

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต
Corporate Social Responsibility (CSR) of Hotel and Accommodation in
Phuket Province

ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์

อาจารย์ประจำหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ต

โทร. 076-219-633, E-mail: pisiri@rpu.ac.th

Pinrat Siripanpong

Lecturer of General Education, Rajapruk University, Phuket Center

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตทุกขนาดทั้งขนาดเล็ก (1 - 50 ห้อง) ขนาดกลาง (51 - 100 ห้อง) และขนาดใหญ่ (101 - 1,000 ห้อง) พบว่า มีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.52$) และเมื่อจำแนกตามขนาดโรงแรมและที่พักที่มีขนาดเล็กมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.28$) ส่วนโรงแรมและที่พักขนาดกลางมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.13$) และโรงแรมและที่พักขนาดใหญ่มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, $SD = 0.10$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักแต่ละขนาดมีความแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ภูเก็ต

Abstract

The objectives of this research were to study and compare the level of the corporate social responsibility of hotel and accommodation in Phuket by following of the hotel and accommodation's size can separations were the small size (1 - 50 rooms) the medium size (51 - 100 rooms) and the large size (101 - 1,000 rooms). The level comparison of corporate social responsibility of hotel and accommodation in Phuket showed that the level in overall was at high level ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.52$). If considering by the size of hotel and accommodation in Phuket, its result showed that the small size hotel and accommodation had the corporate social responsibility

in overall at the medium level ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.28$), the medium size hotel and accommodation had the corporate social responsibility in overall at the high level ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.13$) Furthermore, the consideration of large size hotel and accommodation showed that overall was at the highest level ($\bar{X} = 4.54$, $SD = 0.10$) The hypothesis test to the size of the hotel and accommodation found that the level of the corporate social responsibility of hotel and accommodation in each size varied differently in every aspect at the significance of the .05 level.

Keywords: corporate social responsibility, hotel and accommodation, Phuket

บทนำ

การประสบความสำเร็จทางธุรกิจสร้างกำไรนับว่าเป็นเป้าหมายที่ทุกภาคธุรกิจต้องการ ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, CSR) เป็นสิ่งสำคัญของการประกอบธุรกิจให้สำเร็จและยั่งยืน โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้งยังถือว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่หลากหลายธุรกิจจำเป็นต้องมีเพราะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของสินค้าและองค์กร สร้างชื่อเสียง สร้างความประทับใจและสามารถลดต้นทุนในระยะยาว ตลอดจนสามารถสร้างเป็นกลยุทธ์และจุดเด่นแก่ภาคธุรกิจได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ซึ่งการประกอบธุรกิจผลิตสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ย่อมมีเป้าหมายเชิงธุรกิจคือกำไรเป็นที่ตั้งแต่การประกอบธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบการนับว่าเป็นสิ่งที่ก่อประโยชน์ทั้งในส่วน of ธุรกิจเองและสังคมด้วยถึงแม้ว่าระยะแรกในการดำเนินการนำความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้จะทำให้มีต้นทุนในระยะแรกแต่เมื่อพิจารณาในทุก ๆ ด้านระยะยาวนั้นย่อมมีประโยชน์และคุ้มค่า (Marina, 2012: 38)

เมื่อกล่าวถึงการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งทำรายได้ให้กับประเทศไทยแล้วจังหวัดภูเก็ตนับว่าเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่สร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย จังหวัดภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลกมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ และยังมีหลากหลายทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและความสะดวกสบายทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จังหวัดภูเก็ตสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการท่องเที่ยวรวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องในปี 2558 ถึง 326,103.91 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2559) ซึ่งมีเม็ดเงินจำนวนมหาศาลนี้ที่มีมาจากการที่ธุรกิจโรงแรมและที่พักมีการทุ่มงบประมาณมากในการก่อสร้างปรับปรุงและออกแบบตกแต่งให้ธุรกิจโรงแรมและที่พักแต่ละที่ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นสวยงามย่อมมาจากการใช้ทรัพยากรทั้งน้ำ ไฟฟ้า และทรัพยากรต่าง ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการปรับทัศนียภาพทำให้ธุรกิจมี

ค่าใช้จ่ายสูง การให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญ การวิจัยเรื่องนี้จึงมีความสนใจศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต

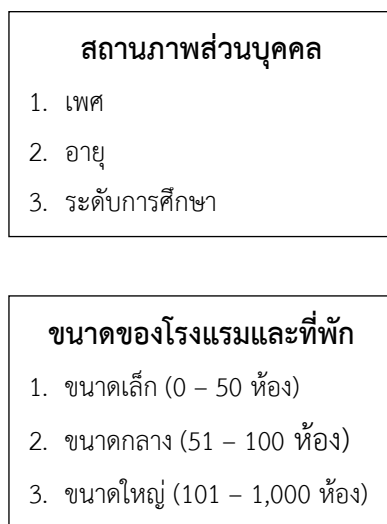
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตตามขนาดของโรงแรมและที่พัก

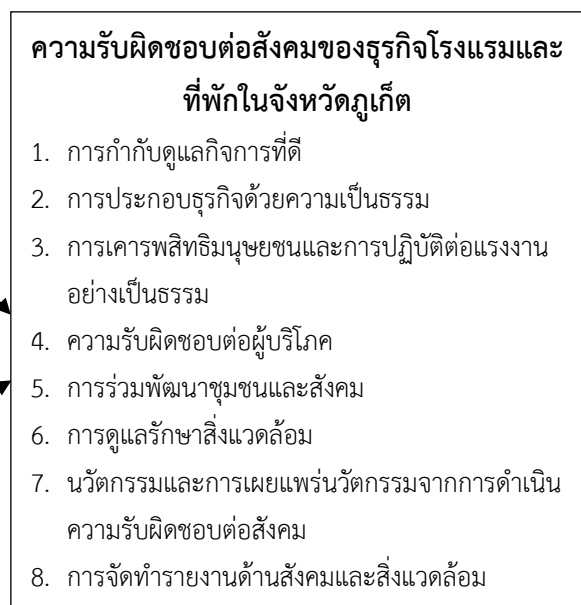
กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต โดยสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2551: 8) ได้ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมเพราะมีความสำคัญในการป้องกันปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมใน 8 ประเด็น คือ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 3) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 4) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 5) การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม 6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม 7) นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม และ 8) การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีขั้นตอนการดำเนินงาน คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้ ดังนี้

ประชากร คือ ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมและที่พัก ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมี 3 อำเภอ คือ อำเภอเกาะภูเก็ต อำเภอเมือง และอำเภอถลาง จำนวนทั้งหมด 835 ราย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) โดยกลุ่มตัวอย่าง มีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดย ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างใน จีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) โดยมีความคลาดเคลื่อน 5% ได้ตัวอย่างเท่ากับ 284 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้น (Stratified Random Sampling) จำแนกตามขนาดโรงแรมและที่พักใช้ (ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์, 2551: 169) โดยใช้ข้อมูล คือ โรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามขนาดของโรงแรมและที่พัก ดังนี้

โรงแรมและที่พักขนาดเล็กมีจำนวนทั้งหมด 543 ราย คิดเป็น 65.02 % ตัวอย่างเท่ากับ 184 ราย

โรงแรมและที่พักขนาดกลางมีจำนวนทั้งหมด 138 ราย คิดเป็น 17.6 % ตัวอย่างเท่ากับ 50 ราย

โรงแรมและที่พักขนาดใหญ่มีจำนวนทั้งหมด 154 ราย คิดเป็น 17.6 % ตัวอย่างเท่ากับ 50 ราย

รวมเป็นตัวอย่างโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต ทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 284 ราย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยมีแนวทางในการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามเชิงลึกเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต” นำประเด็นการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2551: 8) ได้ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมเพราะมีความสำคัญในการป้องกันปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมใน 8 ประเด็น ประเด็นละ 5 คำถามย่อย รวม 40 ข้อ การหาคุณภาพเครื่องมือ การหาค่าความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญหาค่าความเชื่อมั่นของเพียร์สันได้เท่ากับ 0.87 โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดของโรงแรมและที่พัก มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามแสดงระดับความคิดเห็น คำถามประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต เกณฑ์เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ

เบสท์ (Best, 1981) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนสำหรับวัดระดับความคิดเห็น และมีเกณฑ์ในการแปลความหมายตามแนวทางการประเมินค่าของ Likert (1967) ดังนี้

- 4.50 – 5.00 ระดับความคิดเห็นความรับผิดชอบทางสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.50 – 4.49 ระดับความคิดเห็นความรับผิดชอบทางสังคมอยู่ในระดับมาก
- 2.50 – 3.49 ระดับความคิดเห็นความรับผิดชอบทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.50 – 2.45 ระดับความคิดเห็นความรับผิดชอบทางสังคมอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.49 ระดับความคิดเห็นความรับผิดชอบทางสังคมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต มีดังนี้

1. ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.28$) การกำกับดูแลกิจการที่ดี ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.43$) และ เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.63$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต

ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	SD	ระดับ
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	4.42	0.43	มาก
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	3.92	0.53	มาก
3. เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม	4.22	0.63	มาก
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4.60	0.28	มากที่สุด
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	2.98	0.72	ปานกลาง
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	3.49	0.83	ปานกลาง
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการ ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	3.42	0.98	ปานกลาง
8. การจัดรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	2.28	0.94	น้อย
รวม	3.69	0.52	มาก

2. เมื่อเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตตามขนาดของโรงแรมและที่พัก พบว่า โดยรวมระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่

พักในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.52$) เมื่อพิจารณาตามขนาดของธุรกิจโรงแรมและที่พักพบว่าโรงแรมและที่พักขนาดเล็ก (1 - 50 ห้อง) มีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.28$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.28$) การกำกับดูแลกิจการที่ดี ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.65$) เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.45$) โรงแรมและที่พักขนาดกลาง (51 - 100 ห้อง) พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.13$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.55$, $SD = 0.26$) เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.47$) การกำกับดูแลกิจการที่ดี ($\bar{X} = 4.19$, $SD = 0.40$) ส่วนโรงแรมและที่พักขนาดใหญ่ (101 - 1,000 ห้อง) พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, $SD = 0.10$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ($\bar{X} = 4.82$, $SD = 0.15$) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.62$, $SD = 0.35$) การกำกับดูแลกิจการที่ดี ($\bar{X} = 4.59$, $SD = 0.45$) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พัก จำแนกตามขนาดโรงแรมและที่พัก

ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจโรงแรมและที่พัก	ขนาดโรงแรมและที่พัก							
	ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง		ขนาดใหญ่		รวม	
	(1 - 50 ห้อง)		(51 - 100 ห้อง)		(101 - 1,000 ห้อง)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	4.33	0.65	4.19	0.40	4.59	0.45	4.42	0.43
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	3.79	0.51	3.85	0.36	4.48	0.35	3.92	0.53
3. เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อ แรงงานอย่างเป็นธรรม	4.28	0.45	4.39	0.47	4.82	0.15	4.22	0.63
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4.56	0.28	4.55	0.26	4.62	0.35	4.60	0.28
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	2.55	0.37	3.41	0.38	4.16	0.26	2.98	0.72
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	2.96	0.47	4.14	0.20	4.70	0.19	3.49	0.83
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจาก การดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	2.88	0.70	4.12	0.63	4.49	0.31	3.42	0.98
8. การจัดรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	1.63	0.27	3.09	0.28	3.83	0.31	2.28	0.94
รวม	3.37	0.28	4.04	0.13	4.54	0.10	3.69	0.52

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน ธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตที่มีขนาดแตกต่างกันมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน พบว่า ขนาดธุรกิจโรงแรมและที่พักต่างกันมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ ด้านความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตที่มีขนาดแตกต่างกันมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกัน

ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ โรงแรมและที่พัก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	12.458	2	6.229	42.728	0.000*
	40.966	281	0.146		
	53.425	283			
2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	19.368	2	9.684	45.976	0.000*
	59.186	281	0.211		
	78.553	283			
3. เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	12.458	2	6.229	42.728	0.000*
	40.966	281	0.146		
	53.425	283			
4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	2.849	2	1.425	20.864	0.000*
	19.187	281	0.068		
	22.036	283			
5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	112.499	2	56.25	446.251	0.000*
	35.42	281	0.126		
	147.919	283			
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	150.77	2	75.385	481.11	0.000*
	44.03	281	0.157		
	194.799	283			
7. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม	157.813	2	78.907	194.423	0.000*
	114.044	281	0.406		
	271.857	283			
8. การจัดรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	229.056	2	114.528	1482.305	0.000*
	21.711	281	0.077		
	250.767	283			
รวม	61.43	2	30.715	548.598	0.000*
	15.733	281	0.056		
	77.163	283			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

ผลการจากวิเคราะห์ สามารถสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1. ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวมมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การกำกับดูแลกิจการที่ดี และเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อ

แรงงานอย่างเป็นธรรม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา สินขาว (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ด้านผู้บริโภค ด้านชุมชนและสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับรู้จัก โดยด้านผู้บริโภค สินค้าของบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความคุ้มค่าในราคาที่เหมาะสม ใช้วัตถุดิบที่ดีในการผลิตสินค้า มีศูนย์บริการเพื่อผู้บริโภค ได้พัฒนาสินค้าใหม่ ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้น การที่บริษัทมีกระบวนการที่ดี การบริหารจัดการที่ดี ก่อให้เกิดความสามารถของบริษัท และจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท จะช่วยองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาผู้บริโภค ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต ต่างมุ่งตระหนักให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เพราะผู้บริโภค คือ หัวใจสำคัญของธุรกิจ นอกจากนี้ Bowen (1953 อ้างถึงใน ชุตติมา วุ่นเจริญ, 2556) ได้กล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในหนังสือ Social Responsibilities of the Businessman ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญเป็นอย่างมากในในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย โรงแรมเป็นธุรกิจที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ดังนั้นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการย่อมมาจากหลายเหตุผล และความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นเหตุผลหนึ่งในการเลือกใช้บริการซึ่งมีผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจอย่างยั่งยืน และเป็นโอกาสดีที่ทำไมให้และส่งเสริมภาพลักษณ์เป็นโอกาสที่ดีต่อธุรกิจในประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยอีกด้วย (กัญญรัตน์ หงส์วรรณ, 2555: 1)

2. ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตตามขนาดของโรงแรมและที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามขนาดโรงแรมและที่พัก พบว่า โรงแรมและที่พักขนาดเล็ก (1 - 50 ห้อง) โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การกำกับดูแลกิจการที่ดี เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ตามลำดับ โรงแรมและที่พักขนาดกลาง (51 - 100 ห้อง) พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดเล็ก หรือ SME นั้นยังเกิดขึ้นน้อยรวมทั้งยังขาดประสบการณ์ ดังนั้นการรวมกลุ่มกันดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นจะช่วยประหยัดทรัพยากร เพิ่มสมรรถภาพรวมทั้งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกันได้เป็นอย่างดี (6 คำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับ CSR, 2560: ออนไลน์) ขณะที่ธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดใหญ่มักมีการยกเอารางวัลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้รับมาเป็นประเด็นและสร้างจุดเด่น เน้นจุดขายให้กับทางธุรกิจซึ่งนับว่าได้ผลด้านที่ดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามลำดับ โรงแรมและที่พักขนาดใหญ่ (101 - 1,000 ห้อง)

พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ เคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามลำดับ และนอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่าผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัยจะเห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดยังสอดคล้องกับ สานิตย์ หนูนิล และคณะ (2560: 1) ที่พบว่าธุรกิจโรงแรมและที่พักระดับ 4 และ 5 ดาวในประเทศไทยจะมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ซึ่งสามารถส่งเสริมให้ธุรกิจมีความยั่งยืนได้ ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ที่ควรให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคมแต่ยังรวมถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กด้วย

สรุปประโยชน์ของงานวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ 2 ด้าน ดังนี้

1. เป็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตในภาพรวม
2. เป็นแนวทางในการกระตุ้นให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต
3. สามารถใช้เป็นแนวทางการขยายงานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรมีการพัฒนารูปแบบการสร้างแบบการสร้างความตระหนักรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและที่พักภายในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ เป็นเรื่องสำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการจัดการให้ธุรกิจ และสามารถเป็นต้นแบบให้กับธุรกิจที่พักในจังหวัดต่าง ๆ ได้
2. ธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดเล็ก มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งน้อยกว่าธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดกลางและขนาดใหญ่ ทั้งนี้เป็นเพราะยังขาดการรับรู้ความรู้ความเข้าใจในการทำ CSR (Corporate Social Responsibility) ฉะนั้นหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดเล็ก หรือในระดับ SMEs ทั้งในด้านการส่งเสริมให้ความรู้ ประโยชน์ที่จะได้รับ มาตรการกระตุ้น การสนับสนุนให้กลุ่มธุรกิจดังกล่าวสามารถดำเนินการเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคม อย่างเช่น การออกมาตรการลดภาษีให้กับธุรกิจโรงแรมและที่พัก ที่มีการจัดทำ CSR เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก ควรมีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วย นอกจากนี้ควรมีการเปรียบเทียบกับธุรกิจประเภทอื่น เพื่อศึกษาความแตกต่างของการทำ CSR (Corporate Social Responsibility)

บรรณานุกรม

- กัญญรัตน์ หงส์วรรณท์ . (2555). การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม : กลยุทธ์และโอกาสขององค์กรธุรกิจประเทศกำลังพัฒนาในสังคมพลวัต. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, ปีที่ 6 ฉบับที่ 2, หน้า 83-112.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). สำนักงานภูเก็ต. ข้อมูลการแบ่งประเภทโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต. ค้นเมื่อ 4 มกราคม 2557, จาก <http://www.tat.or.th/tourism/web/stat.php>
- ชุดิมา วุ่นเจริญ. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม. วารสารวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ปีที่ 30 ฉบับที่ 1, หน้า 143-158.
- ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปวีณา สินขาว. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ไอคอนพรินติ้ง.
- सानิตย์ หนูนิล และคณะ. (2560). การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ 11 ฉบับพิเศษ, หน้า 168-182.
- สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2559) . บรรยายสรุปข้อมูลจังหวัดภูเก็ต. กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <http://www.phuket.go.th>
- Akekakun, T. (2000). *Research Methodology of Behavior Science and Social Science*. Ubon Ratchathani Rajabhat Institute: Publishing. (in Thai)
- Best, John. W. (1981). *Research In Education*. 4th ed. Englewood. Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

- Hongworanan, K. (2012). *Corporate social responsibility : A strategy for business opportunities social dynamics in developing countries*. **Dhurakij Pundit Communication Art Journal**, Vol. 6 No.2 p 83-112. (in Thai)
- Likert, Rensis. (1967). **“The Method of Constructing and Attitude Scale” Reading in Attitude Theory and Measurement**. Fishbein, Martin, New York: Wiley & Son.
- Marina, Mattera and Alberto, Moreno-Melgarego. (2012). **Strategic Implications of Corporate Social Responsibility in Hotel Industry: A Comparative Research Between NH Hotels and Melia Hotels International**. Higher Learning Research
- Nunin, S. et al., (2016). *The Development of Strategic Corporate social responsibility Model for Hotel Business is sustainable Performance in Thailand*. **Dusit Thani College Journal**, Vol. 11 No special p. 168-182. (in Thai)
- Phopruksanan, N. (2008). **Research Methodology**. Bangkok: Explonet Publishing. (in Thai)
- Phuket Provincial Governor’s office. (2016). **Result of Phuket**. Group of strategies and data for develop Phuket. Retrieved January 16, 2014, from <http://www.phuket.go.th>
- Sinkwaw, P. (2013). **Corporate social responsibility (CSR) affecting the corporate image of Thaimamtip company limited Pathumthani province**. Thesis of Master of Business Administration, Makething Business Major, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)
- Thai CSR Network. (2560). **6 คำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับ CSR**. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.thaicrs.com/2011/01/csr-3.html>.
- Tourism Authority of Thailand (TAT) Phuket. (2014). **Data of separation Hotel and Accommodation in Phuket Province** . Retrieved January 4, 2014, from <http://www.tat.or.th/tourism/web/stat.php> (in Thai)
- Wuncharhen, C . (2013). *Corporate social responsibility in hotels business*. **Journal of management science**, Vol. 30 No.1 p. 143 - 158. (in Thai)