บทความวิจัย

ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา : พื้นที่พัทยา

Issues Corporate Social Responsibility (CSR) has Resulted in The Improvement Potential Competitiveness of Tourism Case Study: Pattaya

พิมสิริ เบอร์

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว“ กรณีศึกษา : พัทยา ซึ่งประสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการเลือกตัวอย่างกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในชุมชนพื้นที่พัทยาโดยใช้วิธีการเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างได้จากการประมาณค่าร้อยละโดยกำหนดความคลาดเคลื่อนในการประเมินการไม่เกิน 5 % และระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจากการสำรวจจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและมีอาชีพส่วนใหญ่ค้าขายประกอบธุรกิจส่วนตัวสถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน 20,000 – 30,000 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยาซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็นประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นผู้บริโภค ประดีนการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน พบว่า ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูง กล่าวคือ ถ้าเมืองพัทยามีความพร้อมด้านสิ่งแวดล้อมมากจะมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านประเด็นผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูง กล่าวคือ ถ้าเมืองพัทยามีความพร้อมด้านประเด็นผู้บริโภคมากจะมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูง กล่าวคือ ถ้าเมืองพัทยามีความพร้อมด้านการมีส่วนร่วมและการพันาชุมชนมากจะมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

Abstract

This research is aimed to study the concept of social responsibility (CSR) affected the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places in the locality of Pattaya. The independent variable is the characteristic demography and three concepts of social responsibility (CSR) are the concept of environment, concept of consumer and concept of participation and development of the community. The dependent variable is the effect to the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places in the locality of Pattaya. The sampling

group is the population in the locality of Pattaya numbering 400 persons by using the questionnaires in collecting the statistical information used for analyzing the information, i.e. the percentage, average, standard deviation and hypothesis test by Independent T-test, One Way Annova and statistic of Person Correlation at the statistical significance level of 0.05.

The result of hypothesis test at the statistical significance level of 0.05 is found that the population residing in the locality of Pattaya for the factor of the different personal characteristics have differently opined to the concept of social responsibility (CSR) affected the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places significantly at the statistical level of 0.05.

When classifying into the concepts, it is found that the concept of social responsibility (CSR) on the environment is related to the factor affected the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places significantly at the statistical level of .05 and the relation is in compliance with the same direction in the high level, i.e. if the community has more readiness on the environment, there will be more potentiality in the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places.

The concept of social responsibility (CSR) on the consumer is related to the factor affected the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places significantly at the statistical level of .05 and the relation is in compliance with the same direction in the high level, i.e. if the community has more readiness on the consumer, there will be more potentiality in the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places.

The concept of social responsibility (CSR) on the participation and development of the community is related to the factor affected the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places significantly at the statistical level of .05 and the relation is in compliance with the same direction in the high level, i.e. if the community has more readiness on the participation and development of the community, there will be more potentiality in the enhancement of competition potentiality of the tourist attraction places.

คำสำคัญ : ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) การเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ความรับผิดชอบต่อสังคม(Corporate Social Responsibility : CSR) ถือเป็นกระแสที่กำลังได้รับความนิยมจากสังคมในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นวงการวิชาการสาขาต่างๆ ทั้งในประเด็นแรงงาน สิทธิมนุษยชนสิ่งแวดล้อม คาดว่าแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม จะเป็นตัวกำหนดทิศทางใหม่ของการดำเนินธุรกิจ การค้าระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัฒน์ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility : CSR เป็นความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่การป้องกัน รักษา ปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ เป็นแนวปฏิบัติที่เริ่มต้นจากภายในองค์กรออกไปสู่สังคมในวงกว้างโดยมีพื้นฐานขั้นต้นให้ปฏิบัติตามกฎหมาย มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากล และมีจริยธรรมทางสังคม และเป็นไปตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรหลังจากยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม(ISO 26000,2550)

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษา “ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา : พื้นที่พัทยา ในหลายประเทศให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากจึงส่งผลให้อุตสาหกรรมด้านนี้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมหาศาล จากตัวเลข

รายได้ขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization–WTO,1995) ระบุว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบมากขึ้นจากการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศสามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมากและคาดการณ์ได้ว่าภาวการณ์ท่องเที่ยวจะคงสดใสอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการพักผ่อนและความสะดวกสบายในรูปแบบต่างๆ (ศูนย์กสิกรไทย, 2553)

พัทยา เป็นพื้นที่ที่อยู่ในจังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่พึงพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากธรรมชาติอันสวยงาม การคมนาคมสะดวก มีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอดปี มีธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีการลงทุนจำนวนมากในย่านพื้นที่พัทยา ในขณะที่ศักยภาพการสร้างรายได้ยังมีแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่อง ในทางกลับกันก็ยังมีความสำคัญที่สังคมไทยต้องตระหนักคือความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีตระหนักถึงความสำคัญส่วนนี้จึงเกิดความสนใจในการศึกษาคือ ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) 3 ประเด็นได้แก่ สิ่งแวดล้อม (The Environment) ประเด็นผู้บริโภค (Consumer Issues) และการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความรับผิดชอบที่สังคมต้องดูแลหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างดีและสามารถพัฒนาให้เกิดศักยภาพให้ดียิ่งขึ้นต่อไป จึงเป็นที่มาของการตั้งคำถามในครั้งนี้

คำถามในการวิจัย

ศึกษาประเด็นหลักความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) 3 ประเด็น ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (The Environment) ประเด็นผู้บริโภค (Consumer Issues) และ การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

2. เพื่อศึกษาถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ประเด็นหลัก 3 ประเด็นหลัก สิ่งแวดล้อม (The Environment) ประเด็นผู้บริโภค (Consumer Issues)การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน(Community Involvement and Development) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

ขอบเขตในการวิจัย

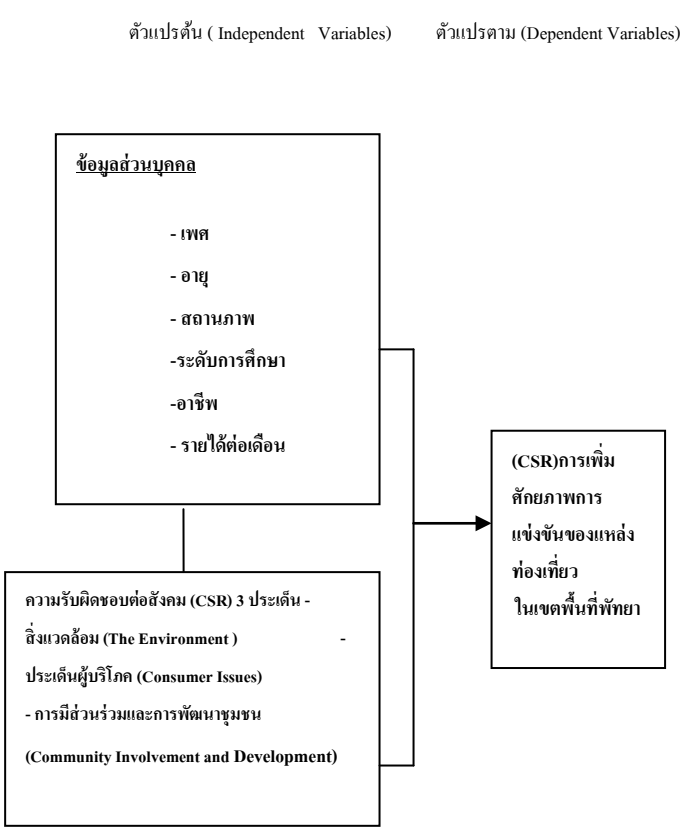
การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาในการนำหลักประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ประเด็นหลัก สิ่งแวดล้อม(The Environment)ประเด็นผู้บริโภค (Consumer Issues)การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) เพื่อทำการศึกษาในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา : พัทยา

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ประเด็นผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework)



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.เพื่อให้เข้าใจถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

2. เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) โดยคำนึงถึงการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและสามารถใช้ได้กับองค์กรทุกประเภทในเขตพื้นที่พัทยา

3. เพื่อเป็นแนวทางองค์กรได้นำไปประยุกต์ใช้ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ช่วยลดปัญหาและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเขตพื้นที่พัทยา

4. เพื่อทำให้มีการจัดการด้านพลังงาน และการใช้ทรัพยากรที่ดี ช่วยเสริมสร้างชุมชน และสังคมในเขตพื้นที่พัทยาให้เข้มแข็ง

5.เพื่อพัฒนาสังคมพื้นที่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยาให้มีความสมดุลโดยธรรมชาติและมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามหัวข้อดังนี้

1 แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคม (CSR DIW), (CSR26000)

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบขององค์กรต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการตัดสินใจหรือกิจกรรมขององค์กรรวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร ผ่านพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจรรยาบรรณซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสวัสดิการของสังคม คำนึงถึงความคาดหวังของผู้ส่วนได้เสียเป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับพฤติกรรมตามมาตรฐานสากลโดยบูรณาการทั่วทั้งองค์กร (CSR-DIW 26000, 2552)
ประเด็นการพิจารณาด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้ ISO 26000 ประกอบด้วย 4 หลักการ
สำคัญ ได้แก่

1) หลักความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม

2) หลักการป้องกันการเกิดผลกระทบ

3) หลักการจัดการด้านความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk Management)

4) หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย โดยมีการพิจารณาในเรื่องการจัดการตลอดวัฏจักรชีวิต

กระบวนการผลิตที่สะอาดและมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงระบบผลิตภัณฑ์และบริการ (Product-Service System Approach) การใช้เทคโนโลยีที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดของประเด็นการพิจารณาด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ 1 การป้องกันมลพิษ ประกอบด้วย การปล่อยมลพิษสู่อากาศการระบายสู่แหล่งน้ำ กากของเสีย การใช้และการปลดปล่อยสารพิษและสารเคมีอันตราย และอื่นๆ เช่น เสียง สั่นสะเทือน (Other Identifiable Forms of Pollution)

ประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ 2 การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำและการเข้าถึงแหล่งน้ำและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ 3 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมขององค์กรและการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ 4 การป้องกันและการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติประกอบด้วย การปกป้อง ฟื้นฟูระบบนิเวศ การปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพการใช้ที่ดินและทรัพยากรอย่างยั่งยืน และการพัฒนาเมืองและชนบท

สามารถสรุปได้ว่ามาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ISO26000 มีความต่างจากมาตรฐาน ISO อนุกรมอื่นๆคือเป็นเพียงแนวทางการปฏิบัติอย่างกว้างๆที่องค์กรควรนำไปพิจารณาในการดำเนินงานเพิ่มเติมและดำเนินการด้วยความสมัครใจ

นอกจากนี้องค์กรที่นำCSRมาประยุกต์ใช้ในองค์กรส่วนใหญ่จะเผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณชนเป็นประจำทุกปีอาจจะนำเสนอในรูปแบบรายงานประจำปีหรือรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน(Sustainability Report)โดยใช้ดัชนีชี้วัดที่สามารถแสดงถึงผลการดำเนินงานได้ทั้งทุกมิติ เช่น ดัชนีชี้วัดที่พัฒนามาจาก DJI(Dow Jones Indexes) GRI (Global Reporting Initiative) ทั้งนี้ข้อมูลที่นำมาใช้รายงานผลการดำเนินงาน ต้องมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ มีความน่าเชื่อถือ และมีความถูกต้อง

2 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจ หรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆอาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2525)

พัทนัม (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2549; อ้างอิงจาก Putnam. 1993: 15) กล่าวไว้ว่าชุมชนจะเข้มแข็งและมีศักยภาพได้นั้นเพราะคนในชุมชนมีน้ำใจมีจิตสำนึกสาธารณะมีความกระตือรือร้นมีบรรทัดฐานของการพึ่งพาอาศัยกันมีเครือข่ายของการทำให้สังคมมาติดต่อสัมพันธ์กันในเรื่องที่เกี่ยวกับชุมชน มีสถานภาพทางกายภาพของชุมชนที่เหมาะสม และสมาชิกมีส่วนร่วมในงานสาธารณะของชุมชน

จิระภา ฉิมสุข (สุวิทย์ ธีรศาสวัต. 2548: 5 อ้างอิงจาก จิราภา ฉิมสุข 2544) ให้ความหมายศักยภาพของชุมชน หมายถึง ขีดความสามารถของชุมชนในอันที่จะตอบสนองความต้องการและแก้ไขสภาพปัญหาของคนส่วนใหญ่ในชุมชน รวมทั้งความสามารถของชุมชนในการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานกับคนภายนอกชุมชน ขณะเดียวกันก็ดำเนินการแก้ไขปัญหาที่มาจากภายนอกชุมชน ทั้งนี้ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อความปกติสุขในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนองค์ประกอบที่ทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพในการดำเนินงานใดๆนั้นได้แก่ โครงสร้างประชากรและระบบการปกครองอาชีพและระบบการผลิต

3 แนวทางเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว นั้นสามารถให้เกิดความยั่งยืนควรมีอย่างน้อย 3 ประการคือ

1.ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Sustainability)

1.1 การเติบโตต้องอยู่ในอัตราที่บริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพหากโตเร็วไปอาจทำให้สิ่งที่รองรับนักท่องเที่ยวด้านต่างๆไม่พร้อมไม่เพียงพอ เช่น โครงสร้างพื้นฐานคุณภาพของแรงงานและการให้บริการอาจมีผลทำให้นักท่องเที่ยวหงุดหงิดไม่พอใจขาดความนิยมไม่เดินทางมาท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจตกต่ำในระยะยาว

1.2 การเติบโตของการท่องเที่ยวอาจทำให้คนหันมาแประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหมดเกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาคอื่นๆ เช่น ภาคการเกษตร การกสิกรรม ภาคการอุตสาหกรรม

1.3 การเติบโตที่ต้องอาศัยวัสดุอุปกรณ์ แรงงานและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเป็นผลทำให้เงินตราประเทศรั่วไหลออกไปนอกประเทศ

2. ความยั่งยืนทางด้านสังคม (Social Sustainability)

2.1 การหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากเกินไปและรวดเร็วเกินไปมีผลกระทบรุนแรงต่อชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่น

2.2 การใช้จ่ายเงินอย่างง่ายดายของนักท่องเที่ยวซึ่งมีกำลังซื้อสูงกว่าคนในท้องถิ่นการใช้ชีวิตที่หรูหรา หรืออย่างอิสระเสรี ซึ่งทะลักเข้าสู่ชุมชนหนึ่งๆ อาจกลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดใจให้คนหนุ่มสาวในท้องถิ่นหลงใหลมัวเมาต่อเงินทองหรือความสำราญที่หาได้ง่ายๆ ทำให้เกิดปัญหาสังคมติดตามมามากมาย

2.3อาชีพขายตัวทั้งหญิงชาย การขายยาเสพติด การละทิ้งคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อาจนำไปสู่ความล่มสลายทางโครงสร้างวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนซึ่งมีผลทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวว่าเป็นตัวการทำให้สังคมเสื่อมซึ่งบางครั้งอาจสะท้อนออกมาในรูปของการกระทำรุนแรงต่อนักท่องเที่ยว

3.ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

3.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการควบคุมอาจกลายเป็นสิ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อมซึ่งคุณค่าหรือความเป็นตัวต้นกำเนิดของกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆเสียเอง เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่ล้นหลามความแออัดยัดเหยียดความสกปรกรุงรังและอื่นๆ

3.2 การเร่งพัฒนาโดยใช้เทคนิคก่อสร้างที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดการพังทลายอย่างถาวรของหน้าดินหาดทราย ชายทะเลสูญเสียสภาพภูมิทัศน์ ฯลฯ

3.3 การก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างในตำแหน่งที่ผิดพลาดอาจทำให้การก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างในตำแหน่งที่ผิดพลาดอาจทำให้วงจรทางธรรมชาติเกิดความแปรปรวน 3.4 การเก็บเอาพันธุ์ไม้ไปจากพื้นที่ อาจทำลายระบบนิเวศวิทยาที่เปราะบางของพื้นที่บางแห่งไป 3.5 กิจกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้เกิดปริมาณของเสียอย่างมหาศาล เช่น ของเสียน้ำเสีย อาหารเหลือ ฯลฯ ทำให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมากมาย(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัย “ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา : พัทยา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่พัทยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทำการเลือกตัวอย่างกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่เข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่พัทยาโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างได้จากการประมาณค่าร้อยละ โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนในการประเมินการไม่เกิน 5 % และระดับความเชื่อมั่น 95 %

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลมีลักษณะให้เลือกตอบทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมในเขตพื้นที่พัทยาโดยแบ่งคำถามเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ประด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นผู้บริโภค และประเด็นการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในเขตพื้นที่พัทยาเพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามและรวบรวมแบบสอบถามเพื่อศึกษาประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมใน 3 ประเด็นหลัก แบบเฉพาะเจาะจงโดยการเลือกเก็บตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในพัทยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบรูณ์ก่อนแปลงข้อมูล เพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติต่างๆ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษา ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา พัทยา โดยสรุปผลการศึกษาตามลำดับ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

2. เพื่อศึกษาถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ประเด็นหลัก 3 ประเด็นหลัก สิ่งแวดล้อม (The Environment)ประเด็นผู้บริโภค (Consumer Issues)การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน(Community Involvement and Development) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ประเด็นผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน

1.ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีจำนวน 400 รายพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 55.5 จะเห็นว่าส่วนใหญ่มีอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.75 สถานภาพ สมรสคิดเป็นร้อยละ 53.7 การศึกษา อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.25 อาชีพ จะประกอบอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 79.5 รายได้ เห็นว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 80

2.ประเด็นที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา

ประเด็นที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านมลพิษต่างๆ ปราศเสียงรบกวน ให้ห่างย่านอุตสาหกรรม ทำความสะอาดท้องถนน ทำความสะอาดสถานที่ท่องเที่ยว ร่วมมือปลูกต้นไม้ การจัดระเบียบพื้นที่ การจัดสภาพภูมิทัศน์ ไม่มีขยะตกค้าง และร่วมมือกันดูแลสถานที่พักผ่อนโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72, 3.54 3.29, 3.63, 3.57,3.65,3.69, 3.69, 3.86 และ 3.77 ตามลำดับ

2.2 ประเด็นด้านผู้บริโภค

โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา ประเด็นด้านผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่โครงการเดินทางปลอดภัย สื่อต่างๆ การเชื่อมโยงเวบ์ไซต์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ให้ความรู้สร้างจิตสำนึก เจ้าหน้าที่ดูแลเพียงพอ ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และการติดตั้งสัญญาณเตือนภัยที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13, 3.51, 3.80, 3.45 3.29, 3.80, 3.80, 3.80, 3.80, และ 3.80 ตามลำดับ

2.3 ประเด็นด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา ประเด็นด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อได้แก่ พื้นที่จัดการไม่ได้อยู่ในหมู่บ้านตนเอง ไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม ผู้นำไม่ได้ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมไม่เป็นที่รู้จัก การเดินทางมีความยากลำบาก คนครอบครัวไม่สนับสนุน ควรส่งเสริมจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก รัฐมีบทบาทกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยมีตค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86, 3.69, 3.77, 3.02, 32.81, 3.22, 3.24, 3.22, 3.00, และ 2.88 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

ปัญหาและอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว

1.การมีส่วนร่วมของผู้ที่อยู่ในชุมชนผู้มีความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวน้อย

2.ไม่มีคนคอยแนะนำ ขาดการประชาสัมพันธ์

3. มีความต้องการนำเสนอสิ่งอื่นมากกว่าความรู้

4.ไม่มีระเบียบการจัดพื้นที่ท่องเที่ยว

5.หน่วยงานทางภาครัฐไม่มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

6.ขาดการสนับสนุนในการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

7.ไม่มีหน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือแต่จะเป็นการพัฒนาโดยคนในชุมชนเองเป็นส่วนใหญ่

8.การไม่ได้รับความร่วมมือกับคนในชุมชน การขับเคลื่อนของชุมชนขึ้นอยู่กับกลุ่มแกนนำต่าง ๆ ในชุมชน ทั้งกลุ่มทุน กลุ่มประชาชน

9.ผู้นำชุมชนไม่ได้อยู่ในชุมชนจะมาเฉพาะเวลามีงาน

10.ขาดการจัดระบบการท่องเที่ยวอย่างมีแบบแผน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรส่งเสริมด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่าที่เป็นอยู่

2. คนจัดงานควรมีความรู้ในเรื่องประเพณีแหล่งการการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจะได้ดูกลมกลืนและน่าไปร่วมงาน

3. ควรแยกสถานเริงรมย์ต่างๆให้ห่างๆไกลออกไปเป็นโซนๆ

4. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในชุมชน

5. ควรลดความเร็วของยานพาหนะทุกชนิดลง

6.ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้มากกว่าเดิมและมีการอบรมให้มีมาตรฐานในการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดความรู้ได้ดี

7. ควรปลูกฝังทัศนคติในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนให้มากขึ้น

8. ควรปลูกฝังจิตสำนึกในการรักชุมชนของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์

9. ควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมการปลูกจิตสำนึกเริ่มตั้งแต่แกนนำสู่ประชาชนให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นของเราเรามีหน้าที่ต้องช่วยกันรักษาดูแลไว้ให้ลูกหลานในอนาคต

10.ควรเคร่งครัดระเบียบในการแต่งกายของนักท่องเที่ยวในการเข้าไปเยี่ยมชมสถานที่ที่คนในชุมชนให้ความเคารพ เช่น วัด

สรุป

จากคำถามงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษา ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยาทั้ง 3 ด้าน พบว่า

ด้านสิ่งแวดล้อม ประชาชนในเขตพื้นที่พัทยาเห็นด้วยกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเห็นด้วยในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นแหล่งน้ำ อากาศ และดินนั้นคือมีการพัฒนาในการเพิ่มศักภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาต่อไป

ด้านประเด็นผู้บริโภค ประชาชนก็มีความเห็นด้วยในด้านการมีเจ้าหน้าที่ดูแลเพียงพอร่วมถึงมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินนอกจากนี้การที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาในระดับสูง

ด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนประชาชนมีความเห็นด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ของพื้นที่พัทยาควรมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวให้มากก่าวนี้รวมถึงหน่วยงานของภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่องซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาในระดับสูง

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

เพศมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยาส่วนใหญ่ผู้แสดงความคิดเห็นเป็นเพศหญิง มีอายุส่วนใหญ่ 36-40ปี สถานภาพสมรส ประอาชีพค้าขายโดยมีความคิดเห็นต่อประเด็นความรับผิดชอบ (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา ดังนี้

1.ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา พบว่าด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นให้ความร่วมมือด้านมลพิษต่างๆ การร่วมมือในการจัดการคุณภาพเสียง การร่วมมือทำความสะอาดบนท้องถนนและการร่วมมือการจัดสภาพแวดล้อมการจัดระเบียบพื้นที่ร่วมไปถึงการร่วมมือกันดูแลสถานที่พักผ่อนหย่อนใจซึ่งมีความสอดคล้องกับกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) (ความรับผิดชอบต่อสังคม, 2009) และแนวคิดของ วิวัฒน์ บุญยภักดิ์ (2529:40-42) การกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกล่าวว่า ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาปรับปรุงทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้อีก

2.ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นความรับผิดต่อสังคม(CSR)ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา พบว่าด้านประเด็นผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวด้านประเด็นผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้แก่ สื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ วิทยุ นิตยาสาร ใบปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณาตามท้องถนน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โรงพยาบาล รถโดยสาร การให้ความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าการท่องเที่ยว เป็นต้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วน

ใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวด้านประเด็นผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้การจัดการการท่องเที่ยวมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ธรรมศักดิ์ โรจนสุทร (2542:43-44) กล่าวว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยประกอบได้แก่ ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ภัยธรรมชาติร่วมไปถึงปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตราฐานด้านที่พักและอาหาร การสื่อความหมายข้อมูลข่าวสารตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆและปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมเช่นการคมนาคมทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ บริการสาธารณะเช่น ไฟฟ้า น้ำ ตลอดจนระบบสื่อสารต่างๆ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)ที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พัทยา พบว่าด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน ทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดของ ศรีวรรณ์ ทาปัญญา (2553): ได้ให้ความเห็นในการเพิ่มศักยภาพเป็นพลังความสามารถที่สร้างกระแสและสะสมอยู่ในสมองของมนุษย์โดยเกิดขึ้นจากการกระตุ้นของสิ่งแวดล้อมรอบๆตัวเรานำมาสะสมและพัฒนาเชื่อมโยงเป็นประสบการณ์แห่งการเรียนรู้ศักยภาพของมนุษย์จะแสดงออกในลักษณะความสามารถซึ่งแตกต่างกันศักยภาพจะมากหรือน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวอย่างเป็นระบบ เช่นกระบวนการการเรียนรู้สิ่งต่างๆรอบตัว และจิระภา ฉิมสุข (2544) ให้ความเห็นว่าขีดความสามารถของชุมชนอันที่ตอบสนองความต้อการรวมทั้งในการประสานความร่วมมือนั้นทั้งนี้ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อความปกติสุข คือ โครงสร้างของประชากรและระบบการปกครอง

ดังนั้นการที่จะเพิ่มศักยภาพได้นั้นในการที่จะพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญศึกษาทรัพยากรที่มีอยู่ว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมดูแลแหล่งท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวของตนเองเพื่อที่จะพัฒนาให้มีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อีด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. เร่งระดมพลังชุมชน พลังทางสังคม ศีลธรรมเพื่อให้เกิดการรักษาความยั่งยืนของชุมชน
2. การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวควรมีมากกว่านี้ ควรมีการจัดศูนย์ข้อมูลของท้องถิ่นเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
3. ควรทำนุบำรุงสถานที่ท่องเที่ยว วัดวาอารามและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มากกว่านี้
4. ควรหาจุดเด่นของชุมชนและนำมาพัฒนาพร้อมทั้งเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ต่อไป
5. ควรมีการจัดการเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยว มีความเข้าใจถึงวัฒนธรรม
6. เข้าใจในการท่องเที่ยวชนิดนี้และมีจิตสำนึก มากกว่าการเน้นการท่องเที่ยวแบบบันเทิงเท่านั้น
7. ผู้นำชุมชนควรประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้สมาชิกในชุมชนช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิม
8. ควรมีการจัดวางมาตรการในการคมนาคม รถสาธารณะให้มีมาตรฐาน
9. ควรเร่งพัฒนาให้เกิดเป็นรูปธรรมมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาและวิจัย โดยเพิ่มตัวแปรอิสระให้มากขึ้น เช่น ด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น ซึ่งหากนำตัวแปรต่างๆ มาทำการศึกษา จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นประเด็นในการศึกษาถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

2. ควรให้หน่วยงานภายนอก เช่น บริษัทเอกชน หรือนักท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมินศักยภาพของด้วยเพื่อความเป็นกลาง

3. ควรศึกษาผลของปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น การช่วยเหลือของภาครัฐ เศรษฐกิจ ที่มีต่อระดับการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

4. เพื่อเป็นการให้สังคมตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชลบุรีและการท่องเที่ยวทุกจังหวัดต่อไป

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์. 2548**. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** พิมพ์ครั้งที่7.โรง

กรณีศึกษากิจกรรม CSR ที่ประสบการณ์ **พลังบริหารธุรกิจยุคใหม่หนทางสู่ทางความมั่ง คั่งอย่างมีคุณธรรม :** สำนักพิมพ์มติชน.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. **จุลสารการท่องเที่ยวแหห่งประเทศไทย.**

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน.2551**. เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม Corporate Social Responsibility Guidelines.** พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพฯ. ไอคอนพรินติ้ง.

จอห์น เอลลิงตัน และพาเมล่า แฮติกัน เขียน สฤณี อาชวานันทกุล แปล 2552. **พลังของคนหัวรั้น** (The power of Unreasonable People) : สำนักพิมพ์มติชนCommittee Draft ISO/CD 26000ฉบับวันที่ 15 ธันวาคม 2008,

จิระภา ฉิมสุข. 2544. **ศักยภาพชุมชน.**จุลสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จารุจน์ กลิ่นดีปลี. 2551. **ศักยภาพการท่องเที่ยว.** กรุงเทพ.

ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. 2542**. ศักยภาพการท่องเที่ยว.** กรุงเทพ.

บุญชม ศรีสะอาด. 2538**. ระเบียบวิจัย.** โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ- นามสกุล นางพิมสิริ เบอร์

วัน-เดือน- ปีเกิด 4 มกราคม 2527

ที่อยู่ปัจจุบัน 607/386 ถนนอ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ คณะบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2551

สถานที่ทำงาน บริษัท ไทย-เยอรมัน มีเดีย แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด

607/386 ถนนอ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

โทร. 02-332-4332, 081-816-5717

E-Mail: Pimsiri88@hotmail.com

ประสบการณ์การทำงานและตำแหน่งปัจจุบัน

ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการบริษัท ไทย-เยอรมัน มีเดีย แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด