้นที่อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า กิจกรรมล่าสุดได้ร่วมมือกับ Ashoka เครือข่ายของผู้ประกอบการเพื่อสังคมระดับโลก เสนอโครงการแข่งขันชื่อ Join Our Core เพื่อค้นหาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใส่ใจธุรกิจเพื่อสังคม สร้างโอกาสที่ดีในการสร้างธุรกิจและสร้างผู้ประกอบการที่มีมุ่งมั่นใส่ใจความยั่งยืน ผู้เข้าร่วมแข่งขันจะได้รับโอกาสที่ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในการสร้างสรรค์แผนธุรกิจเพื่อสังคมโดยผู้เข้ารอบ 25 คนสุดท้ายมีโอกาสเสนอแผนธุรกิจกับทีมนักบริหารที่ประสบความสำเร็จจาก Ben & Jerry's และตัวแทนจากองค์กรเพื่อสังคมอีกหลายแห่ง ได้แก่ Ashoka, VSO และ the Fairtrade Foundation ผู้เข้ารอบ 15 คนสุดท้ายจะได้ไปแอฟริกา พักอยู่กับชาวไร่วานิลลา และเสนอแผนขั้นสุดท้ายกับผู้เชี่ยวชาญจาก VSO องค์กรเอ็นจีโอของสหราชอาณาจักร ส่วนผู้ชนะจำนวน 5 คนจะได้เงินรางวัล 10,000 ยูโรและมีชื่อติดอยู่บนถังไอศกรีม Ben & Jerry ที่วางขายไปทั่วโลก

นอกจากนี้ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมมีการเริ่มต้นอย่างเป็นระบบตั้งแต่ปี ค.ศ. 1994 โดยวัดค่าต่างๆ เช่น การใช้พลังงาน การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ น้ำเสีย ที่บริษัทปล่อยออกมา และตั้งเป้าให้ลดลง จนกระทั่งปี ค.ศ. 2000 บริษัท ยูนิลีเวอร์ เข้ามาเป็นเจ้าของ จึงเริ่มใช้วิธีการใหม่ๆ โดยมี CSI (The Center for Sustainable Innovation) เป็นที่ปรึกษา หลังจากนั้น Ben&Jerry's จึงนำเอาแบบแผน WRE350 เข้ามาใช้ เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลงจาก 385 ppm ให้เหลือ 350 ppm (parts per million หรือ 350 ส่วนต่อล้านส่วน) ซึ่งนักวิทยาศาสตร์เชื่อว่าเป็นระดับของความเข้มข้นที่จะเหมาะสมและทำให้ สังคมมนุษย์ปลอดภัย และหากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในชั้นบรรยากาศโลกสูงขึ้นถึง 450 ppm จะเกิดอันตรายอย่างมาก ซึ่ง CSI วัดได้ว่าบริษัทปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ตั้งแต่ปี 2001 ถึง 2006 จำนวน 6,279 ตัน Ben&Jerry's จึงชดเชยการปล่อยคาร์บอนฯ (carbon offset) ด้วยการให้เงินลงทุนแก่โครงการพัฒนาพลังงานลมในรัฐเซาท์ดาโกต้า ทดแทนได้กว่า 5,160 ตัน และมีเป้าทดแทนให้ได้ครบทั้ง 100% ส่วนเรื่องการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนกับ supply chain เช่น การซื้อขายราคายุติธรรมทั้งในท้องถิ่นและต่างประเทศ เพื่อยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การรับซื้อกาแฟจากเม็กซิโก โกโก้จากกาน่า สารสกัดวานิลลาจากอินโดนีเซีย และปี ค.ศ. 2007 ก็เริ่มรับซื้อเฉพาะไข่ไก่จากฟาร์มที่เลี้ยงแบบปล่อยตามธรรมชาติเท่านั้น จึงได้รับการจัดอันดับจากคนสหรัฐอเมริกาให้ Ben&Jerry's ได้รางวัลรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด จากการสำรวจความเป็นพลเมือง โดยบริษัท Golin Harris และได้รับรางวัล ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมยอดเยี่ยมของสหรัฐอเมริกา จากนายโรนัลด์ เรแกน อดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา (ธัญมณัสธนัญญ์ พาณิภัค, 2550 อ้างถึง ฐานเศรษฐกิจ, 2549; สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2553)

จากการศึกษาทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ที่ประสบความสำเร็จของต่างประเทศ พบว่ามีหัวข้อการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ที่ปฏิบัติกันโดยทั่วไปและส่งผลดีต่อธุรกิจและสังคม จึงสามารถจำแนกกิจกรรม CSR ใน SMEs ออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค
2. ด้านคู่ค้า
3. ด้านพนักงาน
4. ด้านชุมชนและสังคม
5. ด้านสิ่งแวดล้อม
6. ด้านหน่วยงานภาครัฐ

4. ธุรกิจโรงแรมและการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจโรงแรม

ปัจจุบันมีหลายประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียนรวมถึงประเทศไทยที่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ภายหลังจากการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในปี 2558 กลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจบริการเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่มีความสำคัญมากขึ้น และมีแนวโน้มการเติบโตสอดคล้องกับการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังที่องค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ World Tourism Organization: UNWTO (2012) ได้คาดการณ์ไว้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 1 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2012 เป็น 1.8 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2030 และภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิคมีแนวโน้มเติบโตสูงสุด โดยคาดว่ามีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 331 ล้านคนเป็น 535 ล้านคนในปี ค.ศ. 2030 หรือเพิ่มขึ้น 4.9%ต่อปี มีส่วนแบ่งของตลาดท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้นจาก 22% ในปี ค.ศ. 2010 เป็น 30% ในปี ค.ศ. 2030 และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการเจริญเติบโตสูงสุดในภูมิภาค โดยจะเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวยอดนิยมแห่งใหม่ ที่มีสัดส่วนตลาดเป็น 1 ใน 3 ของตลาดท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิค

จากการดำเนินนโยบายให้ความร่วมมือภายในภูมิภาคและการประสานงานกันในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจบริการของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบประเทศต่างๆในอาเซียน ด้วยความโดดเด่นทางด้านความหลากหลายของสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคภายในประเทศ การให้บริการอย่างมีอัธยาศัยเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต กล่าวคือนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมุ่งแสวงหาความแตกต่าง และความเป็นเอกลักษณ์ ไม่ยึดติดในความมีชื่อเสียงหรือยี่ห้อ จึงเป็นผลดีต่อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่มีศักยภาพ และมีความคิดสร้างสรรค์สามารถตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ และอีกหลาย ๆ ปัจจัยที่ทำให้คาดว่าธุรกิจบริการของไทยยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอาเซียน โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เชิงนิเวศน์ และเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้การจัดการสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาโรงแรมนับวันจะยิ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพา อาศัยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ดังที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือ ททท. (2555) กล่าวไว้ในโครงการแนวคิด 7 Greens ถึง UNWTO ที่เคยประมาณการณ์ไว้ในปี ค.ศ. 2006 ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกมีส่วนในปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศทั้งสิ้น 1,307 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 5 ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด เฉพาะในส่วนของที่พักแรมทำให้เกิดมลภาวะถึงร้อยละ 21 การพยายามสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย การไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจึงเปรียบเสมือนการทำลายสิ่งแวดล้อมที่เป็นต้นทุนที่เราไม่มาสามารถสร้างขึ้นเองได้

ภาวะโลกร้อน สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว 3 สิ่งนี้มีความเชื่อมโยงกัน คือ สิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวด้วยการช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ และสร้างความพึงพอใจให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำต่อ มีผลต่อการดำรงอยู่ของคนในท้องถิ่นและเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น ส่วนภาวะโลกร้อนนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวน้อยลง เนื่องจากการเดินทางที่ต้องเสี่ยงต่อสภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลกระทบด้านลบต่อประชาชนในท้องถิ่นด้านการจ้างงานและมีรายได้ลดลง รวมถึงส่งผลเสียไปสู่สังคมเป็นวงกว้าง และแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโลกร้อน แต่อีกด้านหนึ่งก็มีส่วนเป็นผู้สร้างภาวะโลกร้อนด้วยเช่นกัน ซึ่งมาจากธุรกิจโรงแรมที่ถือว่าเป็นธุรกิจบริการหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยว การดำเนินงานของโรงแรมแต่เดิมมีการใช้ทรัพยากรมากอยู่แล้ว บวกกับปัจจุบันมีจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้นตามจำนวนของนักท่องเที่ยว ทำให้มีการใช้ทรัพยากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกจากการเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวสร้างมลพิษอยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรมหนัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) การเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวหากขาดการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุม ทำให้เกิดความไม่สัมพันธ์กันระหว่างภาวะโลกร้อน สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ย่อมส่งผลกระทบสะท้อนกลับไปสู่การท่องเที่ยวโดยตรง รวมถึงปัญหาสุขภาพของพนักงานที่เกิดจากมลพิษภายในสถานที่ทำงานอีกด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

CSR ประกอบไปด้วยการผสมผสานกันของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นกลยุทธ์การดำเนินงานของกิจการ UNWTO ได้กล่าวถึงสัดส่วนขอบเขตการทำกิจกรรม CSR ของบริษัทท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจโรงแรมไว้จากน้อยไปหามากดังนี้ การบริการลูกค้า 3% ส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6% ความสัมพันธ์กับ Supplier 17% การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น 34% และการจัดการภายใน 40% แสดงให้เห็นว่ามีการยอมรับนโยบาย CSR และนำไปใช้ด้วยการจัดการภายในกิจการที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวมากที่สุด แต่เพื่อความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควรเพิ่มกิจกรรม CSR ในด้านต่างๆมากขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญกับทักษะการสร้างแรงจูงใจ และความพึงพอใจของพนักงาน เพราะพนักงานเป็นผู้ที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากที่สุด โดยเฉพาะในโรงแรม SMEs พนักงานมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่าในโรงแรมขนาดใหญ่ จึงต้องมีการจัดการฝึกอบรมพนักงานโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาทักษะใหม่และสามารถทำงานในหมวดหมู่ใหม่ เช่น การจัดการรายได้ การจัดการสินทรัพย์ การจัดการธุรกิจหรือลูกค้าสัมพันธ์ และเทคโนโลยีใหม่สำหรับการบริการในโรงแรม ทำให้พนักงานทุกคนรู้สึกว่าตัวเองมีความหมายและมีความสำคัญในงานและองค์กรของตน ส่งผลต่อการปรับปรุงคุณภาพในการบริการของพนักงาน และสามารถรักษาพนักงานไว้ให้อยู่กับองค์กรได้ (International Labour Organization, 2010)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) กล่าวถึงแนวทาง 10 อันดับแรกที่มีการปฏิบัติในโรงแรมสีเขียว ดังต่อไปนี้

1. การแปรรูปของใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ การนำของที่ใช้แล้วมาเข้ากระบวนการผลิตหรือพัฒนา หลังจากเข้ากระบวนการอาจจะมีสภาพเหมือนเดิมหรือไม่เหมือนเดิมก็ได้ หรือที่เรียกว่าการรีไซเคิล ต้องมีการแยกประเภทออกจากกันก่อนขั้นตอนการผลิตหรือปรับปรุง เนื่องจากวัสดุที่แตกต่างชนิดกันจะมีกรรมวิธีในการผลิตแตกต่างกัน เช่น ขวดแก้วที่ต่างสี พลาสติกที่ต่างชนิด กระดาษที่เนื้อกระดาษและสีที่แตกต่างกัน

2. การส่งเสริมให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวในวันรุ่งขึ้นหรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง ซึ่งไม่เพียงช่วยประหยัดพลังงาน น้ำ และแรงงานเท่านั้น แต่รวมถึงช่วยลดต้นทุนของโรงแรมได้อีกด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. การลดปริมาณขยะที่เกิดจากการใช้กระดาษ เมื่อทำการพิมพ์ ถ่ายเอกสาร การเขียน หรือวาดรูปควรใช้กระดาษทั้ง 2 ด้าน และใช้จดหมายอิเลกทรอนิกส์ในการรับส่งข้อมูล ทำการพิมพ์เฉพาะเอกสารที่จำเป็นเท่านั้น

4. การเปลี่ยนใช้หลอดประหยัดไฟ มีการใช้หลอดไฟฟลูออเรสเซนต์ภายในห้องพัก ล็อบบี้ และทางเดิน หรือการใช้หลอดไฟแบบ Built-In เซ็นเซอร์ ในพื้นที่ที่ใช้งานน้อย ซึ่งจะเปิด-ปิดอัตโนมัติตามการเคลื่อนไหวของบุคคลหรือเมื่อออกจากพื้นที่ที่ครอบคลุม

5. การศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับหลักการสีเขียว โดยสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมความยั่งยืน และผลกระทบจากการดำเนินงานที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมในธุรกิจโรงแรม ชุมชน และครอบครัวได้ง่ายอย่างเช่นในเว็บไซต์

6. การช่วยกันปิดและซ่อมแซม ทำการปิดไฟเมื่อไม่ใช้ เพื่อประหยัดไฟ และซ่อมรอยรั่วหรือห้องน้ำ เพื่อประหยัดน้ำ

7. ร่วมมือกับโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน เพราะจะได้เรียนรู้จากกรณีศึกษาหรือตัวอย่างจากโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่มีวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ทำแล้วประสบผลสำเร็จ และนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการดำเนินงานของตน

8. การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้กระเป๋าแทนถุงพลาสติก ใช้กระดาษรีไซเคิลในห้องพัก รวมถึงใบเสร็จ กระดาษทิชชูในห้องน้ำ และการทำความสะอาดวัสดุอุปกรณ์ต้องไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย ช่วยลดต้นทุนในการกำจัดขยะ

9. การออกแบบตกแต่งภายในให้มีความสวยงามและใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า ในขณะเดียวกันยังคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการตกแต่งภายในที่ดีที่สุดสำหรับการพักอาศัย

10. การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการประหยัดพลังงานทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม รวมถึงภายในห้องพัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs จึงต้องคำนึงถึงแนวทางการปฏิบัติ CSR ในองค์กรอย่างจริงจัง ให้เกิดเป็นรูปธรรม และมีการนำเสนอบริการในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นกลยุทธ์เชิงรุกสำหรับผู้ประกอบการโรงแรม SMEs เพื่อให้สอดรับกับทิศทางการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น แต่ทั้งนี้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ SMEs ของประเทศไทยบางราย ไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนเท่าที่ควร ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อน และเป็นอุปสรรคในการนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความสามารถในการให้บริการเพื่อจูงใจกลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน (ชาญโชติ ชมพูนุท, 2555 อ้างถึง พัฒนศักดิ์ ฮุ่นตระกูล, 2555) เช่น คุณภาพของห้องพัก และความปลอดภัย โดยมีขนาดห้องพักที่เหมาะสม ความสะอาด มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีแสงสว่างที่เพียงพอ การออกแบบตัวอาคารของธุรกิจโรงแรมเหล่านี้เพื่อลดการใช้พลังงาน มีการจัดการทรัพยากรภายในโรงแรมอย่างคุ้มค่า ให้ผู้เข้าพักมีส่วนในการช่วยลดการใช้ทรัพยากร เช่น ผู้เข้าพักสามารถเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวในวันรุ่งขึ้นหรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้งได้ การขอความร่วมมือผู้เข้าพักปิดแอร์และไฟฟ้าในห้องพัก ขณะที่ออกไปทำกิจกรรมข้างนอกทุกครั้ง จะเป็นการช่วยกันประหยัดน้ำและพลังงาน การใช้ขวดแก้วบรรจุน้ำแทนขวดพลาสติกภายในโรงแรม และส่งเสริมผู้ผลิตทำผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ เป็นการช่วยลดปริมาณขยะและของเหลือใช้ในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับนอกจากลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการคือการช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานอีกด้วย เพื่อให้ SMEs ประเภทธุรกิจโรงแรมของไทยสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาว

จากที่มาและปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของกลุ่มประชากรที่เป็นธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

5. ประโยชน์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) คือ การทำให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยการสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคได้ตระหนักถึงประเด็นด้านกิจกรรม CSR มากขึ้น เพราะกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจทุกขั้นตอน ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อม การทำให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นทั้งกับกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน จะเป็นการจูงใจให้เจ้าของกิจการตระหนักถึงการนำแนวทางการทำกิจกรรม CSR ไปใช้ใน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การดำเนินธุรกิจ สำหรับประโยชน์ที่เกิดกับองค์กรจากการทำกิจกรรม CSR นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกรณีศึกษาการทำกิจกรรม CSR ใน SMEs ของประเทศต่างๆ รวมถึงผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการทำกิจกรรม CSR ที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกิดจากการทำกิจกรรม CSR และสอดคล้องกับ ตลาดหลักทรัพย์และสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2553) และInternational Institute for Sustainable Development (2007) กล่าวไว้ว่าการจัดการด้าน CSR ที่ถูกต้องนั้นจะก่อให้ประโยชน์ที่เกิดจากการทำกิจกรรม CSR อันจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสถาบันธุรกิจเพื่อสังคมได้กล่าวถึงประโยชน์ที่เกิดกับธุรกิจและสามารถวัดผลได้ ดังนี้

ประโยชน์ในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและสร้างความแตกต่าง

CSR ทำให้ยอดการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคมีมากกว่าสินค้าและบริการที่ไม่คำนึงถึง CSR รวมถึงผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มสำหรับสินค้าและบริการของธุรกิจที่แสดงออกถึงการคำนึงถึงเรื่อง CSR เป็นการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของสถาบันคีนันแห่งเอเชียร่วมกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม พบว่าผู้บริโภค 60% เลือกที่จะซื้อสินค้าและบริการจากธุรกิจที่ร่วมรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าหรือช่วยระดมทุนเพื่อช่วยเหลือสังคม นอกจากนั้นผู้บริโภค 59% ยังแสดงความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการที่รับผิดชอบต่อสังคมแม้จะต้องจ่ายเงินเพิ่มก็ตาม ผู้บริโภค 73% จะเลือกซื้อจากบริษัทที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมมากเกินไป และ 87% ยังจะแนะนำสินค้าบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมให้ครอบครัวญาติพี่น้องอีกด้วย

Michael E. Porter นักเศรษฐศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านยุทธ์ศาสตร์ธุรกิจกล่าวถึง CSR ในเรื่องการสร้างความแตกต่างหรือจุดยืนในตลาดที่ไม่เหมือนใครไว้ว่า CSR คือ กุญแจสำคัญในการผลักดันให้องค์กรธุรกิจสามารถสร้างจุดยืนที่พิเศษ (Unique Positioning) ซึ่งยากต่อการเลียนแบบได้ ประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่การพิจารณาว่าในการดำเนินธุรกิจของกิจการนั้นทำให้เกิดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมใดบ้าง เพื่อนำมาสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างธุรกิจกับสังคมและยุติผลกระทบทางลบในห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการพัฒนาวิธีการลดผลกระทบ และพัฒนานวัตกรรม เช่น การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตไม่ให้ปล่อยของเสียต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถแปรของเสียเหล่านั้นกลับมาเป็นพลังงานหมุนเวียนได้ นอกจากนี้ยังต้องมองความเปลี่ยนแปลงของสังคมและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อที่ทำการลงทุนพัฒนาความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ เช่น การส่งเสริมการศึกษาในโรงเรียนและสถาบันใกล้โรงงานเพื่อพัฒนาให้เกิดพนักงานรุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพและความจงรักภักดีต่อองค์กร ทำให้ยากต่อการที่คู่แข่งจะมีฐานทรัพยากรบุคคลในธุรกิจนั้นๆได้

ประโยชน์ด้านความน่าเชื่อถือ

การบริหารความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในธุรกิจ จากการสำรวจการดำเนินงานด้าน CSR ในหลายประเทศพบว่า CSR เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) ที่สำคัญที่สุดอันหนึ่งในช่วงเวลาเพียง 10 ปี จากปี ค.ศ. 1980 - 1990 พบว่ามูลค่าของสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้เป็นตัวขับเคลื่อนมูลค่าของบริษัท จาก 17% ในปี ค.ศ. 1980 เพิ่มขึ้นเป็น 71% ในปี ค.ศ. 1990 ซึ่งความน่าเชื่อถือของบริษัทถูกกำหนดด้วยความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท และยังมีการศึกษาอีกมากมายทั้งในกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาและมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดใช้เวลากว่า 41 ปี พบว่า บริษัทที่สามารถจัดการความสัมพันธ์และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นองค์รวมได้นั้นจะมียอดขายมากขึ้นถึง 4 เท่า และการเจริญเติบโตของการจ้างงานมากขึ้นถึง 8 เท่า เมื่อเทียบกับบริษัทที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นแต่เพียงอย่างเดียว และนอกจากนี้ในนิตยสาร Fortune ยังพบว่าความน่าเชื่อถือของบริษัทช่วยสร้างผลตอบแทนทางการเงินที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรมนั้นๆได้ในระยะยาวและสม่ำเสมอ จึงแสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อมโยงกันระหว่างความน่าเชื่อถือและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ International Institute for Sustainable Development (2007) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการทำกิจกรรม CSR ซึ่งมีความหมายไปในทางเดียวกันไว้ ดังนี้

ความสามารถในการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการกับความเสี่ยง

การมีประสิทธิภาพการบริหารจัดการ กฎหมาย สังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและความเสี่ยงอื่นๆที่มีความซับซ้อนมากขึ้น จากสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบันที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความตระหนักและการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในกิจกรรม CSR ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการ ดังผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย จริยธรรม สาธารณะประโยชน์ รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพและราคา สามารถอธิบายความความพึงพอใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คือความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม นอกจากนี้ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะส่งผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้ามากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความภักดีของลูกค้าน้อยที่สุด (วิชัย อ่อนละออ, 2553) CSR สามารถเพิ่มความปลอดภัยของสายอุปทานด้วยการจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือการปนเปื้อนของสินค้าและบริการ การปฏิบัติด้านแรงงานที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้ค้า ผู้ผลิตปฏิบัติตามแนวทางหรือข้อกำหนดของ CSR ที่ได้รับการยอมรับในสากล (สถาบันไทยพัฒน์, 2553) จึงกล่าวได้ว่าการพิจารณาถึงความสนใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความตระหนักถึงเรื่องผลกระทบที่เกิดจากการกระทำของกิจการ เป็นวิธีที่สามารถช่วยในการคาดการณ์และจัดการความเสี่ยงได้ดีวิธีหนึ่ง

การจัดการชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร

องค์กรที่มีการดำเนินงานที่ดีเกี่ยวกับเรื่อง CSR สามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ในทางตรงกันข้ามองค์กรที่ไม่ตระหนักถึงเรื่อง CSR ในการดำเนินงาน เมื่อถูกเปิดเผยหรือตรวจสอบอาจสร้างความเสียหายให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรรวมถึงมูลค่าของกิจการ สอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทสัมพันธ์กับการทำกิจกรรม CSR ในเชิงบวก ซึ่งภาพลักษณ์ขององค์กรส่งผลถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร (นิสากร โลกสุทธิ, 2551) ชื่อเสียง หรือคุณค่าของตราสินค้าจึงเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้รับความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพและความสม่ำเสมอมีความสำคัญทางการค้า อย่างการเป็น Supplier ที่ดีในห่วงโซ่อุปทาน มีความสามารถในการจัดหาสินค้าและการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

การสรรหา พัฒนาและรักษาพนักงาน

การทำกิจกรรม CSR ช่วยเพิ่มความสามารถในการสรรหา พัฒนา และรักษาพนักงานขององค์กร เกิดผลกระทบโดยตรงต่อความภูมิใจในการปฏิบัติต่อสังคมของกิจการ สินค้าและการบริการของกิจการ รวมถึงการปฏิบัติที่ดีต่อบุคลากรภายใน สร้างสมดุลในชีวิตการทำงาน อย่างเช่นนโยบายสายสัมพันธ์ครอบครัว นอกจากนี้ยังเกิดผลทางอ้อมจากการทำกิจกรรม CSR คือการสร้างขวัญกำลังและความจงรักภักดีของพนักงาน ถือได้ว่าเป็นตัวแทนของกิจการที่มีความภาคภูมิใจในการทำงาน ซึ่งเป็นมากกว่าการทำหน้าที่ติดต่อ หรือสร้างความเข้าใจกับลูกค้าเพื่อประสิทธิภาพที่ดีในการทำงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาความเห็นของพนักงานต่อกิจกรรม CSR ภายในองค์กร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โดยพนักงานมีความเห็นว่าเป็นการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน พนักงานรู้สึกรักและผูกพันกับองค์กรมากขึ้น พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานมากขึ้น (วิมล จันทร, 2552)

การสร้างสรรค์นวัตกรรม การแข่งขัน และตำแหน่งทางการตลาด

ข้อเสนอแนะหรือความตระหนักถึงเรื่อง CSR ในการดำเนินกิจการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถือได้ว่าเป็นแหล่งของความคิดใหม่ๆสำหรับสินค้า การบริการ กระบวนการในการผลิตและด้านการตลาด ก่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าและบริการ มีโอกาสและความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างเช่นการได้รับการรับรองจากหน่วยงานหรือองค์กรตรวจสอบมาตรฐาน สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดเดิมหรือขยายไปสู่ตลาดใหม่

ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีและลดต้นทุน

การมีประสิทธิภาพที่ดีชี้ให้เห็นถึงแนวทางการบริหารจัดการที่เป็นระบบและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เช่นการบูรณาการแนวคิด CSR ในด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในการดำเนินงานขององค์กร ช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการนำเศษวัสดุเหลือใช้มาใช้ในการผลิต ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ ของเสียอื่นๆ และการลดการใช้พลังงาน สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน สามารถลดต้นทุนในการผลิตและจัดจำหน่ายได้

สร้างความสามารถในการจูงใจ สร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กับห่วงโซ่อุปทาน

ความสัมพันธ์ที่ดีแบบระยะยาวกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ทำได้ด้วยการปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงานและการลดความเสี่ยง ในวิสาหกิจขนาดใหญ่สามารถกระตุ้นให้ SMEs ใช้กลยุทธ์ CSR ในการทำธุรกิจได้ อย่างเช่นการกำหนดคุณสมบัติของผู้จัดส่งวัตถุดิบที่สามารถตอบสนองและปฏิบัติตามมาตรฐานที่วิสาหกิจขนาดใหญ่กำหนดไว้

การสนับสนุนหรือริเริ่มกิจกรรม CSR ในชุมชน

การทำกิจกรรม CSR ช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความอยู่ดีกินดี สร้างงานสร้างอาชีพ เปรียบเสมือนองค์กรได้ใบอนุญาตทางสังคม (Social licence) กล่าวคือการสร้างความเข้าใจต่อผู้มี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนได้ส่วนเสียและวัตถุประสงค์ขององค์กร ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสังคมในวงกว้าง ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือในการดำเนินกิจการจากชุมชน รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ยังเกิดประโยชน์ในด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรอีกด้วย

การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

สถาบันทางการเงินมีมาตรการใช้เกณฑ์ในการประเมินโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงนักลงทุนที่ให้ความสนใจประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน CSR เช่นกัน เพราะสามารถบอกได้ถึงการดำรงอยู่และการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกิจการ และความสามารถในสร้างมูลค่าของกิจการ เจ้าของกิจการจึงต้องมีการตระหนักถึงประเด็น CSR ในการทำแผนธุรกิจ

จากการศึกษาประโยชน์ต่างๆที่ธุรกิจได้รับจากการจัดการด้านกิจกรรม CSR นั้นสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้านที่มีประโยชน์และถูกต้องเกี่ยวข้องกับ SMEs ดังนี้

1. ความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง
2. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ
3. การคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง
4. สร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน
5. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน
6. การลดต้นทุน

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องของคำนิยาม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการทำกิจกรรม CSR ใน SME ที่ประสบความสำเร็จของต่างประเทศในข้างต้น รวมถึงแนวทางปฏิบัติที่เป็นสากลอย่าง ISO26000 ผู้ศึกษาพบว่ามีการทำกิจกรรม CSR ด้านต่างๆที่มีความคล้ายคลึงกันในแต่ละกิจการหรือมีการปฏิบัติกันโดยทั่วไปและนำมาใช้ได้กับ SMEs สามารถจำแนกเป็นแนวทางการทำกิจกรรม CSR เบื้องต้น และประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรม CSR ของ SMEs โดยทำการสรุปรายละเอียดการทำกิจกรรม CSR และประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรม CSR แต่ละด้าน เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาการทำกิจกรรม CSR ของโรงแรม SMEs ในประเทศไทย ได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิจกรรม CSR ของ SMEs 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค พิจารณาจากการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีการบริการที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้า ตั้งราคาการบริการที่เหมาะสม มีความรับผิดชอบต่อการบริการด้วยการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้า เช่น การประชุมหรือฝึกอบรมพนักงานในแต่ละฝ่ายเพื่อหาวิธีแก้ไขและป้องกันปัญหา รวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการอย่างชัดเจน ตรงตามความเป็นจริง ไม่คลุมเครือ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ลูกค้า

2. ด้านคู่ค้า องค์กร SMEs มีการกำหนดระเบียบการดำเนินการที่ชัดเจน แข่งขันกันอย่างเป็นธรรม ชำระเงินตรงเวลา พิจารณาราคาซื้อที่เหมาะสม สนับสนุนการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่ดีแก่ผู้ผลิตและคู่ค้าอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจจากคู่ค้า

3. ด้านพนักงาน ในองค์กร SMEs มีการคำนึงถึงคุณภาพชีวิตในการทำงาน การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ความปลอดภัยและคำนึงถึงสุขภาพของพนักงานในขณะปฏิบัติงาน มีการจัดสวัสดิการตามที่กฎหมายแรงงานกำหนดและมีการจ่ายค่าตอบแทนตามเวลาที่กำหนด มีหลักเกณฑ์การแบ่งรายได้อย่างยุติธรรม ให้ความก้าวหน้าในงาน ท่านมีการจัดสรรชั่วโมงการทำงานอย่างเหมาะสมและยืดหยุ่นเพื่อพนักงานมีเวลาส่วนตัว รวมถึงความเท่าเทียมในการจ้างงาน อย่างการรับผู้พิการ หรือกลุ่มชาติพันธุ์เข้าทำงาน

4. ด้านชุมชนและสังคม องค์กร SMEs มีส่วนร่วมพัฒนา สร้างรายได้ และความเจริญให้กับชุมชนด้วยการรับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นเข้าทำงาน ฝึกอบรมอาชีพให้แก่คนในชุมชน การจัดซื้อภายในชุมชนหรือท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับชุมชน เช่น การซื้อสินค้า OTOP นอกจากนี้ยังให้ความร่วมมือกับชุมชนช่วยกันแก้ไขปัญหาการอยู่ร่วมกัน เช่น การจัดการแหล่งทิ้งขยะภายในชุมชน การจอดยานพาหนะกีดขวางการจราจร ร่วมดูแลและระวังการสร้างมลพิษของกิจการ ให้การสนับสนุนหรือริเริ่มกิจกรรมในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกิจการกับชุมชนและสังคมอีกด้วย

5. ด้านสิ่งแวดล้อม ดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการแก่ลูกค้า ด้วยการประหยัดพลังงาน น้ำ เช่น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การเปลี่ยนใช้หลอดประหยัดไฟ ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการประหยัดพลังงาน และซ่อมรอยรั่วของท่อน้ำหรือในห้องน้ำ การให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีส่วนร่วมในการประหยัด เช่น รณรงค์การปิดไฟเมื่อไม่อยู่ในห้องพัก และการส่งเสริมให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวในวันรุ่งขึ้นหรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง นอกจากนี้ยังมีการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ของรีไซเคิล อย่างขวดแก้ว พลาสติก กระดาษ เป็นต้น เพื่อลดปริมาณขยะที่เกิดจากการใช้กระดาษ การออกแบบตกแต่งภายในคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังร่วมมือกับโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน และนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการดำเนินงานของตน และมีการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้บริโภค ชุมชน และบุคคลทั่วไป

6. ด้านหน่วยงานภาครัฐ การดำเนินกิจการมีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงช่วยภาครัฐในการสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแก่กิจการและบุคคลอื่น

และผู้ศึกษายังพบว่าประโยชน์ที่โรงแรม SMEs จะได้รับจากการจัดการด้าน CSR มี 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง จากการเกิดแนวความคิดใหม่ในการบริการ ทำให้เกิดความแตกต่างของการบริการ ช่วยสร้างโอกาสและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ยอดการจองห้องพักมากกว่าโรงแรมที่ไม่ได้ทำกิจกรรม CSR การได้รับการรับรองจากหน่วยงานหรือองค์กรตรวจสอบมาตรฐานการเป็นโรงแรมสีเขียว สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดเดิมหรือขยายไปสู่ตลาดใหม่ เนื่องจากการเป็นโรงแรมสีเขียว ทำให้แต่ละโรงแรมสามารถสร้างจุดเด่นของตัวเองให้แตกต่างโดดเด่นจากโรงแรมอื่น และทำให้เห็นถึงการสร้างประโยชน์ของโรงแรมแก่ลูกค้ารวมถึงสังคมได้อย่างชัดเจน เช่น ความแตกต่างด้านการตกแต่งภายในโรงแรมด้วยวัสดุธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความแตกต่างด้านผู้ให้บริการด้วยการดูแลเอาใจใส่พนักงานเมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในงาน ย่อมให้การบริการที่ดีแก่ลูกค้า และการทำกิจกรรม CSR ของโรงแรมเป็นการสื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการที่ดีได้มากกว่าโรงแรมที่ไม่ได้ทำกิจกรรม CSR จึงทำให้ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการ

2. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ องค์กรที่มีการดำเนินงานที่ดีเกี่ยวกับเรื่อง CSR สามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภค จากการที่โรงแรมมีความน่าเชื่อถือ ได้รับความไว้วางใจและมั่นใจในการบริการด้วยการทำกิจกรรม CSR เช่น การทำกิจกรรม CSR ลูกค้า

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สามารถรับรู้ในเรื่องของการบริการที่ดีได้ชัดเจน ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการและเลือกเข้ามาใช้บริการ ด้านการจ้างงานจากกการดูแลเอาใจใส่พนักงาน ทำให้เป็นที่สนใจของผู้สมัครงาน โรงแรมที่ทำกิจกรรม CSR เป็น Supplier ที่ดีในห่วงโซ่อุปทาน มีความสามารถในการจัดหาบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงทำให้ผู้ถือหุ้นอยากเข้ามาลงทุน เนื่องจากการเป็นโรงแรมที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภคจากการทำกิจกรรม CSR นั้นถือว่าเป็นตัวขับเคลื่อนมูลค่าของโรงแรม ลดต้นทุนในการดำเนินงาน และสามารถทำกำไรได้ในระยะยาว

3. การคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง CSR ด้วยการพิจารณาถึงความสนใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความตระหนักถึงเรื่องผลกระทบที่เกิดจากการกระทำของกิจการ สามารถเพิ่มความปลอดภัยของสายอุปทานด้วยการจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรืออันตรายที่เกิดจากการดำเนินงาน การปฏิบัติด้านแรงงานที่ไม่เป็นธรรม การปล่อยของเสีย มลพิษสู่สิ่งแวดล้อม โรงแรมที่ไม่สนใจผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมย่อมเสี่ยงที่จะโดนมาตรการต่างๆ ของภาครัฐและประชาสังคมในการห้ามหรือควบคุมดูแลกิจการของตนจนอาจส่งผลเสียหายต่อธุรกิจ การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงเรื่อง CSR เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวระหว่างสังคมและกิจการ ได้รับความช่วยเหลือจากชุมชน และหน่วยงานของรัฐเมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงาน สามารถอธิบายให้ลูกค้าและคนในสังคมเข้าใจได้ง่ายขึ้นและพร้อมที่จะให้อภัย

4. สร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน กิจกรรมด้าน CSR ขององค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน เพราะ CSR ก็คือการรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตที่ดีและการแบ่งปันรายได้ที่ยุติธรรมของพนักงานในองค์กร เช่น ค่าคอมมิชชั่น หรือ Service charge สวัสดิการหรือนวัตกรรมใหม่ๆในการจัดการทรัพยากรบุคคลจึงส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจ การสร้างขวัญกำลังใจ ทำให้ตั้งใจทำงาน ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น และเกิดความจงรักภักดีของพนักงาน อยู่นานขึ้น รวมถึงชักชวนเพื่อนและผู้ใกล้ชิดหรือผู้ที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กรในที่สุด

5. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การทำกิจกรรม CSR เป็นปัจจัยหลักในการแยกความแตกต่างระหว่างกลุ่มโรงแรมที่ประสบความสำเร็จสูงและต่อเนื่องยาวนาน กับกลุ่มโรงแรมที่ประสบความสำเร็จระยะสั้นหรือเป็นบางช่วงเวลา การที่โรงแรมเหล่านี้มีนโยบายที่ชัดเจนด้านการทำกิจกรรม CSR ร่วมกับการมุ่งแสวงหาผลกำไร นำมาสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลตอบแทนสูงขึ้นในระยะยาว ทำให้ผู้ถือหุ้นเห็นประโยชน์ของการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ทั้งประโยชน์ทางสังคมที่จะเกิดขึ้นและประโยชน์ทางการเงิน และอยากเข้ามาลงทุน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รวมถึงปัจจุบันสถาบันทางการเงินใช้เกณฑ์ในการประเมินโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การทำกิจกรรม CSR ของโรงแรมจึงทำให้ได้รับการสนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงินสำหรับปรับปรุงและขยายกิจการ

6. การลดต้นทุน จากที่กล่าวไว้ว่า CSR สามารถส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนได้ ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ ของเสียอื่นๆ และการลดการใช้พลังงาน เช่น การเปลี่ยนใช้หลอดประหยัดไฟ การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำการปิดไฟเมื่อไม่ใช้ เพื่อประหยัดไฟ และซ่อมรอยรั่วหรือห้องน้ำ การส่งเสริมให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวในวันรุ่งขึ้นหรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง ซึ่งไม่เพียงช่วยประหยัดพลังงาน น้ำ และแรงงานเท่านั้น แต่รวมถึงช่วยลดต้นทุนของโรงแรมได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น การใช้กระเป๋าแทนถุงพลาสติก ใช้กระดาษรีไซเคิลในห้องพัก รวมถึงใบเสร็จ กระดาษทิชชูในห้องน้ำ และการทำความสะอาดวัสดุอุปกรณ์ต้องไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย ช่วยลดต้นทุนในการกำจัดขยะ และยังนำไปสู่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ดังนั้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ ตำราเอกสาร และแหล่งข้อมูลอื่นๆ ผู้วิจัยสามารถพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย ด้วยการจำแนกกิจกรรม CSR ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านคู่ค้า ด้านพนักงาน ด้านชุมชนและสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับของ SMEs โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ความสามารถทางการแข่งขันและสร้างความแตกต่าง ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ การคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง สร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การลดต้นทุน เพื่อทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรม CSR และประโยชน์ที่ได้รับของ SMEs ต่อไป

สรุปสมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของคำนิยาม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการทำกิจกรรม CSR ใน SME ที่ประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและต่างประเทศในข้างต้น ผู้ศึกษาพบว่ามีการทำกิจกรรม CSR ด้านต่างๆ กรอบแนวคิดการวิจัยที่มีความคล้ายคลึงกันในแต่ละกิจการหรือมีการปฏิบัติกันโดยทั่วไปและนำมาใช้ได้กับ SMEs สามารถจำแนกเป็นแนวทางการทำกิจกรรม CSR ได้แก่ ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านคู่ค้า ด้านพนักงาน ด้าน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชุมชนและสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านหน่วยงานภาครัฐ น่าจะมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับของ SMEs สิ่งเหล่านี้จะกระตุ้นให้ SMEs รับรู้และตระหนักถึงประโยชน์ของการทำกิจกรรม CSR เพื่อประโยชน์แก่เจ้าของกิจการ ชุมชน สังคมในวงกว้าง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 1.1 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 1.2 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านคู่ค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 1.3 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

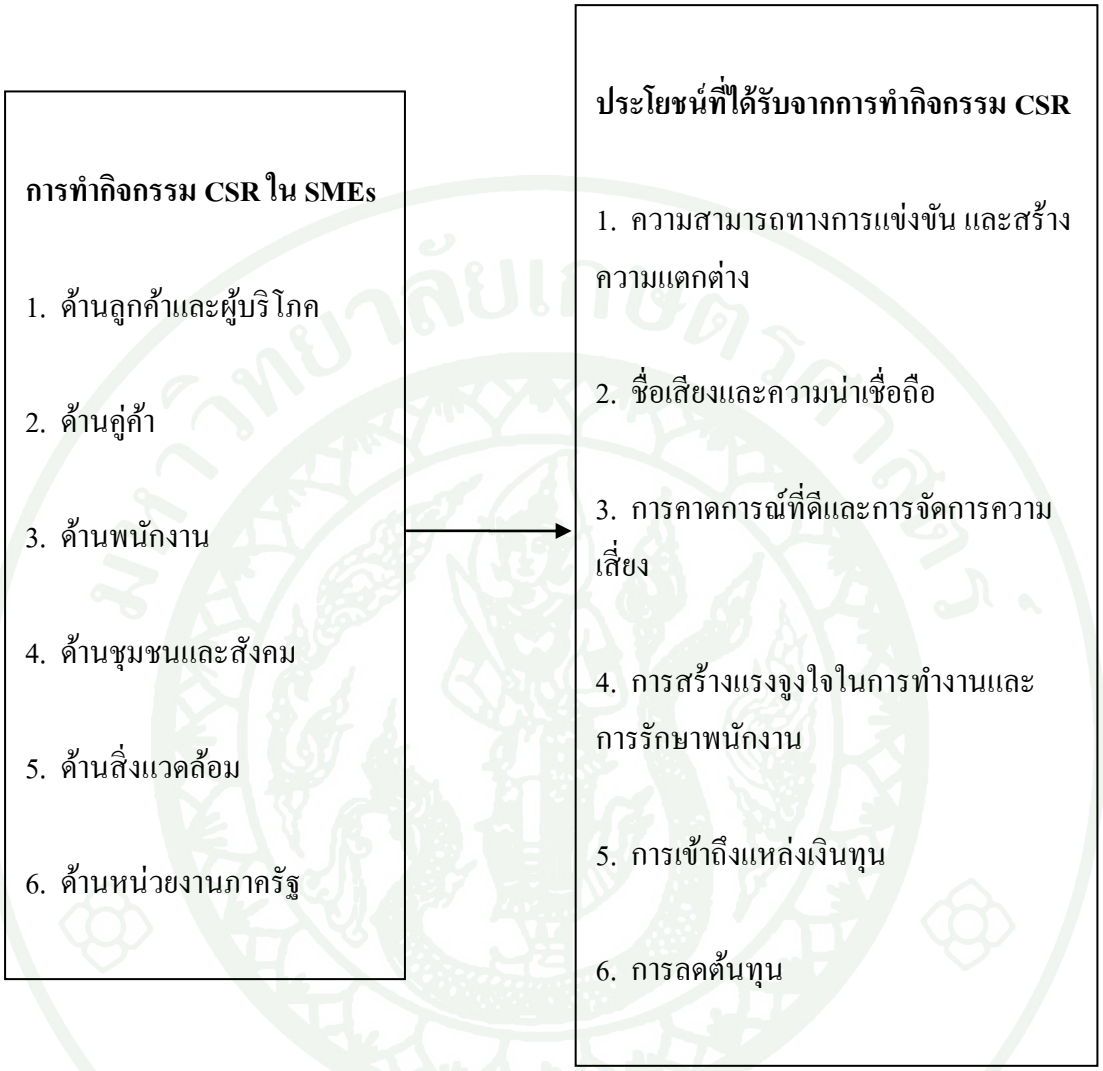
สมมติฐานที่ 1.4 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 1.5 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 1.6 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงวิธีการวิจัยที่ใช้ในครั้งนี้ดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. นิยามของโรงแรม

นิยามหรือความหมายของคำว่าโรงแรมตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 กำหนดไว้ว่าโรงแรมหมายถึง “สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน” ทั้งนี้ไม่รวมถึงสถานที่พักดำเนินการโดยราชการ รัฐวิสาหกิจองค์ การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล ที่มิใช่เป็นการหารายได้หรือกำไรมาแบ่งปันกัน และสถานที่พักที่คิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น (กรมการปกครอง, 2547)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ประเภทของโรงแรม

ตามกฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 โรงแรม แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (ส่วนงานนิติการ, 2547)

โรงแรมประเภท 1 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก

โรงแรมประเภท 2 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพักและห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร

โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ หรือห้องประชุมสัมมนา

โรงแรมประเภท 4 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา

นอกจากนี้สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554) ได้จำแนกขนาดของโรงแรมโดยพิจารณาตามจำนวนห้องพัก ไว้ดังนี้

โรงแรมและรีสอร์ทขนาดย่อม มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 79 ห้อง
โรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลาง มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 - 200 ห้อง
โรงแรมขนาดใหญ่ มีจำนวนห้องพักเกินกว่า 200 ห้องขึ้นไป

3. การจำแนกประชากรที่ใช้ในการศึกษา

รวบรวมโดยการสืบค้นออนไลน์เพื่อหาข้อมูลรายชื่อโรงแรมที่ได้รับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานครจากส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง ในปี 2555 พบว่ามีรายชื่อโรงแรมที่ได้รับอนุญาตดำเนินกิจการในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 353 แห่ง ทำการคัดเลือกเฉพาะโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมโดยพิจารณาตามเกณฑ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ของสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 225 แห่ง ณ วันที่ 10 ธันวาคม 2555 เพื่อนำมาใช้เป็นประชากรในการศึกษาครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด และปลายเปิดที่สร้างจากการศึกษาข้อมูลต่างๆ จากผลงานวิจัย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถามที่มีลักษณะดังนี้

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบเพียงหนึ่งคำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 35 ข้อ และมีคำถามปลายเปิดให้ผู้ให้ข้อมูลยกตัวอย่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านหน่วยงานภาครัฐในกิจการของตน เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการตรวจเอกสาร ตามแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรณีศึกษาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในประเทศต่างๆ แนวทางปฏิบัติที่เป็นสากลครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ได้แก่ ข้อที่ 1 - 5
2. ด้านคู่ค้า ได้แก่ ข้อที่ 6 - 11
3. ด้านพนักงาน ได้แก่ ข้อที่ 12 - 19
4. ด้านชุมชนและสังคม ได้แก่ ข้อที่ 20 - 27
5. ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ข้อที่ 28 - 33
6. ด้านหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ข้อที่ 34 – 35

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการตรวจเอกสาร ตามแนวคิด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ได้แก่ ข้อที่ 36 - 39
2. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ข้อที่ 40 - 41
3. การคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง ได้แก่ ข้อที่ 42 – 43
4. สร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน ได้แก่ ข้อที่ 44 - 46
5. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้แก่ ข้อที่ 47 - 48
6. การลดต้นทุน ได้แก่ ข้อที่ 49 - 50

ลักษณะของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าตามแนวของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) 5 ระดับให้เลือกตอบตามระดับการทำกิจกรรม CSR และประโยชน์ที่ได้รับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับการทำกิจกรรม	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด

1. การทดสอบหาความถูกต้องสมบูรณ์ (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสม ไปทำการทดลองใช้ (Try – out) เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความยากง่ายเพียงใด

2. วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทำการทดสอบด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เครื่องมือวิจัยที่เป็นแบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่สร้างไว้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นั้นผู้วิจัยสามารถตรวจสอบค่าความเชื่อมันในทางปฏิบัติได้โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Conbach's Coefficient Alpha) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดสอบวัดเพียงครั้งเดียวกับกลุ่มประชากรที่คล้ายคลึงกันและมีคุณลักษณะใกล้เคียงกันประชากรที่ใช้ในการศึกษาจริง จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ซึ่งจะเป็นคะแนนที่ได้ จากการทดลองใช้ (Try – out) โดยหาความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ เพื่อหาความเชื่อมั่นตามแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งการคำนวณค่านี้ ควรจะได้ค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและความเชื่อมั่นสูง

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม มีดังนี้

1. แบบสอบถามระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 35 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 และกิจกรรมแต่ละด้านได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1.1 ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.79
1.2 ด้านคู่ค้า ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70
1.3 ด้านพนักงาน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87
1.4 ด้านชุมชนและสังคม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85
1.5 ด้านสิ่งแวดล้อม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.81
1.6 ด้านหน่วยงานภาครัฐ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.73

2. แบบสอบถามประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม จำนวน 15 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 และประโยชน์ที่ได้รับแต่ละด้านได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

2.1 ความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.77
2.2 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.73
2.3 การคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83
2.4 สร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.81
2.5 การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.76
2.6 การลดต้นทุน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ

ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ ตำราเอกสาร และแหล่งข้อมูลอื่นๆ รวมถึงแหล่งข้อมูลสถิติต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้นำแบบสอบถามให้กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 225 ชุด โดยผู้ที่จะตอบแบบสอบถามคือเจ้าของหรือผู้จัดการของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พร้อมแบบสอบถามไปยังเจ้าของหรือผู้จัดการของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับใบอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 225 แห่ง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งชี้แจงการกรอกแบบสอบถามว่า เป็นการวิจัยเพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำมาตรวจสอบข้อมูล เพื่อพิจารณาถึงความผิดปกติของข้อมูล และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) โดยทำการวิเคราะห์การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาสรุปเป็นการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านกับประโยชน์ที่ได้รับในแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมกับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประโยชน์ที่ได้รับในแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมกับประโยชน์ที่ได้รับในภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจการธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร

2. เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยสำหรับคำถามระดับการทำกิจกรรมและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้วิจัยกำหนดแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีความกว้างของชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.49	ระดับการทำกิจกรรมและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	ระดับการทำกิจกรรมและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับน้อย
2.50 – 3.49	ระดับการทำกิจกรรมและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	ระดับการทำกิจกรรมและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก
4.50 – 5.00	ระดับการทำกิจกรรมและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมากที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ใช้ระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนกันยายน 2555 - เมษายน 2556

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายนโดยกำหนดให้เจ้าของหรือผู้จัดการเป็นผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังประชากรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 225 ฉบับ และได้รับการตอบกลับจำนวน 208 ฉบับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92 สามารถนำมาเสนอและอธิบายผลการวิจัยได้ 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล โดยกำหนดให้เจ้าของหรือผู้จัดการเป็นผู้ให้ข้อมูล จำแนกตาม จำนวนห้องพัก จำนวนพนักงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ไม่นับรวมมูลค่าที่ดิน) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ดังตารางที่ 4.1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล

(N = 208)

ข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนห้องพัก		
โรงแรมขนาดย่อม	115	55.30
โรงแรมขนาดกลาง	93	44.70
รวม	208	100.00
2. จำนวนพนักงาน		
ไม่เกิน 50 คน	131	63.00
50 – 200 คน	77	37.00
รวม	208	100.00
3. มูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ไม่นับรวมมูลค่าที่ดิน)		
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	110	52.90
50 ล้าน - 200 ล้านบาท	92	44.20
เกิน 200 ล้านบาท	6	2.90
รวม	208	100.00
4. ระยะเวลาเปิดดำเนินการ		
น้อยกว่า 5 ปี	15	7.20
5-10 ปี	45	21.60
11-15 ปี	12	5.80
16-20 ปี	27	13.00
21 ปีขึ้นไป	109	52.40
รวม	208	100.00
5. ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล		
เจ้าของ	43	20.70
CEO หรือ ผู้จัดการ	159	76.40
เป็นทั้ง 2 อย่าง	6	2.90
รวม	208	100.00

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จากการได้รับข้อมูลตอบกลับจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 208 ฉบับ หรือร้อยละ 92 สามารถอธิบายข้อมูลคุณลักษณะของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ให้ข้อมูล ได้ดังต่อไปนี้

จำนวนห้องพัก พบว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดย่อมจำนวน 115 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมาเป็นโรงแรมขนาดกลางจำนวน 93 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.70

จำนวนพนักงาน พบว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 131แห่ง คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีจำนวนพนักงาน 50-200 คน จำนวน 77 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37

มูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ไม่นับรวมมูลค่าที่ดิน) พบว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 110 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.90 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 50 ล้าน - 200 ล้านบาท จำนวน 92 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.20 และโรงแรมที่มีมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกิน 200 ล้านบาท จำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.90

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ พบว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้ว 21 ปีขึ้นไป จำนวน 109 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.40 และรองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5-10 ปี จำนวน 45 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.60 โรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 16-20 ปี จำนวน 27 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 13 โรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.20 และโรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี จำนวน 12 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในตำแหน่ง CEO หรือผู้จัดการ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาเป็นเจ้าของ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 และเป็นทั้ง CEO หรือผู้จัดการและเจ้าของ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 2 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การวิเคราะห์ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเภทธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) โดยแบ่งเป็นการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวมและจำแนกแต่ละด้านดังตารางที่ 4.2 และ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	3.64	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.2 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.64, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.59)

ตารางที่ 4.3 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค	4.01	0.69	มาก
2. ด้านคู่ค้า	3.76	0.64	มาก
3. ด้านพนักงาน	3.88	0.67	มาก
4. ด้านชุมชนและสังคม	3.06	0.83	ปานกลาง
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	3.63	0.72	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
6. ด้านหน่วยงานภาครัฐ	3.58	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.3 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านคู่ค้า และด้านหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.01, 3.88, 3.76, 3.63, 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69, 0.67, 0.64, 0.72, 0.79) และมีเพียงระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.06, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.83)

ตารางที่ 4.4 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านลูกค้าและผู้บริโภคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านลูกค้าและผู้บริโภค			
1. โรงแรมของท่านให้บริการด้วยคุณภาพ เช่น ขนาดห้องพักที่เหมาะสม และแสงสว่างเพียงพอ	3.89	0.84	มาก
2. ลูกค้าใช้บริการโรงแรมของท่านเพราะมีความปลอดภัยที่เชื่อถือได้	4.41	0.72	มาก
3. โรงแรมของท่านมีคุณภาพการบริการเหมาะสมกับราคา	4.17	0.75	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
4. โรงแรมของท่านมีการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น แก้ไขปัญหาด้วยการประชุมหรือฝึกอบรมพนักงานในแต่ละฝ่ายเพื่อหาวิธีแก้ไขและป้องกันปัญหา	3.77	1.12	มาก
5. โรงแรมของท่านให้ข้อมูลหรือทำโฆษณาจากสถานที่ที่ให้บริการจริง	3.82	1.22	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม มีการทำกิจกรรมในเรื่องความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ทำให้ลูกค้าใช้บริการโรงแรม มีคุณภาพการบริการเหมาะสมกับราคา ให้บริการด้วยคุณภาพ ให้ข้อมูลหรือทำโฆษณาจากสถานที่ที่ให้บริการจริง มีการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.41, 4.17, 3.89, 3.82, 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.72, 0.75, 0.84, 1.22, 1.12)

ตารางที่ 4.5 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านคู่ค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านคู่ค้า			
1. โรงแรมของท่านมี	4.05	0.81	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
การกำหนดระเบียบการดำเนินงานกับคู่ค้าที่ชัดเจน			
2. โรงแรมของท่านใช้การแข่งขันเชิงกลยุทธ์กับโรงแรมอื่น เช่น ลดราคาห้องพักให้ต่ำเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด นำข้อมูลของคู่แข่งขันมาใช้	3.02	1.25	ปานกลาง
3. โรงแรมของท่านชำระค่าใช้จ่ายแก่คู่ค้าหรือคู่สัญญาตามภาระผูกพัน	4.03	0.91	มาก
4. โรงแรมของท่านพิจารณาราคาซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่เหมาะสมจากคู่ค้า	3.96	0.96	มาก
5. โรงแรมของท่านสนับสนุนและอุดหนุนคู่ค้าที่ทำธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.84	0.84	มาก
6. โรงแรมของท่านเสนอแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้คู่ค้าได้นำไปปฏิบัติ	3.64	0.87	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านคู่ค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม มีการทำกิจกรรมในเรื่องการกำหนดระเบียบการดำเนินงานกับคู่ค้าที่ชัดเจน ชำระค่าใช้จ่ายแก่คู่ค้าหรือคู่สัญญาตามภาระผูกพัน มีการพิจารณาราคาซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่เหมาะสมจากคู่ค้า มีการสนับสนุนและอุดหนุนคู่ค้าที่ทำธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม มีการเสนอแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้คู่ค้าได้นำไปปฏิบัติ อยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.05, 4.03, 3.96, 3.84, 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.81, 0.91, 0.96, 0.84, 0.87) และมีการแข่งขันเชิงกลยุทธ์กับโรงแรมอื่น เช่น ลดราคาห้องพักให้ต่ำเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด นำข้อมูลของคู่แข่งขันมาใช้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.25)

ตารางที่ 4.6 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านพนักงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านพนักงาน			
1. สถานที่ทำงานภายในโรงแรมของท่านมีความเหมาะสม เช่น แสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีอุณหภูมิที่เหมาะสมแก่การทำงาน	3.92	0.81	มาก
2. โรงแรมของท่านมีนโยบายป้องกันและลดอุบัติเหตุในขณะทำงานของพนักงาน	4.06	0.83	มาก
3. โรงแรมของท่านจัดสวัสดิการแก่พนักงานตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด	4.28	0.70	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
4. โรงแรมของท่านจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานตามเวลาที่กำหนด	4.43	0.64	มาก
5. โรงแรมของท่านมีหลักเกณฑ์ในการแบ่งรายได้ เช่น Service charge	3.91	1.13	มาก
6. พนักงานในโรงแรมของท่านได้รับความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น ได้รับการพัฒนาสนับสนุนและการเลื่อนตำแหน่ง	3.58	1.05	มาก
7. โรงแรมของท่านมีการจัดสรรชั่วโมงการทำงานแก่พนักงานอย่างเหมาะสมและมีความยืดหยุ่น	4.02	0.79	มาก
8. โรงแรมของท่านมีนโยบายในการรับผู้พิการ หรือกลุ่มชาติพันธุ์ทำงาน	2.83	1.31	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม มีการทำกิจกรรมในเรื่องการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานตามเวลาที่กำหนด มีการจัดสวัสดิการแก่พนักงานตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด มีนโยบายป้องกันและลดอุบัติเหตุในขณะทำงานของพนักงาน มีการจัดสรรชั่วโมงการทำงานแก่พนักงานอย่างเหมาะสมและมีความยืดหยุ่น สถานที่ทำงานภายในโรงแรมของท่านมีความเหมาะสม มีหลักเกณฑ์ในการแบ่งรายได้ พนักงานได้รับความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.43, 4.28, 4.06, 4.02, 3.92, 3.91, 3.58 ส่วนเบี่ยงเบน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มาตรฐาน = 0.64, 0.70, 0.83, 0.79, 0.81, 1.13, 1.05) และมีนโยบายในการรับผู้พิการ หรือกลุ่มชาติพันธุ์ทำงานอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.31)

ตารางที่ 4.7 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมในด้านชุมชนและสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านชุมชนและสังคม			
1. โรงแรมของท่านมีการรับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นเข้าทำงาน	3.51	1.15	มาก
2. โรงแรมของท่านมีการฝึกอบรมอาชีพแก่คนในชุมชน	2.39	1.28	น้อย
3. โรงแรมของท่านมีการจัดซื้อภายในชุมชนหรือท้องถิ่น เช่น การอุดหนุนผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือท้องถิ่น หรือ OTOP	2.69	1.30	ปานกลาง
4. โรงแรมของท่านร่วมกับชุมชนช่วยกันแก้ไขปัญหาการอยู่ร่วมกัน เช่น การจัดการแหล่งทิ้งขยะภายในชุมชน การจอดยานพาหนะกีดขวางการจราจร	3.16	1.23	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
5. โรงแรมของท่านร่วมดูแลและระวังมลพิษที่มาจากการทำธุรกิจ เช่น การจัดการการทิ้งขยะ	4.02	0.76	มาก
6. โรงแรมของท่านให้การสนับสนุนทางการเงินแก่กิจกรรมในชุมชน	2.99	1.17	ปานกลาง
7. โรงแรมของท่านริเริ่มหรือสนับสนุนการสร้างกิจกรรมแก่เยาวชน เช่น แหล่งเรียนรู้ สถานที่เล่นกีฬา	2.84	1.11	ปานกลาง
8. โรงแรมของท่านส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชน เช่น จัดให้เป็นเวลาทำงานหรือไม่นับเป็นวันลา	2.83	1.16	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม มีการทำกิจกรรมในเรื่องการร่วมดูแลและระวังมลพิษที่มาจากการทำธุรกิจ มีการรับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นเข้าทำงานอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.02, 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.76, 1.15) มีการร่วมกับชุมชนช่วยกันแก้ไขปัญหาการอยู่ร่วมกัน ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่กิจกรรมในชุมชน ริเริ่มหรือสนับสนุนการสร้างกิจกรรมแก่เยาวชน มีการส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชน มีการจัดซื้อภายในชุมชนหรือท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.16, 2.99, 2.84, 2.83, 2.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.23, 1.17, 1.11, 1.16, 1.30) และมีการฝึกอบรมอาชีพแก่คนในชุมชนอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.28)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.8 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านสิ่งแวดล้อม			
1. โรงแรมท่านมีนโยบายการอนุรักษ์พลังงาน เช่น การเปลี่ยนมาใช้หลอดประหยัดไฟ ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการประหยัดพลังงาน	4.24	0.75	มาก
2. โรงแรมของท่านมีนโยบายการให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน เช่น รณรงค์การปิดไฟเมื่อไม่อยู่ในห้องพัก และการส่งเสริมให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวในวันรุ่งขึ้นหรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง	3.74	1.06	มาก
3. โรงแรมของท่านมีการใช้ของรีไซเคิล เช่น ขวดแก้ว พลาสติก กระดาษ	3.73	1.05	มาก
4. โรงแรมของท่านมีการออกแบบตกแต่งภายในคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม	3.71	0.96	มาก
5. โรงแรมของท่านร่วมมือกับโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน	3.43	0.98	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
6. โรงแรมของท่านจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน และบุคคลทั่วไป	2.93	1.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม มีการทำกิจกรรมในเรื่องการกำหนดนโยบายการอนุรักษ์พลังงาน นโยบายให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน มีการใช้ของรีไซเคิล มีการออกแบบตกแต่งภายในคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.24, 3.74, 3.73, 3.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.75, 1.06, 1.05, 0.96) และการร่วมมือกับโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนและบุคคลทั่วไปอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.43, 2.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.98, 1.17)

ตารางที่ 4.9 ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกตามกิจกรรมด้านหน่วยงานภาครัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านหน่วยงานภาครัฐ			
1. โรงแรมของท่านปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ เพื่อป้องกันปัญหาและข้อร้องเรียน	4.12	0.91	มาก
2. โรงแรมของท่านช่วยเหลือหน่วยงานภาครัฐใน	3.04	1.20	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม
การสนับสนุนประชาสัมพันธ์การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแก่กิจการและบุคคลทั่วไป โปรดยกตัวอย่าง	4.12	0.91	มาก
	3.04	1.20	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านหน่วยงานภาครัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม มีการทำกิจกรรมในเรื่องการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ เพื่อป้องกันปัญหาและข้อร้องเรียนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.91) และช่วยเหลือหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนประชาสัมพันธ์การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแก่กิจการและบุคคลทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.20)

นอกจากนี้ยังได้ให้ผู้ให้ข้อมูลยกตัวอย่างกิจกรรมที่ช่วยเหลือหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนประชาสัมพันธ์การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแก่กิจการและบุคคลทั่วไป ได้แก่ การให้เงินสนับสนุนกีฬาหรือทำป้ายประชาสัมพันธ์ มีการทำใบปลิวและจดหมายประชาสัมพันธ์ เอื้อเฟื้อสถานที่ภายในโรงแรมสำหรับตั้งบูธวันเอดส์โลกโดยเขตสัมพันธวงศ์ ติดตั้งป้ายรณรงค์การเลือกตั้ง มีส่วนร่วมรณงค์การป้องกันการแพร่ระบาดของ HIV มีการอบรมป้องกันไม่ให้พนักงานยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดอย่างเด็ดขาด และให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการในทุกด้าน

ตอนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การวิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(σ) โดยแบ่งเป็นประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวมและจำแนกแต่ละด้านดังตารางที่ 4.4 และ 4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ประโยชน์ที่ได้รับ	3.37	0.71	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.37, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.71)

ตารางที่ 4.11 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง	3.19	0.90	ปานกลาง
2. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	3.47	0.82	ปานกลาง
3. การคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง	3.13	0.89	ปานกลาง
4. สร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน	3.86	0.68	มาก
5. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	2.98	1.09	ปานกลาง
6. การลดต้นทุน	3.54	0.95	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 4.11 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม พบว่าประโยชน์ที่ได้รับด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน และด้านการลดต้นทุนอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.86, 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.68, 0.95) ส่วนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง และด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.47, 3.19, 3.13, 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.82, 0.90, 0.89, 1.93)

ตารางที่ 4.12 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. โรงแรมของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการเป็นโรงแรมสีเขียวซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกมาใช้บริการ และ เกิดความได้เปรียบโรงแรมอื่น	3.13	1.21	ปานกลาง
2. โรงแรมของท่านมียอดการจองห้อง และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้ารับรู้ถึงการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม	2.97	1.01	ปานกลาง
3. โรงแรมของท่านนำวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการตกแต่งภายใน	3.05	1.15	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
โรงแรม ซึ่งทำให้ท่านมีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่น			
4. โรงแรมของท่านดูแลเอาใจใส่พนักงานซึ่งทำให้ท่านมีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่นในด้านการบริการลูกค้า	3.63	0.98	มาก

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม ดังนี้ โรงแรมได้รับประโยชน์จากการดูแลเอาใจใส่พนักงาน ซึ่งทำให้มีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่นในด้านการบริการลูกค้าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.98) และการได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการเป็นโรงแรมสีเขียวซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกมาใช้บริการและเกิดความได้เปรียบโรงแรมอื่น มีการนำวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการตกแต่งภายในโรงแรม ซึ่งทำให้ท่านมีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่น มียอดการจองห้องและส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้ารับรู้ถึงการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.13, 3.05, 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.21, 1.15, 1.01)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.13 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. โรงแรมของท่านมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการบริการ การจ้างงานที่เป็นธรรม	3.65	0.87	มาก
2. การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมท่านทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่กิจการ	3.29	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม ดังนี้ โรงแรมได้รับประโยชน์ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์จากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.87) และการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมท่านทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่กิจการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.05)

ตารางที่ 4.14 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. โรงแรมของท่านได้รับความไว้วางใจจากชุมชนและสังคม จากการ	3.39	0.90	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาให้บริการแก่ลูกค้า การปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรมแก่พนักงาน			
2. โรงแรมของท่านได้รับความช่วยเหลือจากชุมชน และหน่วยงานของรัฐ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงาน เป็นผลมาจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม	2.88	1.10	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม ดังนี้ โรงแรมได้รับความไว้วางใจจากชุมชนและสังคมจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาให้บริการแก่ลูกค้า การปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรมแก่พนักงาน และได้รับความช่วยเหลือจากชุมชนและหน่วยงานของรัฐ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานที่เป็นผลมาจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.39, 2.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.90, 1.10)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.15 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. พนักงานในโรงแรมของท่านมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากรายได้ และส่วนแบ่งที่ยุติธรรม สวัสดิการต่างๆ เป็นต้น	3.85	0.85	มาก
2. พนักงานของท่านทำงานอย่างตั้งใจและ มีประสิทธิภาพในการทำงานดี	3.92	0.75	มาก
3. พนักงานมีความจงรักภักดีกับโรงแรม เช่น อัตราการลาออกที่ต่ำ ชักชวนเพื่อนและผู้ใกล้ชิดมาร่วมงานกับองค์กร	3.81	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับด้านการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม ดังนี้ พนักงานทำงานอย่างตั้งใจและมีประสิทธิภาพในการทำงานดี พนักงานในโรงแรมมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากรายได้ และส่วนแบ่งที่ยุติธรรม สวัสดิการต่างๆ และพนักงานมีความจงรักภักดีกับโรงแรม อยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.92, 3.85, 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.75, 0.85, 0.79)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.16 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ผู้ถือหุ้นสนใจเข้ามาลงทุนในโรงแรมของท่าน จากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม	2.93	1.19	ปานกลาง
2. โรงแรมของท่านสามารถขอรับการสนับสนุนจากธนาคารได้สะดวก โดยเป็นผลมาจากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	3.02	1.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม ดังนี้ โรงแรมสามารถขอรับการสนับสนุนจากธนาคารได้สะดวก โดยเป็นผลมาจากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้ถือหุ้นสนใจเข้ามาลงทุนในโรงแรมของท่าน จากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.02, 2.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.15, 1.19)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.17 ประโยชน์ที่ได้รับโดยการจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับด้านการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. โรงแรมของท่านมีต้นทุนในการบริการลดลงจากการมีนโยบายการประหยัดพลังงาน เช่น การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการประหยัดพลังงาน	3.57	0.97	มาก
2. โรงแรมของท่านมีค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะหรือของเสียลดลงจากการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กระเป๋าผ้าแทนถุงพลาสติก การไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายในการทำความสะอาด	3.50	1.11	มาก

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับด้านการลดต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม ดังนี้ โรงแรมมีต้นทุนในการบริการลดลง จากการมีนโยบายการประหยัดพลังงาน และมีค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะหรือของเสียลดลงจากการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.57, 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.97, 1.11)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (Correlation coefficient) เพื่อวัดความสัมพันธ์ของตัวแปร ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ในงานวิจัยนี้ใช้สัญลักษณ์ ρ แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของประชากร และได้ผลจากการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.18 ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมและในแต่ละด้านกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)
	ประโยชน์ที่ได้รับ
การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม	0.82**
1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค	0.56**
2. ด้านคู่ค้า	0.63**
3. ด้านพนักงาน	0.54**
4. ด้านชุมชนและสังคม	0.78**
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	0.83**
6. ด้านหน่วยงานภาครัฐ	0.54**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (1-tailed)

จากตารางที่ 4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.82) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้าน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจำแนกเป็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคม ด้านคู่ค้า ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน และด้านหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกตามลำดับ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.83, 0.78, 0.63, 0.56, 0.54, 0.54) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีประโยชน์ที่ได้รับจำแนกเป็นด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน และด้านการลดต้นทุนอยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง และด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ดังตารางที่ 4.11

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย ปรากฏผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.1 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1.2 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านคู่ค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านคู่ค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านคู่ค้าเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สังคมด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านหน่วยงานภาครัฐเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้าน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย มีงานวิจัยที่สอดคล้องกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคคือปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ามากที่สุดคือความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรมและด้านสาธารณะ ส่วนปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความภักดีของลูกค้าน้อยที่สุด (วิชัย อ่อนละออ, 2553)ส่วนงานวิจัยที่สอดคล้องกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านพนักงานกับประโยชน์ที่ได้รับ มีผลการศึกษาแสดงถึงความเห็นของพนักงานต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร พนักงานมีความเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน พนักงานรู้สึกรักและผูกพันกับองค์กรมากขึ้น และทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานมากขึ้น (วิมล จันทร, 2552) และ Carroll and Buchholtz (2008) กล่าวถึงความสำคัญของคู่ค้าที่เป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ส่งผลต่อการอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กรไว้ว่าการมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การแสวงหาผลประโยชน์ร่วมกันกับคู่ค้าทำให้เกิดความเชื่อใจ สร้างโอกาสทางการตลาดและการขยายตัวของอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญและดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆด้าน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทสัมพันธ์กับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงบวก ซึ่งภาพลักษณ์ขององค์กรนี้ส่งผลถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรด้วย (นิสากร โลกสุทธิ, 2551)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4.19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรและสมมติฐาน	สมมติฐาน	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม		
การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม	√	
1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค	√	
2. ด้านคู่ค้า	√	
3. ด้านพนักงาน	√	
4. ด้านชุมชนและสังคม	√	
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	√	
6. ด้านหน่วยงานภาครัฐ	√	

ข้อวิจารณ์

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยขอนำเสนอการอภิปรายเกี่ยวกับผลการวิจัยดังต่อไปนี้

จากประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้รับอนุญาตจากส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครองนั้น เมื่อทำการวัดระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมกล่าวถึงคณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน (2550) ถือได้ว่าโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านี้มีระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับ 1 หรือที่เรียกว่า Mandatory Level เป็นอย่างน้อย เนื่องจากระดับ Mandatory Level เป็นระดับที่ธุรกิจมีหน้าที่ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่ง CEO หรือผู้จัดการ เป็นบุคคลที่มีอำนาจและความรับผิดชอบสูงสุดในองค์การ ผู้ให้ข้อมูลรองลงมาเป็นเจ้าของ และผู้ให้ข้อมูลที่เป็นทั้ง CEO หรือผู้จัดการและเจ้าของน้อยที่สุด ซึ่งในกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมบางแห่งมีเจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง โรงแรมส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้มีจำนวนห้องไม่เกิน 79 ห้องหรือโรงแรมขนาดย่อม รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 80 - 200 ห้องหรือโรงแรมขนาดกลาง โรงแรมขนาดย่อมและโรงแรมขนาดกลางบางแห่งเป็นโรงแรมประเภทบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) มีอำนาจในการบริหารงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ จึงอาจทำให้การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมแต่ละแห่งแตกต่างกันไป และบางแห่งเป็นโรงแรมประเภทเครือข่าย (Chain Hotels) มีระบบการบริหารงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน มีประสบการณ์ในการบริหารงานมากกว่าโรงแรมที่บริหารงานอย่างอิสระ จึงอาจทำให้การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในรูปแบบเดียวกัน และกระทำด้วยความเข้าใจในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับ โรงแรมที่ใช้ในงานวิจัยนี้มีจำนวนพนักงานของโรงแรมแต่ละแห่งส่วนใหญ่ไม่เกิน 50 คน รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีจำนวนพนักงาน 50-200 คน ส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 50 ล้าน – 200 ล้านบาท และโรงแรมที่มีมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกิน 200 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในเกณฑ์การจำแนกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และโรงแรมที่ใช้ในการวิจัยนี้ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้ว 21 ปีขึ้นไป โรงแรมที่สามารถดำเนินกิจการมาได้เป็นเวลานานอาจมาจากเมื่อกิจการมีระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับ 1 หรือที่เรียกว่า Mandatory Level แล้ว มีการทำกิจกรรมระดับต่อมาคือระดับ 2 หรือที่เรียกว่า Elementary Level เป็นระดับเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึงการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกำไร กลยุทธ์ในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น กำไรที่ได้นั้นต้องมิใช่กำไรที่เกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.59) และเมื่อทำการจำแนกการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วยด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน ด้านคู่ค้า ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านหน่วยงานภาครัฐ ด้านชุมชนและสังคมตามระดับการทำกิจกรม ดังนี้

1. ด้านลูกค้าและผู้บริโภค พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69) แสดงให้เห็นว่าโรงแรมขนาดกลางและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขนาดย่อมมีการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีการบริการที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้า ตั้งราคาการบริการที่เหมาะสม มีความรับผิดชอบต่อการบริการด้วยการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้า เช่น การประชุมหรือฝึกอบรมพนักงานในแต่ละฝ่ายเพื่อหาวิธีแก้ไขและป้องกันปัญหา รวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการอย่างชัดเจน ตรงตามความเป็นจริง ไม่คลุมเครือ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ลูกค้าอยู่ในระดับมาก

2. ด้านพนักงาน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.67) แสดงให้เห็นว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีการคำนึงถึงคุณภาพชีวิตในการทำงาน การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ความปลอดภัยและคำนึงถึงสุขภาพของพนักงานในขณะปฏิบัติงาน มีการจัดสวัสดิการตามที่กฎหมายแรงงานกำหนดและมีการจ่ายค่าตอบแทนตามเวลาที่กำหนด มีหลักเกณฑ์การแบ่งรายได้อย่างยุติธรรม ให้ความก้าวหน้าในงาน มีการจัดสรรชั่วโมงการทำงานอย่างเหมาะสมและยืดหยุ่นเพื่อให้พนักงานมีเวลาส่วนตัว รวมถึงความเท่าเทียมในการจ้างงาน เช่น การรับผู้พิการ หรือกลุ่มชาติพันธุ์เข้าทำงานอยู่ในระดับมาก

3. ด้านคู่ค้า พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64) แสดงให้เห็นว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีการกำหนดระเบียบการดำเนินการที่ชัดเจน แข่งขันกันอย่างเป็นธรรม ชำระเงินตรงเวลา พิจารณาราคาซื้อที่เหมาะสม สนับสนุนการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่ดีแก่ผู้ผลิตและคู่ค้าอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจจากคู่ค้าอยู่ในระดับมาก

4. ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.72) แสดงให้เห็นว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม มีดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังร่วมมือกับโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน และนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการดำเนินงานของตน และมีการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้บริโภค ชุมชน และบุคคลทั่วไปอยู่ในระดับมาก

5. ด้านหน่วยงานภาครัฐ พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.79) แสดงให้เห็นว่า โรงแรมขนาดกลางและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขนาดย่อมมีการดำเนินกิจการมีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงช่วยภาครัฐในการสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแก่กิจการและบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก

6. ด้านชุมชนและสังคม พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนี้เพียงด้านเดียวที่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.83) แสดงให้เห็นว่า โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนร่วมพัฒนา สร้างรายได้ และความเจริญให้กับชุมชนด้วยการรับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นเข้าทำงาน ฝึกอบรมอาชีพให้แก่คนในชุมชน การจัดซื้อภายในชุมชนหรือท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับชุมชน เช่น การซื้อสินค้า OTOP นอกจากนี้ยังให้ความร่วมมือกับชุมชนช่วยกันแก้ไขปัญหาการอยู่ร่วมกัน เช่น การจัดการแหล่งทิ้งขยะภายในชุมชน การจอดยานพาหนะกีดขวางการจราจร ร่วมดูแลและระวังการสร้างมลพิษของกิจการ ให้การสนับสนุนหรือริเริ่มกิจกรรมในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกิจการกับชุมชนและสังคมในระดับปานกลาง

ประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.71) และเมื่อพิจารณาประโยชน์ที่ได้รับในแต่ละด้าน ซึ่งประกอบไปด้วยด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน ด้านการลดต้นทุน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง และด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

1. ด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.68) แสดงให้เห็นว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจ การสร้างขวัญกำลังใจ ทำให้ตั้งใจทำงาน ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น และเกิดความจงรักภักดีของพนักงาน อยู่นานขึ้น รวมถึงชักชวนเพื่อนและผู้ใกล้ชิดหรือผู้ที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กรอยู่ในระดับมาก

2. ด้านการลดต้นทุน พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในด้านนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.95) แสดงให้เห็นว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมส่งผลลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ ของเสียอื่นๆ และการลดการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ใช้พลังงานเป็นการช่วยลดต้นทุนของโรงแรม มีการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ และการทำความสะอาดวัสดุอุปกรณ์ต้องไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย ช่วยลดต้นทุนในการกำจัดขยะอยู่ในระดับมาก

3. ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.82) แสดงให้เห็นว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภค จากการที่โรงแรมมีความน่าเชื่อถือ ได้รับความไว้วางใจและมั่นใจในการบริการด้วยการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการจ้างงานจากการดูแลเอาใจใส่พนักงาน ทำให้เป็นที่สนใจของผู้สมัครงาน เป็น Supplier ที่ดีในห่วงโซ่อุปทาน มีความสามารถในการจัดหาบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงทำให้ผู้ถือหุ้นอยากเข้ามาลงทุนอยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.90) แสดงให้เห็นว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมช่วยสร้างโอกาสและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ยอดการจองห้องพักมากกว่าโรงแรมที่ไม่ได้ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดเดิมหรือขยายไปสู่ตลาดใหม่ เนื่องจากการเป็นโรงแรมสีเขียว ทำให้แต่ละโรงแรมสามารถสร้างจุดเด่นของตัวเองให้แตกต่างโดดเด่นจากโรงแรมอื่น และทำให้เห็นถึงการสร้างประโยชน์ของโรงแรมแก่ลูกค้ารวมถึงสังคมได้อย่างชัดเจน คุณภาพการให้บริการที่ดีได้มากกว่าโรงแรมที่ไม่ได้ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง

5. ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.89) แสดงให้เห็นว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเพิ่มความปลอดภัยของสายอุปทานด้วยการจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรืออันตรายที่เกิดจากการดำเนินงาน ได้รับความช่วยเหลือจากชุมชน และหน่วยงานของรัฐเมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง

6. ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.09) แสดงให้เห็นว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ต่อสังคมของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้ผู้ถือหุ้นเห็นประโยชน์ของการลงทุนที่รับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ทั้งประโยชน์ทางสังคมที่จะเกิดขึ้นและประโยชน์ทางการเงิน และอยากเข้ามาลงทุน และได้รับการสนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงิน สำหรับปรับปรุงและขยายกิจการอยู่ในระดับปานกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้าน พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจำแนกเป็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านคู่ค้า ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน และด้านหน่วยงานภาครัฐ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าเมื่อระดับทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นด้วย

ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน ด้านคู่ค้า ด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก และมีเพียงระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมอยู่ในระดับปานกลาง และประโยชน์ที่ได้รับด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน และด้านการลดต้นทุนอยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง และด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ามีการยอมรับนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและนำไปใช้ในการจัดการภายในโรงแรมของตน แต่เพื่อความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควรเพิ่มการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆมากขึ้น ตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ส่งผลต่อการอยู่รอดและความสำเร็จของกิจการ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจโรงแรมของไทยสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาว การมีระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภคชัดเจนที่สุดนั้นสอดคล้องกับข้อได้เปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้า ทำให้การตอบสนองความพึงพอใจสำหรับตลาดเฉพาะเจาะจงได้รวดเร็ว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) และเมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในงานจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร พนักงานย่อมให้การบริการที่ดีแก่ลูกค้า ซึ่งเป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญทำให้ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการ แต่มีด้านชุมชนและสังคมเพียงด้านเดียวอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะเป็นเพราะข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเรื่องของทรัพยากรทางการเงิน จึงต้องมีองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆกำหนดแนวทางการปฏิบัติกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่หลากหลาย เป็นวิธีการที่ไม่ซับซ้อนและไม่ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูง เหมาะกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหากมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องในระยะยาวจะส่งผลให้ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ควรมีการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมจากหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนให้เป็นที่แพร่หลาย รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะในบางกิจการไม่ทราบว่าตนมีการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว และไม่ทราบว่าทำไปแล้วเกิดผลกระทบต่อกิจการของตนและสังคมอย่างไร หรือบางแห่งเข้าใจว่าเป็นเรื่องของกฎหมาย และเป็นเรื่องการใช้เงินลงทุนทำกิจกรรมภายนอกองค์กรเท่านั้น

งานวิจัยนี้จึงแสดงให้เห็นถึงผลวิจัยการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวมอยู่ในระดับสูง เพื่อช่วยสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ที่เกี่ยวข้อง และบุคคลทั่วไป ส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกระตุ้นให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจอื่นตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม ในการนำไปใช้ให้เกิดผลจริง และถือปฏิบัติกันโดยทั่วไป เพื่อประโยชน์แก่เจ้าของกิจการ ชุมชน สังคมในวงกว้างและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือวิสาหกิจอื่น เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อศึกษาระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ ตำราเอกสาร และแหล่งข้อมูลอื่นๆ รวมถึงแหล่งข้อมูลสถิติต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจากแบบสอบถามโดยมีเจ้าของและผู้จัดการเป็นผู้ให้ข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรในการศึกษาเป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้รับอนุญาต โรงแรมส่วนใหญ่ที่ให้ข้อมูลตอบกลับในงานวิจัยนี้เป็นโรงแรมขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมาเป็นโรงแรมขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.70 มีจำนวนพนักงานส่วนใหญ่ไม่เกิน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีจำนวนพนักงาน 50-200 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52.90 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 50 – 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44.20 และโรงแรมที่มีมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกิน 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.90 โรงแรมส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้ว 21 ปีขึ้นไป รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระยะเวลา คิดเป็นร้อยละ 52.40 เปิดดำเนินการ 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.60 รองลงมาเป็นโรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13 โรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.20 และโรงแรมที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 5.80

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่ง CEO หรือผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาเป็นเจ้าของ คิดเป็นร้อยละ 20.70 และเป็นทั้ง CEO หรือผู้จัดการและเจ้าของ คิดเป็นร้อยละ 2.90

ระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน ด้านคู่ค้า ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับมากตามลำดับ และมีเพียงระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้านออกเป็นรายข้อ พบว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับการทำกิจกรรมชัดเจนที่สุด ได้แก่ ด้านลูกค้าและผู้บริโภคมีการทำกิจกรรมในเรื่องความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ทำให้ลูกค้าใช้บริการโรงแรมชัดเจนที่สุด ด้านพนักงานมีการทำกิจกรรมในเรื่องการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานตามเวลาที่กำหนดชัดเจนที่สุด ด้านคู่ค้ามีการทำกิจกรรมในเรื่องการกำหนดระเบียบการดำเนินงานกับคู่ค้าที่ชัดเจนมีความชัดเจนที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมมีการทำกิจกรรมในเรื่องการกำหนดนโยบายการอนุรักษ์พลังงานชัดเจนที่สุด ด้านหน่วยงานภาครัฐมีการทำกิจกรรมในเรื่องการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการชัดเจนที่สุด และด้านชุมชนและสังคมมีการทำกิจกรรมในเรื่องการร่วมดูแลและระวังมลพิษที่มาจากการทำธุรกิจชัดเจนที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการจำแนกแต่ละด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน และด้านการลดต้นทุนอยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง และด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เมื่อจำแนกประโยชน์ที่ได้รับในแต่ละด้านออกเป็นรายข้อ พบว่า ประโยชน์ที่โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับชัดเจนที่สุด ได้แก่ ด้านสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการรักษาพนักงาน ได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดคือพนักงานทำงานอย่างตั้งใจและมีประสิทธิภาพในการทำงานดี ด้านการลดต้นทุน ได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดคือโรงแรมมีต้นทุนในการบริการลดลงจากการมีนโยบายการประหยัดพลังงาน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดคือโรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์จากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่าง ได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดคือโรงแรมได้รับประโยชน์จากการดูแลเอาใจใส่พนักงาน ซึ่งทำให้มีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่นในด้านการบริการลูกค้า ด้านการคาดการณ์ที่ดีและการจัดการความเสี่ยง ได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดคือโรงแรมได้รับความไว้วางใจจากชุมชนและสังคมจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้รับประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดคือโรงแรมสามารถขอรับการสนับสนุนจากธนาคารได้สะดวก โดยเป็นผลมาจากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม พบว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจำแนกเป็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านคู่ค้า ด้านลูกค้าและผู้บริโภค ด้านพนักงาน และด้านหน่วยงานภาครัฐ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอเสนอแนะความคิดเห็นที่ได้จากผลการวิจัย ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ควรเพิ่มระดับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านชุมชนและสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรมให้มากขึ้น เพื่อให้ประโยชน์ที่ได้รับสูงขึ้นทั้งแก่กิจการและสังคม โดยพิจารณาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคม ในข้อการฝึกอบรมอาชีพแก่คนในชุมชน เนื่องจากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าด้านชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับมากรองจากด้านสิ่งแวดล้อม แต่การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านชุมชนและสังคมอยู่เพียงในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกกิจกรรมด้านชุมชนและสังคมออกเป็นรายข้อ พบว่า ระดับการทำกิจกรรมการฝึกอบรมอาชีพแก่คนในชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

2. องค์กรภาครัฐ และภาคธุรกิจทั่วไปควรสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงเรื่องการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้านให้มากขึ้นด้วยการแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะประโยชน์ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากผลการวิจัยประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และมีผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยผู้วิจัยสามารถสรุปใจความได้ว่า แหล่งเงินทุน เช่น ธนาคารและสถาบันการเงิน มีการพิจารณาก่อนอนุมัติสินเชื่อจากตัวเลขเท่านั้น ซึ่งตัวเลขในที่นี้หมายถึงความสามารถในการผ่อนชำระหนี้สินของกิจการ โดยดูจากบัญชีแสดงรายรับ รายจ่ายที่ชัดเจน และหลักทรัพย์ในการค้ำประกันเงินกู้ เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องแสดงให้ผู้ประกอบการเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกับการมุ่งแสวงหาผลกำไร นำมาสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสามารถในสร้างมูลค่าของกิจการและผลตอบแทนสูงขึ้นในระยะยาว ทำให้กิจการได้รับการสนับสนุนสินเชื่อจากธนาคารและสถาบันการเงิน สำหรับปรับปรุงและขยายกิจการรองรับการเติบโตในอนาคต

3. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรมควรเพิ่มการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านลูกค้าและผู้บริโภค เนื่องจากมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในการทำกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในข้อการจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนและบุคคลทั่วไป และด้านลูกค้าและผู้บริโภคในข้อการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่มาใช้บริการ แต่ทั้งนี้ควรเพิ่มการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้านเช่นกัน เพื่อประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม เพราะการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับอยู่ใน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับมาก และกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประโยชน์ที่ได้รับ เป็นความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ถ้าหากเพิ่มกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้าน ประโยชน์ที่ได้รับก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ในประเด็นแต่ละด้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก สามารถเป็นแนวทางแก่กิจการประเภทต่างๆนำไปปฏิบัติได้

2. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม เพราะการดำเนินกิจการต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม จึงต้องศึกษาการรับรู้การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เปรียบเทียบกับผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ที่มาจากมุมมองของเจ้าของและผู้จัดการ

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกัน เพื่อทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร และมีความสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ เพราะการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในรูปแบบการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ได้รับการยอมรับและประสบความสำเร็จ ไม่ได้คำนึงถึงลักษณะของการประกอบธุรกิจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมการปกครอง. 2547. **พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547** (Online). www.dopa.go.th/dopanew/law/22.pdf., 10 ธันวาคม 2555.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552. **คู่มือลดโลกร้อนด้วย 7 Greens** (Online). http://inter.tourismthailand.org/fileadmin/downloads/others/001_toolskits_7_Greens.pdf., 7 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. 2554. **Green Hotels & Resorts Thailand 2011** (Online). http://7greens.tourismthailand.org., 13 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. 2555. **How to be 7 Greens** (Online). http://7greens.tourismthailand.org., 18 กุมภาพันธ์ 2556.

คณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบหอการค้าไทย. 2553. **คู่มือ CSR สำหรับธุรกิจ SMEs.**

จิตติมา ปริยเมฆินทร์. 2552. **การดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย.** สารนิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. อ้างถึง กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานปลัดกระทรวง สำนักส่งเสริมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา. 2551. **ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ.** กรุงเทพมหานคร

ชาญโชติ ชมพูนุท. 2555. **แผนปฏิบัติการเพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** (Online). www.gotoknow.org., 18 กุมภาพันธ์ 2556. อ้างถึง พัฒนศักดิ์ ฮุ่นตระกูล. 2555. **การพัฒนาธุรกิจ Hospitality ในภาคบริการท่องเที่ยว...เพื่อก้าวสู่ตลาดอาเซียน AEC.**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2544. **การบริหารจัดการในศตวรรษที่ 21.** กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส. แปลจาก Drucker, P. F. 1999. **Management Challenges for the 21st Century.** New York: Harper Collins Publishers Inc.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. 2554. **ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน** (Online). www.csri.or.th/new2012/index.php?option=com_k2&view=item&id=269:ก้าวแรกสู่-csr-การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน&Itemid=581., 10 มกราคม 2556.

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศ. 2555. **นิยาม SMEs** (Online). www.smebank.co.th., 2 มีนาคม 2556.

ธัญมณัสธนัญญ์ พาณิภัค. 2549. **วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม.** วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. 2549. **วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม.** วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. อ้างถึง ฐานเศรษฐกิจ. 2549. **Ben and Jerry: ไอศครีมเพื่อสังคม.** กรุงเทพมหานคร: 2-4 พฤศจิกายน 2549. หน้า 36.

นภาพร ขันธนภา. 2545. **การจัดการองค์การและการบริหารธุรกิจ.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นิสากร โลกสุทธิ. 2551. **กลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิชาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. 2553. **การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.** นนทบุรี: บริษัท ธิงค์ บียอนด์ บุ๊ค จำกัด.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. 2552. **ข้อแนะนำ CSR สำหรับ SMEs** (Online). www.bangkokbiz news.com., 15 ธันวาคม 2555.

พิภวัตว์ ภัทรนาวิก. 2554. **เกาะติดพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มธุรกิจ SME ปี55** (Online). www.dbd.go.th/mainsite/fileadmin/contents/seminar/training_DBD/K_Bank_Presentation2.pdf., 10 ธันวาคม 2555.

วิชัย อ่อนละออ. 2553. **การสร้างความภักดีในลูกค้าผ่านทางความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิเชียร เกตุสิงห์. 2538. "ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้." **วารสารข่าวสารวิจัยการศึกษา.** 18 (3): 8-11.

วิพุธ อ่องสกุล และ ธัชวรรณ กนิษฐ์พงศ์. 2550. **การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท ไอกรุ๊ป เพรส จำกัด. แปลจาก Hatten, T. S. 2003. **Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond.** United State: Houghton Mifflin Harcourt (HMH).

วิมล จันทร. 2552. **ความคิดเห็นของพนักงานต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบริษัทแปลนครีเอชั่นส์จำกัด.** วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันไทยพัฒน์. 2553. **ชนิดของกิจกรรมซีเอสอาร์** (Online). http://thaicsr.blogspot.com., 28 พฤศจิกายน 2555.

_____. 2555. **CSR กับ SD เหมือนหรือต่างกัน** (Online). http://thaicsr.blogspot.com., 1 ธันวาคม 2555.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. 2552. **เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไอคอนพรินติ้ง.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง. 2555. **รายชื่อโรงแรม/สถานบริการที่ได้รับอนุญาต** (Online). www.wangchaiya.dopa.go.th., 10 ธันวาคม 2555.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554. **นิยาม SMEs** (Online). www.sme.go.th., 25 พฤศจิกายน 2555.

_____. 2555. **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 และ ปี 2555** (Online). www.sme.go.th., 15 ธันวาคม 2555.

Argandona, A. and H. V. Hoivik. 2009. **Corporate Social Responsibility: One size does not fit all. Collecting Evidence from Europe.** Spain: IESE Business School University of Navara.

Baker, M. 2004. **Corporate social Responsibility – What does it mean?** (Online)**.** www.mallenbaker.net., November 20, 2012.

Bowen, H. R. 1953. **Social Responsibilities of the Businessman**. New York: Harper and Row Publishers.

Carroll, A. B. 1979. "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance." **The Academy of Management Review** 4 (4): 497-505.

_____. 1991. "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders." **Business Horizons** 34 (4): 39-48.

Carroll, A. B. and K. A. Buchholtz. 2008. **Business & Society: Ethic and Stakeholder Management.** 7th Edition. United State of America: South-Western Cengage Learning.

Cronbach, L.Y. 1951. "Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests". **Psychometrika.** 16: 297-334.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Department of Trade and Industry. 2004. **Corporate Social Responsibility A Government update.** United Kingdom.

Economist Intelligence Unit. 2010. **SMEs in Japan: A new growth driver?** (Online). www.managementthinking.eiu.com/sites/default/files/EIU_Microsoft_JapanSMEs_FINAL-WEB.pdf., December 3, 2012.

European Commission. 2003. **Responsible entrepreneurship: A Collection of good practice cases among small and medium-sized enterprises across Europe.** Belgium: European Communities.

_____. 2007. **Corporate Social Responsibility in SMEs: Practice example to foster SMEs' competitiveness** (Online). http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/ms_sme_projects.htm., November 6, 2012.

_____. 2011. **Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions: A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility** (Online). http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF., November 6, 2012.

Fan, Q. 2003. **Importance of SMEs and the Role of Public Support in Promoting SME Development.** St.Petersburg: World Bank.

Fassin, Y., A. V. Rossem and M. Buelens. 2011. "Small-business owner-managers' perceptions of business ethics and CSR-related concepts." **Business Ethics Journal** 98 (3): 425-453.

Fontaine, C., A. Haarman and S. Schmid. 2006. **The Stakeholder Theory of MNC** (Online). http://edalys.fr/documents/Stakeholders%20theory.pdf., December 1, 2012.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Fontaine, C., A. Haarman and S. Schmid. 2006. **The Stakeholder Theory of MNC** (Online). http://edalys.fr/documents/ Stakeholders%20theory.pdf., December 1, 2012. cited R. E. Freeman. 1984. **Strategic Management: A stakeholder Approach**. Boston: Pitman Publishing Inc.

_____. 2006. **The Stakeholder Theory of MNC** (Online). http://edalys.fr/documents/ Stakeholders%20theory.pdf., December 1, 2012. cited A. L. Friedman and S. Miles. 2006. **Stakeholders: Theory and Practice.** Oxford: University Press.

Freisleben, G. 2011. "Benefits and Burdens of CSR for SMEs." **Financial Executive**.

Friedman, M. 1970. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits." **The New York Times Magazine** (September 13, 1970).

Hohnen, P. and J. Potts. 2007. **Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business.** Manitoba: International Institute for Sustainable Development.

International Labour Organization. 2010. **Developments and challenges in the hospitality and tourism sector: Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, Tourism Sector.** November 23–24, 2010. Geneva: International Labour Office Geneva.

International Organization for Standardization. 2010. **ISO26000 Social Responsibility.** Switzerland: ISO Central Secretariat.

Jankins, H. 2004. **Corporate Social Responsibility: Engaging Small and Medium Sized Enterprises in the Debate.** Working Paper Series No. 18. United Kingdom: The Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability & Society (BRASS).

Karakas, F. 2009. "New Paradigms in Organization Development: Positivity, Spirituality, and Complexity." **Organization Development Journal** 27 (1): 11-26.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Kim., K. B. 2004. **Finding an entry point for the promotion of corporate social responsibility in small and medium-sized enterprises in Japan.** Report to the Japan Institute for Labour Policy and Training (JILPT).

Ministry of the Environment, Government of Japan. 2009. **EcoAction 21 Guidelines 2009** (Online)**.** www.env.go.jp., November 28, 2012.

Schwartz, M. S. and A. B. Carroll. 2003. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." **Business Ethics Quarterly** 13 (4): 503-530.

Siddhalepa Ayurveda Health Resort. 2012. **Siddhalepa Ayurveda Health Resort wins big at Green Awards** (Online)**.** www.ayurvedaresort.com., May 5, 2013

SWITCH-Asia. 2012. **Basic Information on Switch** (Online)**.** www.switch-asia.eu., May 5, 2013

The CSR Asia Center at AIT. 2009. **Corporate Social Responsibility in Thailand** (Online). www.csrcenter.ait.asia., December 3, 2012.

The Stationery Office. 2008. **Companies: The Companies Act 2006 (Amendment) (Accounts and Reports) Regulation 2008**. April 6, 2008.

United Nations Industrial Development Organization. 2002. **Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries.** Vienna.

U.S. Small Business Administration. 2012. **Table of Small Business Size Standards Matched to North American Industry Classification System Codes.** January 1, 2012.

Wood, D. J. and R. E. Jones. 1995. "Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Socail Performance." **International Journal of Organizational Analysis** 3 (3): 229-267.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

World Business Council for Sustainable Development. 1999. **Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations.** Geneva: World Business Council for Sustainable Development.

World Tourism Organization (UNWTO). 2012. **UNWTO Tourism Highlight 2012 Edition** (Online). www.unwto.org., February 13, 2013.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ก

แบบวัดในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หนังสือขอเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ที่ ศธ ๐๕๑๓.๑๐๓๑๑/ว(ป)น ๑

โครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๕๐ ถ.งามวงศ์วาน แขวงลาดยาว
เขตจตุจักร กรุงเทพ ๑๐๙๐๐

๑๗ มกราคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรียน เจ้าของกิจการ หรือผู้จัดการ.....

ด้วยข้าพเจ้า นางสาววรฎิฐา สิทธิมาลิก รหัสประจำตัวนิสิต 5415351710 สาขาการจัดการ นิสิตโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีความประสงค์ขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจากโรงแรมและรีสอร์ตขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ทั้งนี้ ทางโครงการฯ มีความประสงค์ขออนุญาตให้นิสิตเข้าเก็บข้อมูลดังกล่าวด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพร หาญสันติ)
ประธานกรรมการดำเนินงาน
โครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผู้ตอบแบบสอบถามนี้ ได้แก่ เจ้าของกิจการ หรือผู้จัดการ

3. แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วน จำนวน 55 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม จำนวน 35 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม จำนวน 15 ข้อ

4. คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามไม่มีผลต่อกิจการของท่าน ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับไปวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อนำไปใช้ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ที่เกี่ยวข้อง และบุคคลทั่วไป ให้ตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำไปใช้ให้เกิดผลจริง และถือปฏิบัติกันโดยทั่วไป รวมถึงเป็นแนวทางในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร เพื่อประโยชน์แก่เจ้าของกิจการ ชุมชน สังคมในวงกว้าง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาววรฎิฐา สิทธิมาลิก
นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านคุณลักษณะของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย √ ลงในช่อง □ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของโรงแรมและผู้ให้ข้อมูล

1. จำนวนห้องพัก

□ ไม่เกิน 79 ห้อง □ 80 - 200 ห้อง □ เกิน 200 ห้อง

2. จำนวนพนักงาน

□ ไม่เกิน 50 คน □ 50-200 คน □ เกิน 200 คน

3. มูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ไม่นับรวมมูลค่าที่ดิน)

□ ไม่เกิน 50,000,000 บาท □ 50,000,000-200,000,000 บาท

□ เกิน 200,000,000 บาท

4. ระยะเวลาเปิดดำเนินการ

□ น้อยกว่า 5 ปี □ 5-10 ปี □ 11-15 ปี

□ 16-20 ปี □ 21 ปีขึ้นไป

5. ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล

□ เจ้าของ □ CEO หรือ ผู้จัดการ

□ เป็นทั้ง 2 อย่าง □ อื่นๆ (ระบุ) .....

ส่วนที่ 2 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย√ ลงบนตัวเลขในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับที่ตรงกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและประโยชน์ที่ได้รับในกิจการของท่านโดยให้เลข 5 หมายถึง **มากที่สุด** และ1 หมายถึง **น้อยที่สุด**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5	4	3	2	1
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด

	มากที่สุด				น้อยที่สุด
1. โรงแรมของท่านให้บริการด้วยคุณภาพ เช่น ขนาดห้องพักที่เหมาะสมภายในโรงแรมมีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก และแสงสว่างเพียงพอ	5	4	3	2	1
2. ลูกค้าใช้บริการโรงแรมของท่านเพราะมีความปลอดภัยที่เชื่อถือได้	5	4	3	2	1
3. โรงแรมของท่านมีคุณภาพการบริการเหมาะสมกับราคา	5	4	3	2	1
4. โรงแรมของท่านมีการแก้ไขข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น แก้ไขปัญหาด้วยการประชุมหรือฝึกอบรมพนักงานในแต่ละฝ่ายเพื่อหาวิธีแก้ไขและป้องกันปัญหา	5	4	3	2	1
5. โรงแรมของท่านให้ข้อมูลหรือทำโฆษณาจากสถานที่ที่ให้บริการจริง	5	4	3	2	1
6. โรงแรมของท่านมีการกำหนดระเบียบการดำเนินงานกับคู่ค้าที่ชัดเจน	5	4	3	2	1
7. โรงแรมของท่านใช้การแข่งขันเชิงกลยุทธ์กับโรงแรมอื่น เช่น ลดราคาห้องพักให้ต่ำเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด นำข้อมูลของคู่แข่งขันมาใช้	5	4	3	2	1
8. โรงแรมของท่านชำระค่าใช้จ่ายแก่คู่ค้าหรือคู่สัญญาตามภาระผูกพัน	5	4	3	2	1
9. โรงแรมของท่านพิจารณาราคาซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่เหมาะสมจากคู่ค้า	5	4	3	2	1
10. โรงแรมของท่านสนับสนุนและอุดหนุนคู่ค้า ที่ทำธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อ	5	4	3	2	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สิ่งแวดล้อม					
11.โรงแรมของท่านเสนอแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้คู่ค้าได้นำไปปฏิบัติ	5	4	3	2	1
12. สถานที่ทำงานภายในโรงแรมของท่านมีความเหมาะสม เช่น แสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีอุณหภูมิที่เหมาะสมแก่การทำงาน	5	4	3	2	1
13.โรงแรมของท่านมีนโยบายป้องกันและลดอุบัติเหตุในขณะทำงานของพนักงาน	5	4	3	2	1
14.โรงแรมของท่านจัดสวัสดิการแก่พนักงานตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด	5	4	3	2	1
15.โรงแรมของท่านจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานตามเวลาที่กำหนด	5	4	3	2	1
16.โรงแรมของท่านมีหลักเกณฑ์ในการแบ่งรายได้ เช่น Service charge	5	4	3	2	1
17. พนักงานในโรงแรมของท่านได้รับความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น ได้รับการพัฒนาสนับสนุน และการเลื่อนตำแหน่ง	5	4	3	2	1
18.โรงแรมของท่านมีการจัดสรรชั่วโมงการทำงานแก่พนักงานอย่างเหมาะสมและมีความยืดหยุ่น	5	4	3	2	1
19.โรงแรมของท่านมีนโยบายในการรับผู้พิการ หรือกลุ่มชาติพันธุ์ทำงาน	5	4	3	2	1
20.โรงแรมของท่านมีการรับคนในชุมชนหรือท้องถิ่นเข้าทำงาน	5	4	3	2	1
21.โรงแรมของท่านมีการฝึกอบรมอาชีพแก่คนในชุมชน	5	4	3	2	1
22.โรงแรมของท่านมีการจัดซื้อภายในชุมชนหรือท้องถิ่น เช่น การอุดหนุนผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือท้องถิ่น หรือ OTOP	5	4	3	2	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

23. โรงแรมของท่านร่วมกับชุมชนช่วยกันแก้ไขปัญหาการอยู่ร่วมกัน เช่น การจัดการแหล่งทิ้งขยะภายในชุมชน การจอดยานพาหนะกีดขวางการจราจร	5	4	3	2	1
24. โรงแรมของท่านร่วมดูแลและระวังมลพิษที่มาจากการทำธุรกิจ เช่น การจัดการการทิ้งขยะ	5	4	3	2	1
25. โรงแรมของท่านให้การสนับสนุนทางการเงินแก่กิจกรรมในชุมชน	5	4	3	2	1
26. โรงแรมของท่านริเริ่มหรือสนับสนุนการสร้างกิจกรรมแก่เยาวชน เช่น แหล่งเรียนรู้ สถานที่เล่นกีฬา	5	4	3	2	1
27. โรงแรมของท่านส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชน เช่น จัดให้เป็นเวลาทำงาน หรือไม่นับเป็นวันลา	5	4	3	2	1
28. โรงแรมท่านมีนโยบายการอนุรักษ์พลังงาน เช่น การเปลี่ยนมาใช้หลอดประหยัดไฟ ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการประหยัดพลังงาน	5	4	3	2	1
29. โรงแรมของท่านมีนโยบายการให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน เช่น รณรงค์การปิดไฟเมื่อไม่อยู่ในห้องพัก และการส่งเสริมให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวในวันรุ่งขึ้นหรือใช้มากกว่าหนึ่งครั้ง	5	4	3	2	1
30. โรงแรมของท่านมีการใช้ของรีไซเคิล เช่น ขวดแก้ว พลาสติก กระดาษ	5	4	3	2	1
31. โรงแรมของท่านมีการออกแบบตกแต่งภายในคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
32. โรงแรมของท่านร่วมมือกับโรงแรมหรือบริษัทต่างๆที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน	5	4	3	2	1
33. โรงแรมของท่านจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน	5	4	3	2	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และบุคคลทั่วไป					
34.โรงแรมของท่านปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ เพื่อป้องกันปัญหาและข้อร้องเรียน	5	4	3	2	1
35.โรงแรมของท่านช่วยเหลือหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนประชาสัมพันธ์การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแก่กิจการและบุคคลทั่วไป โปรดยกตัวอย่างประกอบ	5	4	3	2	1
36.โรงแรมของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการเป็นโรงแรมสีเขียวซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกมาใช้บริการและ เกิดความได้เปรียบโรงแรมอื่น	5	4	3	2	1
37.โรงแรมของท่านมียอดการจองห้อง และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้ารับรู้ถึงการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม	5	4	3	2	1
38.โรงแรมของท่านนำวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการตกแต่งภายในโรงแรม ซึ่งทำให้ท่านมีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่น	5	4	3	2	1
39.โรงแรมของท่านดูแลเอาใจใส่พนักงานซึ่งทำให้ท่านมีความแตกต่างและได้เปรียบโรงแรมอื่น ในด้านการบริการลูกค้า	5	4	3	2	1
40.โรงแรมของท่านมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ด้านการบริการ การจ้างงานที่เป็นธรรม	5	4	3	2	1
41.การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมท่านทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่กิจการ	5	4	3	2	1
42.โรงแรมของท่านได้รับความไว้วางใจจากชุมชนและสังคม จากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาให้บริการแก่ลูกค้า การปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรมแก่พนักงาน	5	4	3	2	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

43. โรงแรมของท่านได้รับความช่วยเหลือจากชุมชน และหน่วยงานของรัฐ เมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงาน เป็นผลมาจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม	5	4	3	2	1
44. พนักงานในโรงแรมของท่านมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากรายได้ และส่วนแบ่งที่ยุติธรรม สวัสดิการต่างๆเป็นต้น	5	4	3	2	1
45. พนักงานของท่านทำงานอย่างตั้งใจและ มีประสิทธิภาพในการทำงานดี	5	4	3	2	1
46. พนักงานมีความจงรักภักดีกับโรงแรม เช่น อัตราการลาออกที่ต่ำ ชักชวนเพื่อนและผู้ใกล้ชิดมาร่วมงานกับองค์กร	5	4	3	2	1
47. ผู้ถือหุ้นสนใจเข้ามาลงทุนในโรงแรมของท่าน จากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม	5	4	3	2	1
48. โรงแรมของท่านสามารถขอรับการสนับสนุนจากธนาคารได้สะดวก โดยเป็นผลมาจากนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม	5	4	3	2	1
49. โรงแรมของท่านมีต้นทุนในการบริการลดลง จากการมีนโยบายการประหยัดพลังงาน เช่น การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับรองการประหยัดพลังงาน	5	4	3	2	1
50. โรงแรมของท่านมีค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะหรือของเสียลดลง จากการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กระเป๋าผ้าแทนถุงพลาสติก การไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายในการทำความสะอาด	5	4	3	2	1

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ข

รายชื่อประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายชื่อโรงแรม

ข้อมูลรายชื่อโรงแรมที่ได้รับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานครจากส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง ณ วันที่ 10 ธันวาคม 2555 และใช้เกณฑ์การจำแนกขนาดของโรงแรมตามจำนวนห้องพักของสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554)

ตารางผนวกที่ ข 1 รายชื่อโรงแรมขนาดย่อม

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
1	เจริญดี	189 ถนนข้าวสาร ต.ตลาดยอด อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	8	1
2	บังกาโลมัฆวาฬ	98 ซอย29 ถนนเพชรเกษม ต.บางหว้า อ.เขตภาษีเจริญ จ.กรุงเทพมหานคร	8	1
3	ยืนยง	42 ซอยตรอกไทร ถนนผดุงข้าว ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	12	1
4	นภาเพลส	11/3 ซอยสุขุมวิท 36 ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	12	2
5	ไทยวารี	161 ถนนดินสอ ต.บวรนิเวศ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	18	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
6	บ้านบุญบาลี	5/378 หมู่ 3 ต.จรเข้บัว อ.เขตลาดพร้าว จ.กรุงเทพมหานคร	21	1
7	ลังกาโลงามดูพลี	27 ซอยงามดูพลี ถนนพระราม4 ต.ทุ่งมหาเมฆ อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	23	1
8	ร่วมฤดี	221/4 ซอยร่วมฤดี ถนนวิทยุ ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	24	1
9	สิริมิตร	93 ซอยสรรพศาสตร์ ถนนตะนาว ต.ศาลเจ้าพ่อเสือ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	29	1
10	เจริญผล	191 ถนนบรรทัดทอง ต.ถนนเพชรบุรี อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	29	1
11	มิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น	99 ถนนวิภาวดีรังสิต ต.ตลาดบางเขน อ.เขตหลักสี่ จ.กรุงเทพมหานคร	30	3
12	ศรีหัวลำโพง	445 ถนนรองเมือง ต.รองเมือง อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	30	2
13	สตาไลท์22	81 ซอย22 ถนนสุขุมวิท ต.รองเมือง อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	30	2
14	สหายสหะกิจ	683 ถนนไมตรีจิต ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	31	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
15	เซ่งเฮง	589 ถนนไมตรีจิต ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	35	1
16	เพชรมงคล	177 ซอยตรอกจันทร์ ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	36	1
17	ปาร์คอินน์	125 ถนนราชปรารภ ต.มักกะสัน อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	36	1
18	มาดูซิ	9/1 ถนนรัชดาภิเษก ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	36	2
19	ประสพสุข	65 ถนนจักพรรดิ์พงษ์ ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	37	1
20	ศิริพงษ์	21 ถนนศิริพงษ์ ต.สำราญราษฎร์ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	38	1
21	อพอลโล	78 หมู่ 2 ถนนวิภาวดี ต.ลาดยาว อ.เขตจตุจักร จ.กรุงเทพมหานคร	38	1
22	ซินไต้ตง	101 ถนนพาดสาย ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	38	1
23	กรีนเทอเรส รีสอร์ท	364 ซอยโยธินพัฒนา ต.คลองจั่น อ.เขตบางกะปิ จ.กรุงเทพมหานคร	39	2
24	สเตชั่น	518 ถนนรองเมือง ต.รองเมือง อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	40	2
25	นิวยศเส	38 ตรอกหม่อมเชื่อม ถนนบำรุงเมือง ต.คลองมหานาค อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	41	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
26	รัชตะ	46 ถนนสามเสน ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	42	1
27	สุขาวดี	29/1 ถนนประชาธิปไตย ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	42	2
28	ไมตรีจิต	398 ถนนไมตรีจิต ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	42	1
29	สุขสวัสดิ์	ซอยวรพงษ์ ถนนสามเสน ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	43	2
30	เพชรนคร 08	516/5 ซอยจารุรัตน์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ต.มักกะสัน อ.เขตราชเทวี จ. กรุงเทพมหานคร	44	1
31	69	5/5 ถนนสุขุมวิท ต.พระโขนงเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	44	1
32	สยามพิมาน	8 ซอย170 ถนนรามคำแหง ต.มีนบุรี อ.เขตมีนบุรี จ.กรุงเทพมหานคร	44	2
33	ทีวี	1 ซอย42 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ต.บางยี่ขัน อ.เขตบางพลัด จ.กรุงเทพมหานคร	44	1
34	นิววังทอง	ถนนมหาชัย ต.สำราญราษฎร์ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	46	1
35	ลาดพร้าวไปรเวทซี่	176/3 ถนนลาดพร้าว ต.ลาดยาว อ.เขตจตุจักร จ.กรุงเทพมหานคร	48	2
36	เปรมปรีย์	4 ซอยยศเส ถนนกรุงเกษม ต.วัดเทพศิรินทร์ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ. กรุงเทพมหานคร	48	1
37	39	6 ถนนบูรณศาสตร์ ต.ศาลเจ้าพ่อเสือ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	49	1
38	พระโขนง	58 ซอยสุขุมวิท46 ถนนพระราม4 ต.พระโขนง อ.เขตคลองเตย จ. กรุงเทพมหานคร	51	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
40	บรอดเวย์	445 ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	53	1
39	แสงฟ้า	368 ถนนไมจิตต์ ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	52	1
41	รื่นรมย์	77-79 ถนนบำรุงเมือง ต.สำราญราษฎร์ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	54	1
42	ไดมอนด์ซิตี้ โฮเทล	594/23 ซอยพญานาค ถนนพระราม 6 ต.ถนนเพชรบุรี อ.เขตราชเทวี จ. กรุงเทพมหานคร	54	2
43	88	214/1 ถนนสามเสน ต.บางขุนพรหม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	55	1
44	ลัคกี้ 49	49 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	55	2
45	สวานา แบงคอก โฮเต็ล	332 ถนนวิสุทธิกษัตริย์ ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	55	2
46	ทุ่งมหาเมฆไปรเวซี่	31 ถนนงามดูพลี ต.ทุ่งมหาเมฆ อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	55	2
47	โอเพร่า	16ซอยสทประสงค์ ถนนเพชรบุรี ต.ถนนพญาไท อ.เขตราชเทวี จ. กรุงเทพมหานคร	56	2
48	จัสมิน เอ็กเซ็คคิวทีฟ สวีท	2ซอย23 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	56	3
49	ซี.เรสซิเด้นท์	71/2 ซอย53จันทร์ศรีชวาลา ถนนรามคำแหง ต.วังทองหลาง อ.เขตวังทองหลาง จ. กรุงเทพมหานคร	56	2
50	วัลย์ลดา เพลส	71/1 ซอย53 (จันทร์ศรีชวาลา) ต.วังทองหลาง อ.เขตวังทองหลาง จ. กรุงเทพมหานคร	56	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
51	บางกอกบูติค โฮเต็ล	21 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	56	2
52	รีโน	40 ซอยเกษมสันต์1 ถนนพระราม1 ต.วังใหม่ อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	58	2
53	ราชดำเนินเพลส	90 ถนนราชดำเนินกลาง ต.บวรนิเวศ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	59	2
54	อิสระ ซิตี้ โฮเต็ล	495 ซอยสารภี12 ถนนอิสระภาพ ต.สมเด็จเจ้าพระยา อ.เขตคลองสาน จ. กรุงเทพมหานคร	59	1
55	ศรีวงเวียนใหญ่	214/12 ถนนอินทรพิทักษ์ ต.หิรัญรูจี อ.เขตธนบุรี จ.กรุงเทพมหานคร	59	1
56	สมานมิตร	25 ถนนกระออม ต.วัดโสมนัส อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	60	2
57	สวนมะลิ	146, 152, 432 ถนนเฉลิมเขตร์ 1 ต.วัดเทพศิรินทร์ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ. กรุงเทพมหานคร	60	2
58	กรีนอินน	25 ซอย6ถนนราชพฤกษ์ ต.บางจาก อ.เขตภาษีเจริญ จ.กรุงเทพมหานคร	60	2
59	นีโอลักซ์ สวีท	6/1 ซอย31(สวัสดี) ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	60	2
60	สกาย	88/8 ซอยรื่นฤดี ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	60	2
61	ฉิมพลี	861 ถนนพัฒนาการ ต.สวนหลวง อ.เขตสวนหลวง จ.กรุงเทพมหานคร	60	2
62	สยาม สวาน่าโฮเต็ล(ภักดี)	359/1 ซอยพญานาค ถนนเพชรบุรี ต.ถนนเพชรบุรี อ.เขตราชเทวี จ. กรุงเทพมหานคร	62	2
63	ศรีทอง	598 ซอยพญานาค ถนนเพชนบุรี ต.ถนนเพชรบุรี อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	62	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
64	หรรษา	3/250 ซอยมหาดเล็กหลวง2 ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	62	2
65	มิตรไพศาล	66 ซอยวรพงษ์ ถนนสามเสน ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	63	2
66	คราวน์	503 ซอยหลักเขต 29 ถนนสุขุมวิท ต.*คลองตัน อ.เขตพระโขนง จ. กรุงเทพมหานคร	63	2
67	โกลเด้นพาเลซ	15 ซอยร่วมฤดี ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	65	2
68	โฮปแลนด์	35 ซอย24 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	65	2
69	ชวาลา	1055/3 เยาวราช ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	66	2
70	ลันตานารีสอร์ท	229 ถนนรัชดาภิเษก ต.ดินแดง อ.เขตดินแดง จ.กรุงเทพมหานคร	66	2
71	นิวฟูจิ	ถนนสุรวงศ์ ต.สุริยวงศ์ อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	66	1
72	แกเล็คซี่ รีสอร์ท	38/8 หมู่4 ถนนมัยลาภ ต.จรเข้บัว อ.เขตลาดพร้าว จ.กรุงเทพมหานคร	67	2
73	โอ๊ควู๊ด เรสซเดนซ์ ทองหล่อ กรุงเทพ	113 ซอยอรรคพัฒน์ ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	67	2
74	ยูเนียน	101/3 ถนนวิสุทธิกษัตริย์ ต.บางขุนพรหม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	68	1
75	สุขนิรันดร	684 ถนนวิสุทธิกษัตริย์ ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	68	2
76	ศรีวิวัฒน์	526 ถนนวิสุทธิกษัตริย์ ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	69	2
77	ศรีกรุงเทพ	5 ถนนศิริพงษ์ ต.สำราญราษฎร์ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	70	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
78	เฟรเชอร์ เพลส เออร์บานา หลังสวน	55 ซอยหลังสวน ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	70	3
79	โรแมนซ์ เซอวิส อพาร์ทเม้นท์	19 ซอยอภิวัฒน์ ถนนศรีนครินทร์ ต.หนองบอน อ.เขตประเวศ จ.กรุงเทพมหานคร	70	2
80	ปริ้นซ์ตั้น พาร์ค สวีท	59 ถนนมิตรไมตรี ต.ดินแดง อ.เขตดินแดง จ.กรุงเทพมหานคร	70	3
81	สวอน	31 ถนนเจริญกรุง ต.บางรัก อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	72	2
82	โรแมนซ์ โฮเทล	99/19 ซอย 65 ถนนศรีนครินทร์ ต.หนองบอน อ.เขตประเวศ จ.กรุงเทพมหานคร	72	2
83	นานาไฮโซ	88ซอย3ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	72	3
84	เซ็นเตอร์พอย โฮเทล แอนด์ เรซิเดนซ์	60 ซอยต้นสน ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	72	3
85	นูโวซิตี้	100 ตรอกวัดตรีทศเทพ ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	72	3
86	ลักษ์ชัวร์รี่สวีท	99 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ต.บางอ้อ อ.เขตบางพลัด จ.กรุงเทพมหานคร	73	3
87	สหายสหะกิจ สาขา 1	446-448 ถนนรองเมือง ต.รองเมือง อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	74	1
88	พี.เจ.วอเทอร์เกตโฮเต็ล	467 ถนนราชปรารภ ต.มักกะสัน อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	74	2
89	ไชน่าทาวน์	526 ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	74	2
90	ปารีส	656/148 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ต.บางยี่ขัน อ.เขตบางพลัด จ.กรุงเทพมหานคร	74	2
91	ศิวาเทล กรุงเทพ	53 ถนนวิทยุ ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	75	3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
92	ฮันนี่	29-31 ซอย19 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	75	2
93	บางกอกรีสอร์ท	9/19 ถนน โยธินพัฒนา ต.ลาดพร้าว อ.เขตลาดพร้าว จ.กรุงเทพมหานคร	75	2
94	เอส 15 สุขุมวิท โฮเต็ล	217 ซอย15 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	75	3
95	เบส เวสเทิร์น พลัส แอท ทเว็นตี้ สุขุมวิท	17 ซอยสุขุมวิท 20 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	75	2
96	โรส	118 ถนนสุรวงศ์ ต.สุริยวงศ์ อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	76	2
97	ไดนาสตี้ แกรนด์	26 ซอย6 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	76	2
98	999	70/1 ถนนเอกมัย ต.พระโขนงเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	77	2
99	เอเวอร์กรีนเพลส กรุงเทพฯ	318 ถนนพญาไท ต.ถนนเพชรบุรี อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	77	3
100	สุภาพ	24 ซอย อินทามระ1 ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	78	1
101	บางกอกรามา	1768 ถนนพัฒนาการ ต.สวนหลวง อ.เขตสวนหลวง จ.กรุงเทพมหานคร	78	2
102	ออลซีซันส์ สาทร	31 ถนนสาทรใต้ ต.ทุ่งมหาเมฆ อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	78	2
103	อนันตรา กรุงเทพ สาทร (สาทร เฮอริเทจ)	36 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ ต.ยานนาวา อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	78	3
104	เรดิสัน สวีท กรุงเทพ สุขุมวิท	23-ก.พ. ซอย13ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	78	3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
105	ลีแกซี่ สวีท จำกัด	12 ซอย28(หลักเขตต์) ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	78	3
106	ดรีม โฮเต็ล กรุงเทพ	10 ถนนสุขุมวิท ซอย 15 ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	78	3
107	เซนต์เจมส์	18 ถนนสุขุมวิท ซอย 26 ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	78	3
108	พัฒนา28	233 ถนนสามเสน ต.วัดสามพระยา อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	79	1
109	เวียงสำราญ	149 ตรอกสาเก ต.บวรนิเวศ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	79	1
110	ศิริดา เพลซ	278 ถนนวิภาวดีรังสิต ต.จอมพล อ.เขตจตุจักร จ.กรุงเทพมหานคร	79	3
111	กรีน โฮเต็ล	96 ถนนพะเนียง ต.วัดโสมนัส อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
112	ชิทดีนส์ สุขุมวิท16	38 ซอย16 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
113	กรีนวิลเลจ รีสอร์ท	27,29,31,33,35 ซอย6 ถนนราชพฤกษ์ ต.บางจาก อ.เขตภาษีเจริญ จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
114	โอ๊ควู๊ด เรสสิเดนซ์สุขุมวิท24	15 ซอย24 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
115	พาร์ค พลาซ่า สุขุมวิท	16 ถนนรัชดาภิเษก ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
116	เอส 31	217 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	79	3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
117	ซีทรัส สุขุมวิท22กรุงเทพ	14/4 ซอย 22 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
118	รามาดา แอนด์ สวีท	22 ซอย12 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	79	3
119	โกลเด้น เพิร์ล	101/1 ถนนสุขุมวิท ต.บางจาก อ.เขตพระโขนง จ.กรุงเทพมหานคร	79	2
120	ฤทธิ์	36/1 ซอยเกษมสันต์ 1 ถนนพระราม 1 ต.วังใหม่ อ.เขตปทุมวัน จ. กรุงเทพมหานคร	79	3
121	ปิคนิค	39 ซอยรางน้ำ ถนนพยาไท ต.ถนนพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	79	2

ที่มา: ส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง (2555)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 รายชื่อโรงแรมขนาดกลาง

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
1	เอ็มบาสซี่	21 ซอยกอเตย ถนนประดิพัทธ์ ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	80	2
2	กรุงธน	226 ถนนจรัลสนิทวงศ์ ต.บางยี่ขัน อ.เขตบางพลัด จ.กรุงเทพมหานคร	81	2
3	เธียรสินอินทร์	207/2 หมู่8 ถนนประชาอุทิศ ต.ราษฎร์บูรณะ อ.เขตราษฎร์บูรณะ จ.กรุงเทพมหานคร	85	1
4	กรุงไทย	4 ซอยเลิศปัญญา ถนนรางน้ำ ต.ถนนพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	87	2
5	อนันตรา บ้านราชประสงค์ เซอวิส สวีท	3 ซอย19(วัฒนา) ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	89	3
6	ธำรงอินทร์	665/3 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ต.อรุณอมรินทร์ อ.เขตบางกอกน้อย จ.กรุงเทพมหานคร	91	2
7	ไนแอการา	26 ซอยศึกษาวิทยา ถนนสีลม ต.สีลม อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	91	2
8	เฟเดอรัล	27 ซอย11 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	93	2
9	ธนบุรีโฮเต็ล	277/4 ถนนลาดหญ้า ต.สมเด็จเจ้าพระยา อ.เขตคลองสาน จ.กรุงเทพมหานคร	94	2
10	ตรัง	99/1 วิสุทธิกษัตริย์ ต.บางขุนพรหม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	95	3
11	โกลเด้นฮอส	5/1-2 ถนนดำรงรักษ์ ต.บ้านบาตร อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	96	3
12	วินเซอร์	10 ซอย 20 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	97	3
13	สุริยวงศ์	31/1 33 ถนนสุริยวงศ์ ต.สุริยวงศ์ อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	100	2
14	โฮเต็ล เดม็อค	78 ถนนประชาธิปไตย ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	100	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
15	โกลเด้นเชน	231 ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	105	1
16	เค.ดี.	115/6 ถนนประชาธิปไตย ต.บางขุนพรหม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	105	4
17	เมย์แฟร์	60 ซอยหลังสวน ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	106	3
18	ฟอร์จูน่า	19 ซอย5 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	107	2
19	ฟลอริดา	43 ถนนพญาไท ต.ทุ่งพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	107	3
20	เทียนทอง	63 ซอย2 ถนนรองเมือง ต.รองเมือง อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	107	2
21	แฮปปี้อิน	102 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ต.อรุณอมรินทร์ อ.เขตบางกอกน้อย จ.กรุงเทพมหานคร	109	2
22	45	34-36 ซอยเสนาร่วม ถนนพหลโยธิน ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	109	2
23	ปลื้มดี32	271 ถนนสุทธสาร ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	112	2
24	ชาเทรียม	28 ถนนเจริญกรุง ต.วัดพระยาไกร อ.เขตบางคอแหลม จ.กรุงเทพมหานคร	114	3
25	นครพิงค์	9/1 ซอยวรพงษ์ ถนนสามเสน ต.บ้านพานถม อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	118	1
26	เฟรเชอร์ สวีท สุขุมวิท	38/8 ซอย11(ไชยยศ) ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	119	3
27	มาเลเซีย	ซอยงามดูพลี ถนนพระราม4 ต.ทุ่งมหาเมฆ อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	120	2
28	มิตรภาพเทียร่า	3 ซอยบุญอยู่ ถนนดินแดง ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	120	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
29	กรุงเกษมศรีกรุง	1860 ถนนกรุงเกษม ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	120	2
30	วีโฮเต็ล กรุงเทพ	117/39-40 ถนนพญาไท ต.ถนนพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	123	3
31	ไทยไมอามี่	2 ซอย13 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	123	2
32	มดอินน์โฮเต็ล	24 หมู่4 ถนนธนบุรี-ปากท่อ ต.บางมด อ.เขตจอมทอง จ.กรุงเทพมหานคร	124	2
33	รอยัลแปซปิค	335 ถนนพระราม9 ต.บางกะปิ อ.เขตห้วยขวาง จ.กรุงเทพมหานคร	124	2
34	ตากสินโฮเต็ล	95 ซอยตากสิน37 ถนนพระเจ้าตากสิน ต.บุคคโล อ.เขตธนบุรี จ.กรุงเทพมหานคร	124	1
35	สุดาพาเลซ	24 ถนนสุทธิสาร ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	125	3
36	คริสตัล	65 ซอยนาทอง ถนนรัชดาภิเษก ต.ดินแดง อ.เขตดินแดง จ.กรุงเทพมหานคร	125	3
37	พาร์ค พลาซ่า บางกอก อโศก	18 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	125	2
38	ฮอลิเดย์ อินน์กรุงเทพ สีลม	981 ถนนสีลม ต.สีลม อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	127	3
39	พาร์ค	6 ซอย7 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	128	3
40	พี.บี.	40 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	128	2
41	มิราม่า	777 ถนนมหาไชย ต.วังบูรพาภิรมย์ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	128	3
42	อมารี เรสซิเดนซ์ กรุงเทพ	36ซอยศูนย์วิจัย ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ต.บางกะปิ อ.เขตห้วยขวาง จ. กรุงเทพมหานคร	128	4
43	ไทเป	422 ถนนมิตรพันธ์ ต.ป้อมปราบ อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	129	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
44	ชิทาดีนซ์ แบ็งคอก สุขุมวิท8	77/1 ซอย8 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	130	2
45	โอ๊ควู๊ด อพาร์ทเม้นท์ ทริล เลียนท์ สุขุมวิท18	26 ซอย18 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	131	2
46	พยาไท99	35/16 ถนนพญาไท ต.ถนนพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	132	2
47	ซีทาดีนส์ แบ็งคอก สุขุมวิท11	22/2 ซอย11 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	134	2
48	พชร สวีท	22 ซอย6 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	134	3
49	สวีทอินน์	22/99 ถนนลาดพร้าว ต.ลาดยาว อ.เขตจตุจักร จ.กรุงเทพมหานคร	135	2
50	ซีทาดีนส์ แบ็งคอก สุขุมวิท23	37/7 ซอย23 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	138	2
51	นิวโทรคาเดโร	343 ถนนสุรวงศ์ ต.สุริยวงศ์ อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	138	2
52	นิวเอ็มไพร์	ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	140	2
53	เร็กซ์	362/1 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	141	2
54	โอเรียนเต็ล เรสซีเดนซ์ กรุงเทพ	110 ถนนวิทยุ ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	145	3
55	จรัลโฮเต็ล (111)	445/33 ถนนจรัลสนิทวงศ์ ต.บางขุนศรี อ.เขตบางกอกน้อย จ.กรุงเทพมหานคร	146	2
56	ไทปัน	25 ซอย 23 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	146	3
57	เลอ ฟินิกส์	33/33 ซอย11 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	147	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
58	เวียงเหนือ	21/36 ซอยรางน้ำ ถนนพญาไท ต.ทุ่งพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	149	1
59	เอ็มโพเรียม สวีท	622 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	149	3
60	เวสคอิน โฮเต็ล	68 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ต.วัดท่าพระ อ.เขตบางกอกใหญ่ จ.กรุงเทพมหานคร	150	2
61	มายเลดี้ส์	286 ซอย122 มหาดไทย ถนนลาดพร้าว ต.วังทองหลาง อ.เขตวังทองหลาง จ. กรุงเทพมหานคร	150	2
62	สุขุมวิท คราวน์	7 ซอย 6 ถนนสุขุมวิท ต.*คลองเตย อ.เขตพระโขนง จ.กรุงเทพมหานคร	152	2
63	อะริสตั้น	19ซอย24 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	152	4
64	ทองพูน	136 ถนนรองเมือง ต.รองเมือง อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	153	3
65	สุขสวัสดิ์ 19 อินน์	หมู่1 ถนนสุขสวัสดิ์ ต.บางปะกอก อ.เขตราษฎร์บูรณะ จ.กรุงเทพมหานคร	153	1
66	ออลซีซั่นส์ โกลด์ ออร์คิด	375 ถนนวิภาวดีรังสิต ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	154	3
67	แกรนด์ไชน่าปริ๊นเซส	215 ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	155	4
68	รัชดา รีสอร์ทและสปา	544 ถนนรัชดาภิเษก ต.ดินแดง อ.เขตดินแดง จ.กรุงเทพมหานคร	155	2
69	เดอะเดวิส กรุงเทพ	88 ซอย24 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	156	3
70	ซีนีท สุขุมวิท กรุงเทพฯ	29/117 ถนนสุขุมวิท 3 ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	160	3
71	ปีปอิน	56 ถนนสุขาภิบาล3 ต.หัวหมาก อ.เขตบางกะปิ จ.กรุงเทพมหานคร	160	2
72	ไลค์อิน	3562 ถนนสุขุมวิท ต.บางนา อ.เขตบางนา จ.กรุงเทพมหานคร	162	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
73	วิคทรี แบงค์กอก(ออลซีซันส์ อนุสาวรีย์)	89 ซอย3 ถนนพหลโยธิน ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	162	3
74	เซ็นเตอร์พอยต์ โฮเทล แอนด์ เรซิเดนซ์	6 ซอยสมประสงค์3 ต.ถนนพญาไท อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	162	3
75	เซ็นเตอร์พอยต์ โฮเทล แอนด์ เรซิเดนซ์	39 ซอย10 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	162	3
76	นิวฉิมพลี	861 ถนนพัฒนาการ ต.สวนหลวง อ.เขตสวนหลวง จ.กรุงเทพมหานคร	163	2
77	เอเวอร์กรีน ลอเรล กรุงเทพ	88 ถนนสาทรเหนือ ต.สีลม อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	164	3
78	โฮเทล มิวส์	55/555 ซอยหลังสวน ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	166	3
79	รอยัลปริ้นเซส	269 ถนนหลานหลวง ต.วัดโสมนัส อ.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย จ.กรุงเทพมหานคร	167	3
80	นาซ่าการ์เด้น	84 ซอย 20 มิถุนา11 ถนนสุทธิสาร ต.สามเสนนอก อ.เขตห้วยขวาง จ.กรุงเทพมหานคร	167	3
81	บูรพาสามยอด	160/14 ถนนเจริญกรุง ต.วังบูรพาภิรมย์ อ.เขตพระนคร จ.กรุงเทพมหานคร	168	2
82	โรสอินน์	656/346 ซอยศรีประชา ถนนจรัลวนิทวงศ์ ต.บางยี่ขัน อ.เขตบางพลัด จ. กรุงเทพมหานคร	172	2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
83	แกรนด์ไดมอนสวีท	888/1, 13-19, 425-610 ถนนเพชรบุรี ต.ถนนเพชรบุรี อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	176	3
84	บางกอกชฎา	188 ถนนรัชฎาภิเษก ต.ห้วยขวาง อ.เขตห้วยขวาง จ.กรุงเทพมหานคร	176	3
85	เมโทรโพลีเทน	27 ถนนสาทรใต้ ต.ทุ่งมหาเมฆ อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	177	4
86	เดอะแอสคอท สาทร	187 ถนนสาธรใต้ ต.ยานนาวา อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	177	3
87	โนโวเทล กรุงเทพ ฟินิกส์ สีลม	320ถนนสีลม ต.สุริยวงศ์ อ.เขตบางรัก จ.กรุงเทพมหานคร	178	2
88	พินนาเคิล ลุมพินี โฮเต็ลแอนด์ สปา	17 ซอยงามดูพลี ถนนพระราม4 ต.ทุ่งมหาเมฆ อ.เขตสาทร จ.กรุงเทพมหานคร	179	3
89	เวนิส	1 ซอย35 ถนนเจริญนคร ต.บางลำภูล่าง อ.เขตคลองสาน จ.กรุงเทพมหานคร	180	2
90	ออลซีซันส์ กรุงเทพ สยาม	97 ถนนราชปรารภ ต.มักกะสัน อ.เขตราชเทวี จ.กรุงเทพมหานคร	182	3
91	ทองธารา	9/99 ถนนเจริญกรุง ต.บางคอแหลม อ.เขตบางคอแหลม จ.กรุงเทพมหานคร	184	3
92	เดอะลอร์ด พาเลซ โฮเต็ล แอนด์ สปา	8 ถนนรัชดาภิเษก ต.ดินแดง อ.เขตดินแดง จ.กรุงเทพมหานคร	185	2
93	รามาดา อังคอร์	21 ถนนสุขุมวิท ซอย 11 ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	188	3
94	แอนดา	3245 ถนนรามคำแหง ต.หัวหมาก อ.เขตบางกะปิ จ.กรุงเทพมหานคร	188	3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ข 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	ที่ตั้ง	จำนวนห้องพัก	ประเภท
95	นิรันดร์แกรน	81/1 ซอย103 ถนนสุขุมวิท ต.บางนา อ.เขตบางนา จ.กรุงเทพมหานคร	190	3
96	แมรฮัตตั้น	13 ซอย 15 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตยเหนือ อ.เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร	196	2
97	ลิเบอร์ตี้การ์เดนโฮเต็ล	215 ถนนประดิพัทธ์ ต.สามเสนใน อ.เขตพญาไท จ.กรุงเทพมหานคร	196	2
98	อิมพีเรียลธารา	18/1 ซอย26 ถนนสุขุมวิท ต.คลองตัน อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	196	3
99	เอวัน โฮเต็ล	5 ซอยศูนย์วิจัย ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ต.บางกะปิ อ.เขตห้วยขวาง จ.กรุงเทพมหานคร	197	2
100	ดุสิตปริ้นเซส	53 ถนนศรีนครินทร์ ต.หนองบอน อ.เขตประเวศ จ.กรุงเทพมหานคร	198	3
101	ไวท์ออคิด	409-421 ถนนเยาวราช ต.สัมพันธวงศ์ อ.เขตสัมพันธวงศ์ จ.กรุงเทพมหานคร	199	2
102	ไอบิส กรุงเทพ นานา	41 ซอย4 ถนนสุขุมวิท ต.คลองเตย อ.เขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร	200	3
103	เซนตรีจิส กรุงเทพ	159 ถนนราชดำริ ต.ลุมพินี อ.เขตปทุมวัน จ.กรุงเทพมหานคร	200	3

ที่มา: ส่วนรักษาความสงบเรียบร้อย 3 สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง (2555)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ค

การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในต่างประเทศ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ค 1 การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในต่างประเทศ

ตารางการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนี้รวบรวมจากการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในบริษัทต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการจำแนกหากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ และนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังตารางผนวกที่ 1

กิจกรรม / บริษัท	จัดตั้งองค์กรไม่แสวงกำไร	ปรับปรุงโรงพยาบาลเด็ก	การบริจาค	สนับสนุน/ร่วมมือเพื่อสังคม	ให้คำปรึกษาแก่ พนง.	การศึกษา/การฝึกอบรม พนง.	สนับสนุน พนง. เป็นอาสาสมัคร	สภาพแวดล้อมที่ทำงาน	สุขภาพ/ความปลอดภัยของ พนง.	ส่งเสริมการจ้างงาน
1. Siddhalepa Ayurveda				✓						
2.Filo Diretto	✓	✓	✓	✓			✓	✓		
3.Plus Utizendkrachten				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.Connaught Electronics										
5.Gulpener Bier									✓	
6.Pgkim										
7.Dorf-Installateur				✓		✓		✓		✓
8. SMEs ประเทศญี่ปุ่น				✓		✓	✓		✓	
9. SMEs สหราชอาณาจักร			✓	✓		✓	✓		✓	✓
10.Ben&Jerry's			✓	✓						✓

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ค 1 (ต่อ)

กิจกรรม บริษัท	คุณภาพสินค้า/บริการ	นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวด ล้อม	ความพึงพอใจของลูกค้า	Supply chain	ใช้พลังงานทดแทน/ลดการใช้พลังงาน	คู่ค้า	สนับสนุน/ให้ความรู้ด้านสังคมสิ่งแวดล้อม	สนับสนุน/สร้างสังคมสำหรับเยาวชน	ลดการใช้สารเคมี การทิ้งขยะ การปล่อยของเสีย	สร้างที่อยู่อาศัยสัตว์จรจัด
1. Siddhalepa Ayurveda	✓	✓	✓		✓		✓		✓	
2.Filo Diretto										
3.Plus Utizendkrachten										
4.Connaught Electronics	✓	✓	✓							
5.Gulpener Bier				✓	✓	✓				
6.Pgkim					✓		✓	✓	✓	✓
7.Dorf-Installateur	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	
8. SMEs ประเทศญี่ปุ่น					✓		✓		✓	
9. SMEs สหราชอาณาจักร	✓	✓			✓	✓		✓	✓	
10.Ben&Jerry's	✓			✓		✓		✓	✓	

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ค 1 (ต่อ)

กิจกรรม บริษัท	การให้ความรู้ที่ตนเชี่ยวชาญแก่บุคคลภายนอก	การปฏิบัติตามกฎหมาย	การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว	ความเสมอภาคโอกาสในการจ้างงาน	ระบบการสรรหาพนง.	การประเมินพนง.	ได้รับความเอาใจใส่จากผู้บริหารระดับสูง	ความสมดุลของชีวิตการทำงาน	สิทธิมนุษยชน
1. Siddhalepa Ayurveda	✓	✓	✓							
2.Filo Diretto		✓								
3.Plus Utizendkrachten		✓								
4.Connaught Electronics		✓								
5.Gulpener Bier		✓								
6.Pgkim		✓								
7.Dorf-Installateur	✓	✓								
8. SMEs ประเทศญี่ปุ่น		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. SMEs สหราชอาณาจักร	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	
10.Ben&Jerry's	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ค 1 (ต่อ)

กิจกรรม บริษัท	B2B	รายงานด้านสิ่งแวดล้อม	ตรวจประเมิน CSR	การซ่อมบำรุงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ราคาที่เหมาะสม	ข้อมูลสินค้า/บริการตามจริง	การบริหารองค์กร	การขนส่งสีเขียว	การดำเนินงานที่เป็นธรรม	สวัสดิการพนักงาน
1. Siddhalepa Ayurveda										
2.Filo Diretto										
3.Plus Utizendkrachten										✓
4.Connaught Electronics				✓	✓					
5.Gulpener Bier										
6.Pgkim										
7.Dorf-Installateur				✓						
8. SMEs ประเทศญี่ปุ่น										✓
9. SMEs สหราชอาณาจักร	✓	✓	✓	✓						
10.Ben&Jerry's						✓	✓			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ ค 1 (ต่อ)

กิจกรรม / บริษัท	การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	การกำจัดขยะ	การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
1. Siddhalepa Ayurveda	✓	✓	
2.Filo Diretto			
3.Plus Utizendkrachten	✓		
4.Connaught Electronics			
5.Gulpener Bier			
6.Pgkim			
7.Dorf-Installateur			
8. SMEs ประเทศญี่ปุ่น	✓		
9. SMEs สหราชอาณาจักร			
10.Ben&Jerry's			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาววรฎิฐา สิทธิมาลิก
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 17 เดือนกันยายน พ.ศ. 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดอุดรธานี
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (อุตสาหกรรมท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศิลปศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์