



แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ:
กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา
A Development of responsible spa standards:
A case study of Anantara Resort & Spa Sikao, Trang

กนกอร แซ่ลิม
Kanokon Sae-lim

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Business Administration
Prince of Songkla University


2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

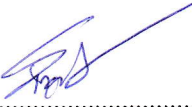
ชื่อวิทยานิพนธ์ แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ:
 กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง
 ผู้เขียน นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม
 สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

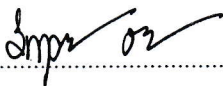
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ



 (ดร.วิษุตา มาชู)


ประธานกรรมการ
 (ดร.สิญาธร ชุนอ่อน)


กรรมการ
 (ดร.วิษุตา มาชู)


กรรมการ
 (ดร.เกษราภรณ์ สุตตาพงศ์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วน
 หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

.....
 (รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(3)

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ..... .....
(ดร.วิชชุดา มาซู)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ..... กนกอร แซ่ลิ้ม
(นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม)
นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ..... กนกอร แซ่ลิ้ม

(นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ: กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง
ผู้เขียน	นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การรับรู้และความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยมีสปาของโรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง เป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้จะนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม การศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview)เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแผนกสปาในโรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง ได้แก่ ผู้ประกอบการ พนักงานสปา ผู้ใช้บริการ กลุ่มชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 21 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการรับรู้และคาดหวังว่ามาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมควรมีความครอบคลุมประเด็นความรับผิดชอบต่อ ไปนี้คือ การแก้ไขปัญหาและการสร้างพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การควบคุมประสิทธิภาพการทำงานการดำเนินงานภายใต้กฎหมายทั้งส่วนที่เป็น การคุ้มครองผู้ให้บริการและพนักงาน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การให้บริการบนพื้นฐานของ จริยธรรม การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อการกุศลตอบแทนคืนสู่สังคมอัน เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรมผลการศึกษาดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบ มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่(1)มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ด้านคุณภาพการบริการ (2) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านบุคลากร(3) มาตรฐานสปา อย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ (4) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร และ (5)มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านสถานที่และ สิ่งแวดล้อมและเป็นที่คาดหวังว่าต้นแบบมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบนี้จะได้รับการนำไป พิจารณาเพื่อปรับปรุงมาตรฐานสปาที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ให้เป็นสปาที่ดำเนินงานบนพื้นฐานความ รับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

Thesis Title	A Development of responsible spa standards: A case study of Anantara Resort & Spa Sikao, Trang
Author	Miss KanokonSae-lim
Major Program	Business Administration
Academic Year	2014

ABSTRACT

This study was to investigate the perceptions and expectations of spa service's key stakeholders towards corporate social responsibility (CSR) in order to develop responsible spa standards. Anantara Resort & Spa Sikao, Trang was chosen to be a case study. The study employed qualitative approach using in-depth interviews collect data from 21 stakeholders. They were the entrepreneur, spa staff, customers, the community's representatives, and government sector officer. The data was analyzed using descriptive and content analysis. The findings indicated that the stakeholders had knowledge about CSR. They perceived and expected that spa business should be run under the standards which taking into account environmental and social responsibilities. The perceptions and expectations cover the issues about (1) increasing customer satisfaction in spa service (2) concerning law and ethics in every step of service process, especially in relation to customers and employees (3) taking care of the environment and (4) a support to local community. These findings led to a development of responsible spa standard model which consists of 5 key components including (1) responsible spa standards for service quality (2) responsible spa standards for employees (3) responsible spa standards for products and equipment (4) responsible spa standards for management and (5) responsible spa standards for the environment. It is expected that the responsible spa standards developed in this research will be considered for improving the current spa standards in order to promote "good practice" in all types of spa businesses.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากบุคคลและหน่วยงานหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.วิษุตา มาชู อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความกรุณาเอาใจใส่และให้คำปรึกษาตั้งแต่เริ่มต้นเป็นอย่างดีตลอดมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.สิญจธร ชุนอ่อน และดร.เกษราภรณ์ สุตตาทพงศ์ กรรมการที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง สำหรับข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัย ในขั้นตอนของการนำเสนอโครงร่างวิจัย ตลอดจนการตรวจสอบ และเสนอแนะในขั้นตอนสุดท้ายของการสอบวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ในโอกาสนี้ ขอขอบคุณโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง ตลอดจนพนักงานสปา รวมทั้งผู้ให้บริการสปา ตัวแทนชุมชน และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง สำหรับความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี สำหรับการอำนวยความสะดวกและการประสานงานในด้านข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งในระหว่างการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้การเลี้ยงดูและสนับสนุนการศึกษาที่ดีมาโดยตลอด รวมทั้งสมาชิกในครอบครัวสำหรับกำลังใจและเพื่อนร่วมรุ่นนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและมีน้ำใจในทุกด้าน ซึ่งประโยชน์อันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ เป็นผลมาจากความกรุณาของทุกท่านดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กนกอร แซ่ลิ้ม

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ: กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง
ผู้เขียน	นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การรับรู้และความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยมีสปาของโรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง เป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้จะนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม การศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview)เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแผนกสปาในโรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง ได้แก่ ผู้ประกอบการ พนักงานสปา ผู้ใช้บริการ กลุ่มชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 21 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการรับรู้และคาดหวังว่ามาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมควรมีความครอบคลุมประเด็นความรับผิดชอบต่อ ไปนี้คือ การแก้ไขปัญหาและการสร้างพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การควบคุมประสิทธิภาพการทำงานการดำเนินงานภายใต้กฎหมายทั้งส่วนที่เป็น การคุ้มครองผู้ให้บริการและพนักงาน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การให้บริการบนพื้นฐานของ จริยธรรม การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อการกุศลตอบแทนคืนสู่สังคมอัน เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรมผลการศึกษาดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบ มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่(1)มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ด้านคุณภาพการบริการ (2) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านบุคลากร(3) มาตรฐานสปา อย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ (4) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร และ (5)มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านสถานที่และ สิ่งแวดล้อมและเป็นที่คาดหวังว่าต้นแบบมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบนี้จะได้รับการนำไป พิจารณาเพื่อปรับปรุงมาตรฐานสปาที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ให้เป็นสปาที่ดำเนินงานบนพื้นฐานความ รับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

Thesis Title	A Development of responsible spa standards: A case study of Anantara Resort & Spa Sikao, Trang
Author	Miss KanokonSae-lim
Major Program	Business Administration
Academic Year	2014

ABSTRACT

This study was to investigate the perceptions and expectations of spa service's key stakeholders towards corporate social responsibility (CSR) in order to develop responsible spa standards. Anantara Resort & Spa Sikao, Trang was chosen to be a case study. The study employed qualitative approach using in-depth interviews collect data from 21 stakeholders. They were the entrepreneur, spa staff, customers, the community's representatives, and government sector officer. The data was analyzed using descriptive and content analysis. The findings indicated that the stakeholders had knowledge about CSR. They perceived and expected that spa business should be run under the standards which taking into account environmental and social responsibilities. The perceptions and expectations cover the issues about (1) increasing customer satisfaction in spa service (2) concerning law and ethics in every step of service process, especially in relation to customers and employees (3) taking care of the environment and (4) a support to local community. These findings led to a development of responsible spa standard model which consists of 5 key components including (1) responsible spa standards for service quality (2) responsible spa standards for employees (3) responsible spa standards for products and equipment (4) responsible spa standards for management and (5) responsible spa standards for the environment. It is expected that the responsible spa standards developed in this research will be considered for improving the current spa standards in order to promote "good practice" in all types of spa businesses.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากบุคคลและหน่วยงานหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.วิษุตา มาชู อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความกรุณาเอาใจใส่และให้คำปรึกษาตั้งแต่เริ่มต้นเป็นอย่างดีตลอดมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.สิญจธร ชุนอ่อน และดร.เกษราภรณ์ สุตตาทพงศ์ กรรมการที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง สำหรับข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัย ในขั้นตอนของการนำเสนอโครงร่างวิจัย ตลอดจนการตรวจสอบ และเสนอแนะในขั้นตอนสุดท้ายของการสอบวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ในโอกาสนี้ ขอขอบคุณโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง ตลอดจนพนักงานสปา รวมทั้งผู้ใช้บริการสปา ตัวแทนชุมชน และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง สำหรับความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี สำหรับการอำนวยความสะดวกและการประสานงานในด้านข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งในระหว่างการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้การเลี้ยงดูและสนับสนุนการศึกษาที่ดีมาโดยตลอด รวมทั้งสมาชิกในครอบครัวสำหรับกำลังใจและเพื่อนร่วมรุ่นนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและมีน้ำใจในทุกด้าน ซึ่งประโยชน์อันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ เป็นผลมาจากความกรุณาของทุกท่าน ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กนกอร แซ่ลิ้ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTRACT	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
รายการตาราง	(10)
รายการภาพประกอบ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิด และงานวิจัยเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อทางสังคม	8
2.2 ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	19
2.3 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	21
2.4 ความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	22
2.5 มาตรฐาน และตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมในบริบทของการท่องเที่ยว	23
2.6 บทบาทความรับผิดชอบต่อทางสังคมของเครือโรงแรมอนันตรา	26
2.7 มาตรฐานของธุรกิจสปา(Spa Standards)	30
2.8 กรอบแนวคิดงานวิจัย	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	39
3.1 ขอบเขตการวิจัย	39
3.2 หน่วยการวิเคราะห์และกลุ่มตัวอย่าง	40
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.4 ความถูกต้องตรงประเด็น และความเชื่อถือได้ของการศึกษา	44
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิเคราะห์	45
3.6 จริยธรรมในการวิจัยเชิงคุณภาพ	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	49
4.2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของความรับผิดชอบทางสังคม กับการส่งเสริมมาตรฐานสพของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	50
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสพบนแนวคิด ความรับผิดชอบทางสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	73
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	78
5.1 การรับรู้มาตรฐานสพบนแนวคิดความรับผิดชอบทางสังคม	78
5.2 ความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสพบนแนวคิดความรับผิดชอบทางสังคม	83
5.3 ตัวชี้วัดมาตรฐานสพอย่างมีความรับผิดชอบทางสังคม	83
5.4 ต้นแบบมาตรฐานอย่างมีความรับผิดชอบ	88
5.5 ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดของงานวิจัย	100
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	108
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	109
ภาคผนวก ข การให้รหัสข้อมูล	122
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ	129
ภาคผนวก ง ใบขออนุญาตทดสอบเครื่องมือและเก็บข้อมูล	131
ประวัติผู้เขียน	136

รายการตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ตารางที่ 2.1	ตารางแสดงตัวอย่างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมจากมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	13
ตารางที่ 4.1	สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ	52
ตารางที่ 4.2	สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย	58
ตารางที่ 4.3	สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม	62
ตารางที่ 4.4	สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม	68
ตารางที่ 4.5	สรุปประเด็นความคาดหวังมาตรฐานสพบนความรับผิดชอบต่อทางสังคม	73
ตารางที่ 5.1	ตัวชี้วัดมาตรฐานสพอย่างมีความรับผิดชอบต่อ	84
ตารางที่ 5.2	การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสพปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสพอย่างมีความรับผิดชอบต่อ	90

รายการภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	The Pyramid of Corporate Social Responsibility	10
ภาพที่ 2.2	สัญลักษณ์ลูกโลกสีเขียว (Green Globe Logo)	24
ภาพที่ 2.3	สัญลักษณ์ใบไม้สีเขียว(Green Leaf Logo)	26
ภาพที่ 2.4	กรอบแนวคิดงานวิจัย	38
ภาพที่ 3.1	แผนภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบการวิจัย (Research Resign)	41
ภาพที่ 5.1	ต้นแบบมาตรฐานสปอย่างมีความรับผิดชอบ	88

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกระแสความตื่นตัวในเรื่อง ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) หรือ CSR ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก (นฤกร สภาเจริญกุล และ ประสพชัย พสุนนท์, 2554) เนื่องจากความต้องการของกลุ่มต่างๆในสังคมที่เรียกร้องให้การดำเนินธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อทางสังคมมากขึ้น ที่ผ่านมานักวิชาการเสนอแนวคิด และให้ความหมายความรับผิดชอบต่อทางสังคม ในมุมมองที่หลากหลาย เช่น Davis & Blomstrom (1905) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อทางสังคมในภาพกว้างๆว่า หมายถึง “ภาระหน้าที่ของผู้มีอำนาจตัดสินใจในอันที่จะต้องกระทำการปกป้องสาธารณประโยชน์ และปรับปรุงสวัสดิการทางสังคมของประชาชนให้ดีขึ้น โดยผู้มีอำนาจตัดสินใจจะต้องปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวควบคู่ไปกับการดำเนินการปกป้องผลประโยชน์ของตน และการแสวงผลกำไรให้กับตนเอง” (หน้า 6) ส่วน Jenkins & Yakovleva (2005) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อทางสังคม คือ การบริหารจัดการส่วนที่มีกรมุ่งเน้นไปยังนโยบายขององค์กรธุรกิจ ที่สร้างผลประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร อย่างไรก็ตามพบว่า ความหมายที่ถูกรวบรวมโดย Carroll (1991) มีความชัดเจนในแง่ของการแบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อทางสังคม

Carroll (1991) กล่าวว่า องค์กรภาคธุรกิจมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมทั้งสิ้น 4 ด้าน โดยเรียกความรับผิดชอบต่อทั้ง 4 ด้านนี้ว่า The Pyramid of CSR ซึ่งประกอบด้วย (1) ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อองค์กรที่ต้องมีในฐานะของการเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจที่ต้องผลิตสินค้าและบริการตามความต้องการของสังคม และตอบแทนกลับมาในรูปแบบของรายได้เพื่อให้บริษัทสามารถดำรงอยู่ได้ มีผลกำไรคืนกลับไปยังผู้ลงทุน (2) ความรับผิดชอบต่อกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ (Legal Responsibility) หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายและกฎระเบียบทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศซึ่งธุรกิจตั้งอยู่ รวมทั้งกฎระเบียบกฎหมายระหว่างประเทศ (3) ความรับผิดชอบต่อในเชิงจริยธรรม (Ethical Responsibility) หมายถึง ความคาดหวังจากกลุ่มต่างๆของสังคม ที่ต้องการให้ธุรกิจดำเนินการโดยยึดจริยธรรม ความยุติธรรมและสิทธิตามหลักสากล แม้ว่าการกระทำนั้นจะมีได้ถูกกำหนดเป็นกฎหมายหรือกฎระเบียบก็ตาม และ(4) ความรับผิดชอบต่อในเชิงการเกื้อหนุนสังคม (Philanthropic Responsibility) หมายถึง กิจกรรมใดๆก็ตามขององค์กรธุรกิจในการแสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดี (Good Corporate Citizens) ของสังคมนั้น ซึ่งรวมถึงการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสนับสนุนสวัสดิการ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชน

ในประเทศไทย สถาบันไทยพัฒน์ (2553) ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐที่ทำการศึกษาวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อทางสังคมได้บัญญัติความหมายของ “Corporate Social Responsibility” ในภาษาไทยว่า “บรรษัทภิบาล” ซึ่งหมายถึง การกำกับดูแลกิจการให้เจริญรุ่งเรืองอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเงื่อนไขความถูกต้อง โปร่งใส การมีจริยธรรมที่ดี โดยมุ่งคำนึงถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการ

และสังคมโดยรวม โดยสรุปในภาพกว้าง ความรับผิดชอบทางสังคมเป็นแนวความคิดการทำธุรกิจโดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ของผู้ถือหุ้น หรือเจ้าของธุรกิจแต่เพียงฝ่ายเดียว และสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยยึดเอาความหมาย และประเภทของความรับผิดชอบทางสังคมที่นิยามโดย Carroll (1991) ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น เป็นพื้นฐานในการศึกษา

ในความหมายของความรับผิดชอบทางสังคมข้างต้น จะสังเกตได้ว่า นักวิชาการกล่าวถึงความรับผิดชอบที่องค์กรพึงมีต่อคนกลุ่มต่างๆ ซึ่งนั่นก็คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ (2547) แบ่งความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กรตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 2 ประเภท *ประเภทแรก* ได้แก่ ความรับผิดชอบทางสังคมภายในธุรกิจ หรือ การรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชั้นแรก (Primary Stakeholder) หมายถึง ผู้ที่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความสำเร็จและการบรรลุเป้าหมายของการประกอบธุรกิจ นั่นคือ การผลิตและการจำหน่ายสินค้าและบริการ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น (Shareholders) คู่แข่งขัน (Competitors) ลูกจ้าง (Employees) ลูกค้า (Customers) และชุมชนท้องถิ่น (Local Communities) เป็นต้น *ประเภทที่สอง* ได้แก่ ความรับผิดชอบทางสังคมภายนอกธุรกิจ หรือ ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียลำดับที่สอง (Secondary Stakeholder) ซึ่งรวมถึงบุคคล กลุ่มบุคคล ตลอดจนสถาบันอื่นๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจหรือส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทั้งทางตรงทางอ้อม ตัวอย่างเช่น รัฐบาล (Government) สาธารณชน (Public) สภาพแวดล้อมในระดับโลก (Global Environment) เป็นต้น

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่กล่าวมาแล้วข้างต้นในรูปแบบที่ต่างกัน กล่าวคือ *ประการแรก* เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กรโดยตรง โดยกิจกรรมเพื่อสังคมจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และอาจรวมไปถึงการได้รับสนับสนุนจากชุมชน และที่สำคัญคือการสนับสนุนจากลูกค้า ซึ่งสุดท้ายก่อให้เกิดผลประกอบการที่น่าพึงพอใจ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2552) เช่น กาแฟสตาร์บัคส์ กำหนดนโยบายการดำเนินงานโดยนำเอาความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการมากขึ้น และส่งผลให้กาแฟสตาร์บัคส์มียอดขายและรายได้ที่เพิ่มขึ้น (นิตยา วงศ์ธาดา, 2555) *ประการที่สอง* กิจกรรมเพื่อสังคมส่งผลต่อพนักงานในองค์กรนั้นๆ กล่าวคือพนักงานจะมีความรู้สึกรักภักดีต่อกิจการ มีขวัญกำลังใจและแรงจูงใจที่จะทำงานให้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพนี้จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความเจริญก้าวหน้าขององค์กรต่อไป (ปิยรัตน์ ไผ่ขาว, 2554) *ประการที่สาม* กิจกรรมเพื่อสังคมจะเกื้อกูลต่อชุมชนอันเป็นที่ตั้งของธุรกิจในรูปแบบของการจ้างแรงงานท้องถิ่นและเกิดธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การกระจายรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่นเกิดการพัฒนา นอกจากนั้น ชุมชนยังได้รับผลประโยชน์จากการให้ความช่วยเหลือทั้งสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผ่านการบริจาค หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆ (จินตนา บุญบงการ, 2555) และ *ประการสุดท้าย* กิจกรรมเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง และสำคัญต่อการอยู่รอดขององค์กร การวิจัยในต่างประเทศชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างองค์กรที่ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมกับการตอบสนองของผู้บริโภค เช่น การแนวโน้มการซื้อสินค้าจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Creyer & Ross, 1997) และในหลายๆธุรกิจ มีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมไปให้ผู้บริโภค เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ เกิดทัศนคติที่ดี และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

(Shimp, 1997) หรือเพื่อให้เกิดความเข้าใจ พอใจ และโน้มน้าวใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ (Pickton & Broderick, 2001)

สำหรับในประเทศไทย ผลสรุปการวิจัยของศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2549) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มลูกค้าไม่ได้ตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีเท่านั้น แต่ยังพิจารณาไปถึงการเลือกองค์กรที่ดีด้วย ทำให้องค์กรเริ่มตระหนักว่าสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ไม่ได้วัดที่ผลกำไรและตัวเลขทางการเงินเท่านั้น แต่มองคุณค่าที่กลุ่มลูกค้าต้องการและประโยชน์ที่สังคมได้รับ เช่นเดียวกัน งานวิจัยของมหาวิทยาลัยรามคำแหง เรื่องระดับการรับรู้ผลการดำเนินงานขององค์กร และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ยิ่งลูกค้าเชื่อมั่นในชื่อเสียงขององค์กรมากเพียงใด ก็ยิ่งผลักดันให้องค์กรมีความระมัดระวังไม่ปฏิบัติสวนทางกับความป็นองค์กรที่ดีมากขึ้นเท่านั้น (มนตรี พิริยะกุล และบุญทวรรณ วิงวอน, 2554) และหลักฐานเหล่านี้ อาจจะเป็นแรงจูงใจให้ธุรกิจจำนวนมากในประเทศไทยหันมาให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้น ตัวอย่างบริษัทที่มีชื่อเสียงและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในด้านกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) บริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

ในบริบทของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการตอบสนองอย่างชัดเจน ไม่น้อยไปกว่าภาคธุรกิจอื่นๆในประเทศ จากการตระหนักว่า ธุรกิจท่องเที่ยวถึงแม้จะสร้างรายได้ และการขยายตัวทางเศรษฐกิจให้กับประเทศมาอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกัน ธุรกิจท่องเที่ยวก็สร้างผลกระทบทางลบอย่างมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ ในด้านการไหลออกของรายได้ไปยังธุรกิจระหว่างประเทศ ทางด้านสังคมเกี่ยวกับอาชญากรรม และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม รวมไปถึงการทำลายสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (พิทยะ ศรีวัฒนสาร, 2553) ด้วยเหตุนี้จึงมีการเรียกร้องและแรงกดดันจากสังคม ชุมชนและองค์กรไม่หวังผลกำไรให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การจัดทำมาตรฐานโลกสีเขียว (Green Globe) เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมและยกระดับการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจโรงแรม และปัจจุบันมีสมาชิกโครงการอยู่มากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก มูลนิธิใบไม้สีเขียว (Green Leaf) ซึ่งจัดทำมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจโรงแรม และการท่องเที่ยว โดยโครงการดังกล่าวมีจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานโดยมูลนิธิใบไม้สีเขียวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดเป็นรูปธรรม ซึ่งในปัจจุบัน มีโรงแรมจำนวน โดย 79 แห่งทั่วประเทศที่ได้รับเกียรติบัตรแห่งความสำเร็จด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมจากโครงการใบไม้สีเขียวนี้ (มูลนิธิใบไม้สีเขียว, 2541) นอกจากนี้ ยังมีโครงการมาตรฐานการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความยั่งยืน การใส่ใจเรื่องของการบริหารจัดการพื้นที่อนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรม รวมไปถึงการเคารพธรรมชาติ และมาตรฐานการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) รูปแบบการขนส่งสีเขียว โดยผู้ประกอบการขนส่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องร่วมมืออย่างเต็มที่ ด้วยวิธีสร้างทางเลือกให้แก่รูปแบบและวิธีการเดินทาง เน้นการประหยัดพลังงาน เลือกใช้พลังงานทดแทน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น

ดังนั้น โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเหล่านี้ เป็นหลักฐานที่ชี้ให้เห็นว่า การร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับการจัดมาตรฐานด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยเหลือสังคม จะนำพาให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยก้าวหน้าอย่างยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับในศักยภาพของการดำเนินงานอย่างแท้จริง แต่ทั้งนี้ก็เป็นข้อสังเกตว่า ในขณะที่ภาคธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว และธุรกิจขนส่ง มีความก้าวหน้าในการจัดมาตรฐานธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจสปายังไม่ได้มีการเริ่มดำเนินการในส่วนนี้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งยังไม่มีการศึกษาถึงแนวทางการนำเอามาตรฐานสปาผนวกกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่านการรับรู้และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งจากภายใน และภายนอกธุรกิจสปา ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา เพื่อหาแนวทางให้การพัฒนามาตรฐานสปา ส่งเสริมการบริการที่มีคุณภาพภายใต้กรอบความรับผิดชอบต่อสังคม อาจมีความเป็นไปได้ที่จะสร้างสปาสีเขียวหรือสปาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้วิจัยเลือกโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรังเป็นกรณีศึกษา

เครือโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ดำเนินงานภายใต้บริษัทไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล (Minor International) ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติปัจจุบันโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีสาขาจำนวน 21 แห่งทั่วโลก และจำนวน 7 สาขาในประเทศไทย นอกเหนือจากการบริการห้องพักแล้ว การบริการที่สำคัญอย่างหนึ่งของโรงแรมอนันตรา คือ การให้บริการสปา ซึ่งเปิดบริการในกว่า 30 แห่งของโรงแรมในเครือใน 19 ประเทศ โดยให้บริการภายใต้แบรนด์ที่ต่างกัน ได้แก่ อนันตราสปา มินดาราสปา เอลิเมส และอะควาลิส เป็นต้น เครือโรงแรมอนันตราให้ความสำคัญกับการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร จึงได้สร้างค่านิยมขององค์กรที่มุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพสำหรับลูกค้า การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของโรงแรม และการประสานพันธมิตรชุมชนเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน ดังที่ William E. Heinecke ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรได้กล่าวไว้ในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทว่า องค์กรมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาขีดความสามารถของบริษัทควบคู่ไปกับการเสริมสร้างมูลค่าและคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน พันธมิตรของบริษัท ชุมชนและสังคมส่วนรวม

โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวเพียงแห่งเดียวในจังหวัดและการดำเนินงานของโรงแรมก็ยึดหลักการสร้างคุณค่า และวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางของบริษัทแม่บทบาทและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจึงถูกกำหนดจากนโยบายหลักของเครือโรงแรม ตัวอย่างกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม เช่น การปลูกป่าชายเลน การเก็บขยะบริเวณโดยรอบโรงแรม การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรหลานในชุมชนที่ตั้งของโรงแรม ซึ่งเป็นที่สังเกตว่ากิจกรรมเหล่านี้จัดเป็นกิจกรรมประเภท Philanthropic Responsibility ตามความหมายของ Carroll (1991)

การบริการสปา เป็นบริการที่เครือโรงแรมอนันตรามุ่งเน้นให้เป็นบริการที่ควบคู่ไปกับการบริการห้องพัก ซึ่งสปาในรูปแบบนี้เรียกว่า กิจการสปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa) ซึ่งสำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมการท่องเที่ยว (2554) รายงานว่า มีการเปิดกิจการสปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa) ในประเทศไทยคิดเป็น ร้อยละ 28 จากรูปแบบการบริการสปาอื่นๆ เช่น เดย์ สปา (Day Spa) ครูซ สปา (Cruise ship spa) และมีเนอรอล สปา

(Mineral Spa) เนื่องจากธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง และมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ทำให้ภาครัฐมีการส่งเสริมให้สปาไทยมีมาตรฐานร่วมกัน และประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานให้บริการการสปาเพื่อสุขภาพอย่างชัดเจน โดยสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2547) ได้ร่วมกันกำหนดเกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วยมาตรฐาน จำนวน 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ (1) มาตรฐานด้านบริการ (Service Quality); (2) มาตรฐานด้านบุคลากร (Skilled Staff); (3) มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (Products, Tools & Equipment); (4) มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization and Management Quality) และ (5) มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Ambient)

ทั้งนี้แผนกสปาโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรังตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานสปา จึงได้มีดำเนินตามมาตรฐานในทุกด้าน อีกทั้งยังใช้หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมมาประกอบการดำเนินการในบางส่วน เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ ชุดแต่งกายของพนักงานที่วัสดุสิ่งทอจากผ้าฝ้าย การส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ และการจัดตกแต่งอาคารสถานที่ที่ใกล้ชิดธรรมชาติ รวมถึงใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่เคยมีการศึกษาถึงโอกาสที่มาตรฐานสปา ทั้ง 5 ด้านดังกล่าวข้างต้นจะได้รับการส่งเสริมพัฒนาบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง เพื่อเป็นการสร้างต้นแบบธุรกิจสปาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ สปาสีเขียว (Responsible Spa Service หรือ Green Spa) ผู้วิจัยจึงเลือกโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปาเป็นกรณีศึกษา ในการวิจัยหัวข้อ “แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม”

1.2 คำถามการวิจัย

มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะสามารถพัฒนาได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธุรกิจสปา
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธุรกิจสปา
3. เพื่อพัฒนาต้นแบบมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ตัวแบบมาตรฐานสปาสีเขียวหรือสปาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจสปาในทุกรูปแบบ

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านสถานที่

โรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดตรัง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบธุรกิจสปาของ โรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ทแอนด์ สปา จังหวัดตรัง ได้แก่ (1) ตัวแทนจากผู้ประกอบโรงแรม คือ ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล และผู้จัดการฝ่ายสปา (2) พนักงานแผนกสปา (3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้ หรือมีแนวโน้มจะใช้บริการสปา (4) ชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดที่ตั้งของโรงแรม และ (5) องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำมาตรฐานสปา

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ มีรายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์	ความหมาย
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)	การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านเมตตาธรรม (Carroll, 1991)
สปา (Spa)	การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างสุขภาพเป็นหลักด้วยการนวดเพื่อสุขภาพ การบำบัดด้วยน้ำ หรือการให้บริการเสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ (สิปปศิณี บาเรย์, 2556)
โรงแรม และรีสอร์ทสปา (Hotel & Resort Spa)	สปาที่ตั้งอยู่ภายในหรือบริเวณเดียวกับโรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีสถานที่ออกกำลังกาย อาหาร โปรแกรมบริการมักประกอบด้วย การนวดแบบต่างๆ เพื่อผ่อนคลายสำหรับผู้คนที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศและหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 1.1 นิยามศัพท์เฉพาะ (ต่อ)

นิยามศัพท์	ความหมาย
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	ปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร สถาบัน หรือชุมชน ที่ได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและลบจากการตัดสินใจ นโยบาย โครงการ หรือมีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ (อนันตชัย ยุธประดม, 2550)
การรับรู้ (Perception)	การแสดงความรู้ ความเข้าใจโดยการแปลความหมายหรือตีความตามประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม ซึ่งมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานและประสบการณ์ของแต่ละคน และแสดงผลเป็นความคิดรวบยอดของการรับรู้ ออกมาเป็นรูปแบบของพฤติกรรมแต่ละบุคคล (บัณฑิต วินิจฉัยกุล, 2542; สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2550; วราลี วิริยานันตะ, 2547; Hunt & Osborn, 1991)
ความคาดหวัง (Expectation)	ทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ (Parasuraman et al., 1988)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2 นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาวิจัยที่ศึกษาเพื่อสร้างแนวทางการสร้างมาตรฐานสปาบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม เนื้อหาของบทนี้แบ่งออกเป็น 8 ส่วน ประกอบด้วย 1) แนวคิด และงานวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) ความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5) มาตรฐาน และตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคมในบริบทของการท่องเที่ยว 6) บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมของเครือโรงแรมอนันตรา 7) มาตรฐานของธุรกิจสปา (Spa Standards) และ 8) กรอบแนวคิดวิจัย

2.1 แนวคิด และงานวิจัยเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม

นักวิจัยทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศได้นำเสนอนิยามความหมายขององค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ไว้อย่างหลากหลาย ในระดับประเทศ จีระพัฒน์ ศิริรักษ์ และชไมพร ใจแปง (2552) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนและสังคมโดยรวมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลที่ดี เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งกิจกรรมเพื่อสังคม ที่องค์กรปฏิบัติ จะต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม โดยเป็นกิจกรรมที่เกิดจากความสมัครใจ และความร่วมมือจากทุกระดับในองค์กรอย่างจริงจัง ในขณะเดียวกัน ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2549) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ สรุปได้ดังนี้คือ 1) ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม 2) ทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม และ 3) พัฒนาตัวเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด นอกจากนี้ สถาบันไทยพัฒน์ (2553) ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐได้ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ ซึ่งหมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่และในระดับไกล ซึ่งหมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรชั้นแรก เช่น คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไปด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

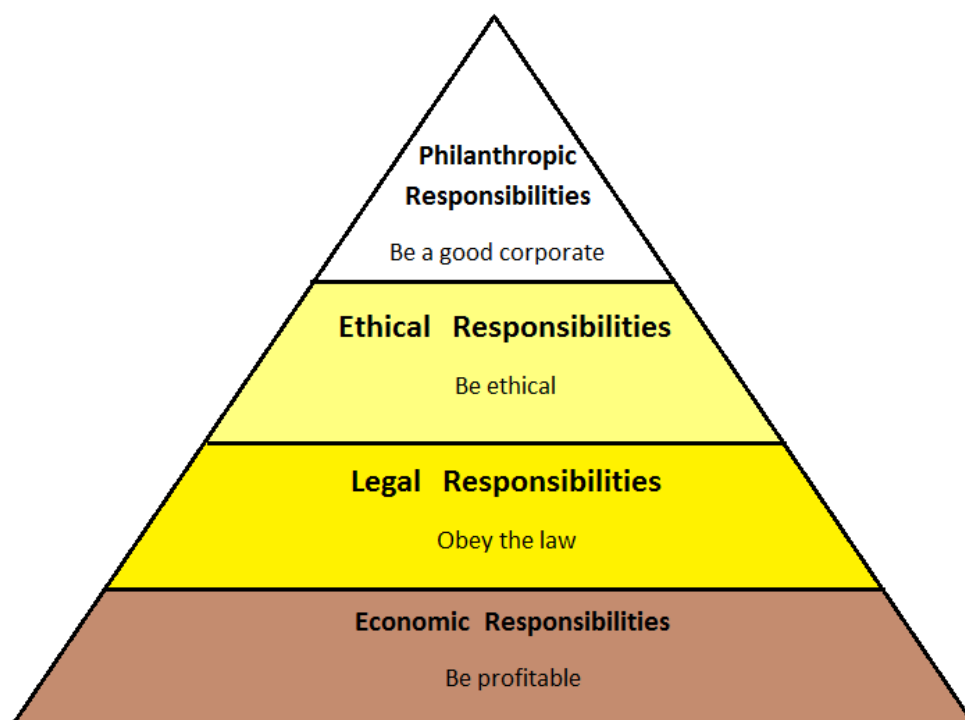
ในต่างประเทศ นักวิชาการให้ความสนใจกับแนวคิดเรื่ององค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคมมาอย่างยาวนานกว่าในประเทศไทย นับตั้งแต่ Brown (1953) นำเสนอแนวคิดว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหน้าที่หนึ่งของนักธุรกิจ และ Matten & Moon (2004) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจว่า เป็นแนวคิดที่ใกล้เคียงกับจริยธรรมทางธุรกิจ การช่วยเหลือ สาธารณะ การเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวคิดที่เป็นพลวัตและสามารถโต้แย้งได้ และถูกฝังตรึงอยู่ในแต่ละบริบททาง

สังคม การเมือง เศรษฐกิจ และสถาบัน และ Kotler & Lee (2005) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นความรับผิดชอบต่อองค์ธุรกิจในการพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยผ่านการทำธุรกิจและการใช้ทรัพยากรของภาคธุรกิจ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น เกี่ยวข้องกับความคาดหวังทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการเกื้อหนุนสังคม (Carroll, 1991) นอกจากนี้ องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานการแสดงรับผิดชอบต่อผลกระทบของสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้กำหนดมาตรฐาน ISO 26000 ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นเรื่องของการที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์กับ ชุมชน และสังคม โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

โดยสรุป องค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม คือการทำธุรกิจที่ไม่มุ่งเพียงผลประโยชน์ของเจ้าของธุรกิจหรือผู้ถือหุ้น หากแต่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ และการช่วยเหลือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรในทุกๆระดับ อย่างไรก็ตาม องค์กรประกอบของกิจกรรมเพื่อสังคมอาจมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจและบริบทของพื้นที่ โดยในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอยึดแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่นำเสนอโดย Carroll (1991) ที่ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้นเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการเกื้อหนุนสังคม

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ Archie B. Carroll

ผู้วิจัยเลือกแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่นำเสนอโดย Carroll (1991) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษารูปแบบของพัฒนามาตรฐานสถาบันพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยเหตุผลคือ แนวคิดของ Carroll ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในหมู่นักวิชาการที่ศึกษาด้านองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเมื่อ ค.ศ. 1979 Carroll ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการแสดงออกถึงผลการดำเนินงานด้านสังคมขององค์กร หรือที่เรียกว่า Corporate Social Performance (Carroll, 1979) และต่อมาในปี ค.ศ. 1991 Carroll ได้เสนอตัวแบบของแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เรียกว่า The Pyramid of Corporate Social Responsibility อันประกอบด้วย ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านเมตตาธรรม ดังปรากฏในภาพที่ 2.1 ซึ่งรายละเอียดของความรับผิดชอบต่อสังคมแต่ละองค์ประกอบอธิบายได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 The Pyramid of Corporate Social Responsibility
แหล่งที่มา: Carroll (1991)

องค์ประกอบด้านแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) Carroll (1991) ให้นิยามความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจว่า หน่วยงานธุรกิจจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและบริการโดยมีแรงจูงใจหลัก คือ ผลกำไรและต้องเป็นกำไรสูงสุด กล่าวคือ องค์กรธุรกิจจะต้อง รับผิดชอบต่อสร้างผลกำไรให้เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น (Shareholders) ในขณะเดียวกันการผลิตสินค้าและบริการนั้นต้องดำเนินไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการบริโภคสินค้าของตลาดอย่างเพียงพอ ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจนี้ถือเป็นความรับผิดชอบต่อพื้นฐานของธุรกิจทุกประเภท องค์ประกอบด้านที่สอง ได้แก่ ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) Carroll (1991) อธิบายว่า ในการดำเนินธุรกิจใดก็ตาม องค์กรจะต้องเคารพต่อกฎหมายและ ข้อบังคับต่างๆ ที่ภาครัฐเป็นผู้กำหนด กล่าวคือ การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอันเป็นสัญญาประชาคม (Social contract) นอกจากนั้น ยังหมายรวมถึงการยินดีปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบของประเทศหรือท้องถิ่นอันเป็นที่ตั้งขององค์กร การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายถือเป็นความผิดที่มีบทลงโทษ และเป็นการกระทำอันขาดความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างร้ายแรง ด้วยเหตุนี้ องค์กรธุรกิจจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาเรื่องของตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ Carroll (1991) กล่าวว่า ในขณะที่ความรับผิดชอบในสององค์ประกอบแรก เป็นสิ่งที่ถือเป็นข้อบังคับที่ทุกองค์กรธุรกิจต้องปฏิบัติตามอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นั่นคือ ความรับผิดชอบด้านที่สามและสี่ถือเป็นสิ่งที่ไม่เป็นข้อบังคับแต่มีความสำคัญ กล่าวคือ

องค์ประกอบด้านที่สาม คือ ความรับผิดชอบเชิงจริยธรรม(Ethical Responsibility) นั้นเป็นสิ่งที่ดีอันควรกระทำ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความมีศีลธรรม (Moral) คุณธรรม (Virtue) และความยุติธรรม (Justice) ซึ่งจะรวมเอามาตรฐานบรรทัดฐานความคาดหวังที่ลูกค้าพนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชนคาดว่าจะได้รับ ที่จริงแล้วจริยธรรมเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการกำหนดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆเป็นสิ่งที่ผนวกเอาคุณค่าและบรรทัดฐานที่สังคมคาดหวังว่าภาคธุรกิจจะต้องมีอยู่ บางครั้งอาจสูงเกินกว่าที่กฎหมายจะกำหนดไว้และภาคธุรกิจปฏิบัติตามได้ยาก แต่ก็เป็นที่ต้องปรับตัวคู่ไปกับกฎหมาย โดยคอยผลักดันให้กฎหมายขยายขอบเขตกว้างขึ้นครอบคลุมมากขึ้นให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมความรับผิดชอบด้านคุณธรรม อาจประกอบด้วยการดำเนินการให้สอดคล้องกับจารีตและบรรทัดฐานการยอมรับและเชื่อในบรรทัดฐานที่สังคมค่อยๆพัฒนาขึ้นมาใหม่ การป้องกันมิให้มีการต้อรองเพื่อการปฏิบัติตามมาตรฐาน การกระทำผิดจริยธรรมขององค์กรอาจไม่ได้หมายถึงการถูกลงโทษตามตัวบทกฎหมาย แต่หมายถึงการถูกลงโทษโดยสังคมเป็นผู้พิพากษา ตัวอย่างของการดำเนินธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงจริยธรรม เช่น การแข่งขันที่ไร้มนุษยธรรม บริษัทตั้งราคาต่ำกว่าต้นทุนเพื่อให้คู่แข่งเลิกกิจการธุรกิจไปเลย รวมไปถึงการข่มขู่ การให้สินบน เงินทุจริตคอมมิชชั่น ค่านายหน้า เป็นต้น นอกจากนี้ การแข่งขันที่ไม่ยุติธรรมมักจะส่งผลกระทบต่อประชาชนทั่วไปด้วย เช่น การเลียนแบบสินค้า และการโฆษณาที่บิดเบือน (ชาญชัย อาจินสมัจาร, 2552) แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ความรับผิดชอบทางจริยธรรมนั้นก็มีส่วนที่ทับซ้อนกับความรับผิดชอบทางกฎหมาย กล่าวคือ ข้อกำหนดหรือตัวบทกฎหมายจำนวนมากถูกกำหนดขึ้นจากพื้นฐานของจริยธรรม ตัวอย่างเช่น กฎหมายที่กำหนดห้ามการใช้แรงงานเด็กต่ำกว่า 18 ปี ในหลายๆประเทศ รวมทั้งประเทศไทย หากธุรกิจใดจ้างแรงงานเด็กอายุต่ำกว่าเกณฑ์ดังกล่าวแล้ว ธุรกิจนั้นจะถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย และถูกสังคมตราโทษว่าไม่มีจริยธรรมทางธุรกิจ (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน, 2541)

องค์ประกอบด้านสุดท้าย ได้แก่ ความมีเมตตาธรรม(Philanthropic Responsibility) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่อยู่บนยอดสุดของปลายของพีรามิดแต่นั้นไม่ได้ทำให้ความรับผิดชอบดังกล่าวนี้จะได้รับการตีความว่าเป็นความรับผิดชอบที่สำคัญที่สุด ในทางตรงกันข้าม Carroll (1991) กล่าวว่า ความรับผิดชอบที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมนี้ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกบังคับด้วยกฎหมาย ไม่ถูกตีกรอบด้วยความคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้องเหมือนความรับผิดชอบเชิงจริยธรรม และนั่นหมายความว่า เป็นกิจกรรมที่องค์กรเลือกที่จะดำเนินการหรือไม่ก็ได้ หากองค์กรไม่ได้ทำกิจกรรมในเชิงความช่วยเหลือสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตา และความใจบุญ องค์กรก็จะไม่ถูกสังคมกล่าวโทษว่าทำผิดจริยธรรมแต่อย่างใด Carroll ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า การดำเนินการด้านนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมขององค์กรในส่วนของทรัพยากร เช่น เงิน และกำลังคน กิจกรรมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมและความใจบุญ เช่น การส่งเสริมสวัสดิภาพของประชาชนการอุดหนุนค่าใช้จ่ายด้านศิลปะ ช่วยเหลือด้านเงินทองหรือสิ่งของ หรือแรงงานแก่สังคม การให้การช่วยเหลือด้านการศึกษา การอาสาช่วยเหลือสนับสนุนโครงการ ด้านคุณภาพชีวิต ทั้งนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า องค์กรธุรกิจจำนวนมากในปัจจุบันให้ความสนใจทำกิจกรรมเหล่านี้มากขึ้น ทั้งๆที่ไม่เป็นข้อบังคับโดยกฎหมาย และไม่ถูกกำหนดโดยหลักจริยธรรม นั่นเป็นเพราะว่ากิจกรรมเหล่านี้นำมาซึ่งการให้ความไว้วางใจ และการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นองค์กรที่ดี (Corporate Citizenship) นั่นเอง (รพีพรรณ ฉัตรลิขิต, 2556)

2.1.2 ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคม

ในหัวข้อ 2.1.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ถูกอภิปราย โดยมุ่งเน้นไปที่ตัวแบบ The pyramid of CSR ซึ่งนำเสนอโดย Carroll (1991) ดังนั้นหัวข้อ 2.1.2 นี้จะนำเสนอตัวชี้วัดของความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และเมตตาธรรม ดังปรากฏในตารางที่ 2.1 ทั้งนี้ ตัวชี้วัดดังกล่าวมาจากทั้งมุมมองของผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญขององค์กร ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า และชุมชนท้องถิ่น โดยการสรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงตัวอย่างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมจากมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวชี้วัด	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	ผู้ประกอบการ	พนักงาน	ลูกค้า	ชุมชนท้องถิ่น
ด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทได้รับความสำเร็จในการเพิ่มผลกำไร ● บริษัทมุ่งมั่นจะลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ● ผู้บริหารระดับสูงกำหนดกลยุทธ์ระยะยาวสำหรับธุรกิจ ● บริษัทมีความต่อเนื่องในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ● บริษัททำการลงทุนที่ดี วางแผนที่จะหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทตรวจสอบประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอย่างใกล้ชิด ● การจ้างงานมาจากแรงงานในชุมชนท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ธุรกิจมีขั้นตอนในการตอบสนองต่อการร้องเรียนของลูกค้าทุกคน ● ธุรกิจใช้ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การจ้างงานทรัพยากรบุคคลในชุมชน ● บริษัทใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มาจากชุมชนท้องถิ่น ● บริษัทใช้บริการผู้จำหน่ายวัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่น ● บริษัทกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายเงินในชุมชนท้องถิ่น

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงตัวอย่างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมจากมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ต่อ)

ตัวชี้วัด	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	ผู้ประกอบการ	พนักงาน	ลูกค้า	ชุมชนท้องถิ่น
ด้านกฎหมาย	<ul style="list-style-type: none"> บริษัททำหน้าที่ถูกต้องตามกฎหมายในทุกเรื่อง ผู้จัดการมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ทุกผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตามกฎหมาย สัญญาของบริษัท ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นธรรมอยู่เสมอ ผู้จัดการองค์กรพยายามปฏิบัติตามกฎหมาย กำหนดนโยบายการไม่ใช้แรงงานเด็ก 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทพยายามที่จะปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการจ้างงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ปกป้องคุ้มครองผู้บริโภคตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ใช้สินค้าและบริการที่ใช้แรงงานเด็ก ไม่ใช้สินค้าและบริการที่กระทำผิดกฎหมายแรงงาน ไม่ใช้สินค้าและบริการได้จากการทรมานสัตว์ 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทจ่ายภาษีที่เกี่ยวข้องในระดับชุมชน บริษัท ปฏิบัติ ตาม กฎ ข้อบังคับในระดับชุมชน
ด้านจริยธรรม	<ul style="list-style-type: none"> หลักการสำคัญของบริษัท คือ ความซื่อสัตย์ในการซื้อขาย บริษัทแข่งขันกับคู่แข่งในกรอบจริยธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการประเมินผล การปฏิบัติงานของพนักงาน มีความเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าของตน 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ จั ด ก า ร ต ร ว จ ส อ บ ผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นของกิจกรรมขององค์กรในชุมชนโดยรอบ

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงตัวอย่างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมจากมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ต่อ)

ตัวชี้วัด	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	ผู้ประกอบการ	พนักงาน	ลูกค้า	ชุมชนท้องถิ่น
ด้านจริยธรรม (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ● บริษัทมีมาตรการที่ครอบคลุมการปฏิบัติงาน ● บริษัทได้รับการยอมรับในฐานะที่เป็นบริษัทที่น่าเชื่อถือ ● บริษัทใช้ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ● บริษัทมีระบบ Reuse, Recycle ● บริษัทกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในระดับองค์กร ● บริษัทจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● สมาชิกขององค์กรเป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ ● ที่ทำงานมีความปลอดภัยทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน ● ชั่วโมงการทำงานเป็นธรรมและยืดหยุ่น ● ผลประโยชน์และการจ่ายค่าตอบแทนมีความเป็นธรรม ● ไม่มีการกีดกันทางเชื้อชาติและสีผิวในสถานที่ทำงาน ● โอกาสการเลื่อนขั้นเสมอภาค ● การปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเคารพ และสร้างแรงจูงใจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์ด้านราคามีความเป็นธรรม ● ฉลากสินค้าครบถ้วนเชื่อถือได้ ● การโฆษณาไม่เกินจริง ● ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายหรือให้บริการมีคุณภาพได้มาตรฐาน ● ให้อิสระกับลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ ● การขายผ่านเว็บไซต์สามารถไว้วางใจได้ ● กำหนดและแจ้งแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมขององค์กรให้ลูกค้าทราบ 	<ul style="list-style-type: none"> ● บริษัทมีอุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเชิงลบ ● บริษัทมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะลดปัญหาสิ่งแวดล้อมชุมชน

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงตัวอย่างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมจากมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ต่อ)

ตัวชี้วัด	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	ผู้ประกอบการ	พนักงาน	ลูกค้า	ชุมชนท้องถิ่น
ด้านจริยธรรม (ต่อ)			<ul style="list-style-type: none"> พนักงานบริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐานวิชาชีพ 	
ด้านเมตตากรุณา	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทพยายามที่จะช่วยเหลือคนยากจน บริษัทพยายามที่จะพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น บริษัทพยายามที่ตอบสนองความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทมีกิจกรรมต่างๆในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัทเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม การบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนปัญหาสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีความหลากหลายของประโยชน์ทางอ้อมในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน พนักงานได้ใช้ชั่วโมงการทำงานในการทำกิจกรรมอาสาสมัคร พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร พนักงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ภาพลักษณ์ของบริษัทคือ การเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือสังคม สนใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีส่วนช่วยเหลือองค์กรท้องถิ่น เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล บริษัทพยายามช่วยเหลือรัฐบาลในการแก้ปัญหาสังคม บริษัทให้เงินอุดหนุนที่เพียงพอเพื่อการกุศล บริษัทสนับสนุนกิจกรรมการฝึกอบรมทักษะทางวิชาชีพให้คนในชุมชน บริษัทเปิดโอกาสให้สถานประกอบการเป็นแหล่ง

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงตัวอย่างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมจากมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ต่อ)

ตัวชี้วัด	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	ผู้ประกอบการ	พนักงาน	ลูกค้า	ชุมชนท้องถิ่น
ด้านเมตตากรุณา (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทเข้าไปมีส่วนร่วมกับการวางแผนพัฒนาชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้แก่พนักงาน 		เรียนรู้ <ul style="list-style-type: none"> บริษัทสนับสนุนกิจกรรมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและกีฬา บริษัทสนับสนุนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม

ที่มา Turker (2008); Swaen (2002); Brunk (2010); Auger,Devinney, Louviere, & Burke (2008); Yang, Chandrees,Lin, & Chao (2012); Poolthong (2009); Lee, Kim, Lee, & Li (2012)

งานวิจัยที่ผ่านมาจำนวนมากให้ความสำคัญกับการศึกษาตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคม ที่ครอบคลุมบทบาทความรับผิดชอบต่อทางสังคมผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรปฏิบัติต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในภาพรวม Turker (2009) ศึกษาเรื่องของการวัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมในบริษัทต่างๆไป โดยการพัฒนาตัวชี้วัด เพื่อนำไปวัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมในแต่ละระดับ ซึ่งศึกษาตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านพนักงาน ลูกค้า และสิ่งแวดล้อม เช่น บริษัทที่มีความหลากหลายของประโยชน์ทางอ้อมในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงาน ธุรกิจมีขั้นตอนในการตอบสนองต่อการร้องเรียนของลูกค้าทุกคน เป็นต้น และเป็นที่น่าสังเกตว่า การแบ่งระดับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของ Turker นั้นมีความแตกต่างจากการแบ่งระดับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของ Carroll ตรงที่มีด้านสิ่งแวดล้อมมีการแยกเป็นระดับการวัดความรับผิดชอบต่อไว้อย่างชัดเจน เช่น บริษัททำการลงทุนที่ดี วางแผนที่จะหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น Swaen (2002) ศึกษาการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าให้ความเห็นว่า องค์กรจะต้องให้ความเคารพกับสิทธิของลูกค้า เช่น การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ และการซื่อสัตย์ของลูกค้า นอกจากนี้ ลูกค้ายังมองว่า องค์กรต้องเคารพต่อพนักงานขององค์กรด้วย เช่น การจัดสถานที่ทำงานที่เหมาะสม มีเงื่อนไขการทำงานที่เหมาะสม และองค์กรจะต้องรักษาสภาพแวดล้อม

Poolthong (2009) ศึกษาธุรกิจธนาคารในประเทศไทย ได้ศึกษาตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคม ด้านการสนับสนุนของชุมชน ความสัมพันธ์ของพนักงาน สินค้าและบริการ และการช่วยเหลือด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีกิจกรรมที่เป็นตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคม เช่น บริษัทให้เงินอุดหนุนที่เพียงพอเพื่อการกุศล ที่ทำงานมีความปลอดภัยทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน ธุรกิจใช้ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น สุดท้าย Lee et al. (2012) สอบถามการรับรู้ของพนักงาน ที่มีมุมมองเกี่ยวกับองค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำเอาการแบ่งระดับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของ Carroll มาใช้ในการทำตัวชี้วัด เช่น ด้านเศรษฐกิจทางบริษัทมีความมุ่งมั่นจะลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ด้านกฎหมายทางบริษัทมีพยายามที่จะปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการทำงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน ด้านจริยธรรมสมาชิกขององค์กรเป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ และด้านเมตตากรุณา ภาพลักษณ์ของบริษัท คือ การเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือสังคม เป็นต้น เหล่านี้คือตัวชี้วัดการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมของภาคธุรกิจอื่นๆ

รวมถึงงานวิจัยของ Brunk (2010); Auger, Devinney, Louviere, & Burke (2008); Yang, Chandlrees, Lin, & Chao (2012); Poolthong (2009); Lee, Kim, Lee, & Li (2012) ที่ศึกษาถึงเรื่องการมีจริยธรรมในองค์กร ตัวอย่างเช่น Brunk (2010) ได้แบ่งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม โดยศึกษาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านลูกค้า พนักงาน สิ่งแวดล้อม ชุมชน ท้องถิ่นและเศรษฐกิจ และกิจกรรมที่ได้แสดงถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคม ได้แก่ การโฆษณาไม่เกินจริง ผลประโยชน์และการจ่ายค่าตอบแทนมีความเป็นธรรม ไม่ใช่สินค้าและบริการได้จากการทรมานสัตว์ และบริษัทให้เงินอุดหนุนที่เพียงพอเพื่อการกุศล เป็นต้นสำหรับ Auger et al. (2008) ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคม ศึกษาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ความรับผิดชอบต่อทางสังคมหรือไม่ และพบว่า ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ หากธุรกิจนั้นมีนโยบายไม่ใช่แรงงานเด็ก นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Yang et al. (2009)

ที่ได้ศึกษาถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมทางการค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า การแสดงถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจที่ขายของทางอินเทอร์เน็ตที่สำคัญ สำหรับลูกค้า นั่นคือ การขายผ่านเว็บไซต์ต้องสามารถไว้วางใจได้ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญกับธุรกิจการค้าบนโลกอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน

สำหรับในบริบทการท่องเที่ยว มีงานวิจัยที่แสดงถึง การศึกษาตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมโดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา งานวิจัยของ Sheldon & Park (2010) สสำรวจความรับผิดชอบต่อทางสังคมในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคมควรดำเนินการ แบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท (1) ด้านธรรมาภิบาลในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การรักษาสีสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน (2) ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การลดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม (3) ด้านสังคม เช่น การให้ความสำคัญกับคุณค่าของชุมชนและมรดกวัฒนธรรม (4) การศึกษา เช่น การให้ความรู้แก่ลูกจ้างในการรักษาสีสิ่งแวดล้อม (5) การดำเนินธุรกิจ เช่น ความเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และมีจรรยาบรรณ และ (6) การบริหารจัดการบุคคล เช่น การจ้างงานบุคคลท้องถิ่น ตัวอย่างต่อมา เป็นความรับผิดชอบต่อทางสังคมของโรงแรมในแอฟริกาใต้ ซึ่ง Merwe & Wocke (2006) พบว่า ความหมายของความรับผิดชอบต่อทางสังคม ควรจะครอบคลุมตัวชี้วัด ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อชุมชน การมีจริยธรรมทางธุรกิจ การรักษาสีสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนทางธุรกิจ

2.2 ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การอภิปรายเกี่ยวกับการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคมต่อการดำเนินธุรกิจในส่วนนี้ ครอบคลุมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กร และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า และชุมชน รายละเอียดของแต่ละประเด็นย่อยสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ในภาพรวมการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อทางสังคมและความเป็นธรรม เป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจควรยึดถือ โดยที่ ฉันทมัย เจียรสกุล (2555) กล่าวว่า การที่องค์กรธุรกิจจะใช้กิจกรรมเพื่อสังคมในการส่งเสริมให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนนั้น ต้องเป็นการดำเนินกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคมในลักษณะที่ทำได้จริงจริง มิใช่แค่เน้นเรื่องภาพลักษณ์ หรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการเงินเท่านั้น แต่เป็นการเน้นเรื่องผลตอบแทนทางสังคมและการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ซึ่งการกระทำอย่างจริงจังนี้จะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจ (วิภาดา วีระสัมฤทธิ์, 2553) และการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter & Kramer, 2006) ทั้งนี้งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า องค์กรให้ความสำคัญกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ได้แก่ พนักงานขององค์กร ลูกค้าและชุมชน

สำหรับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่องค์กรมีต่อพนักงานนั้นนับได้ว่าเป็นรูปแบบของการจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีความท้าทาย โดย จณิน เอี่ยมสะอาด (2550) กล่าวว่า ธุรกิจควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อทางสังคม โดยยึดแนวปฏิบัติคือการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต การให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมในระดับต่างๆ หรือแม้แต่นโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ เช่น การสนับสนุนช่วงต่อระหว่างโรงเรียนมาสู่พนักงาน

สำหรับคนรุ่นใหม่ การสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใหม่ๆให้เกิดขึ้นในที่ทำงาน การให้ข้อมูลกับพนักงานในทุกๆด้าน การให้ความสมดุลระหว่างงาน ชีวิตครอบครัว และการพักผ่อน การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมทุกด้าน ทั้งการคัดเลือกเข้าทำงาน รายได้และความก้าวหน้าทางการงานโดยเฉพาะผู้หญิงและผู้พิการ การให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติเพื่อการกำกับดูแลแรงงานของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2552) ที่ว่าด้วยเรื่อง 1) การจ้างงานและความสัมพันธ์ในการจ้างงาน 2) เงื่อนไขในการทำงานและการคุ้มครองทางสังคม 3) การสาธารณสุขทางสังคมอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน 4) การพัฒนามนุษย์ และ 5) การอบรมในพื้นที่ปฏิบัติงาน

จะเห็นได้ว่าแนวทางปฏิบัติที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรที่มีต่อพนักงานในช่วงต้น สอดคล้องกับนโยบายในการบริหารงานบุคคลของธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวอย่างเช่น ร้านกาแฟสตาร์บัค ให้โอกาสในการจ้างงานแก่คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกศาสนา แต่ไม่จ้างแรงงานที่อายุต่ำกว่า 16 ปี ให้โอกาสกับทุกกลุ่มรวมทั้งเพศที่สาม และผู้พิการ นอกจากนี้กิจกรรมยังมีระบบรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน และสื่อสารกับพนักงานโดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น การสรุปความคิดเห็นของพนักงาน ออกข่าวสารแจ้งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร ทั้งรูปแบบวารสารและทางอินเทอร์เน็ต ที่สำคัญสตาร์บัคให้การฝึกอบรมพนักงานในเรื่องต่างๆ ได้แก่ วิธีการบริการลูกค้า การปฏิบัติที่เหมาะสม ความปลอดภัยในการทำงาน มาตรฐานความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านต่างๆในสถานที่ทำงาน การสื่อสาร และมีการตรวจสอบการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อลดการขาดพนักงานในการทำงาน (นิตยา วงศ์ธาดา, 2555) และสำหรับธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า โรงแรมให้การสนับสนุนการศึกษาของพนักงานหรือการฝึกอบรม ฝึกอาชีพความรู้ของพนักงานเป็นต้น (ปิยรัตน์ ไผขาว, 2553)

ในส่วนของเกี่ยวข้องกับลูกค้า ความรับผิดชอบต่อภาคธุรกิจคือ การผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยต่อชีวิตของผู้บริโภค มีการจัดจำหน่ายอย่างเป็นธรรม มีกระบวนการในการคุ้มครองผู้บริโภค มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอ การรักษาความลับของลูกค้า รวมทั้งการทำการตลาดที่มีจริยธรรม ไม่มีการโฆษณาเกินจริง (วิภาดา วีระสัมฤทธิ์, 2553; จณิน เอี่ยมสะอาด, 2550; กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2552) สำหรับธุรกิจโรงแรม การให้บริการแก่ลูกค้าด้วยมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติและชนชั้น และคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าในการให้บริการ รวมถึงการจัดสถานที่พักและอาหารที่สะอาดและถูกสุขลักษณะให้แก่ผู้ใช้บริการ นับเป็นการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อกลุ่มลูกค้า (ปิยรัตน์ ไผขาว, 2553)

สุดท้าย ชุมชนท้องถิ่น และสังคมมีความสำคัญยิ่งในฐานะที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมที่จะมีส่วนในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า/บริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคม ทั้งนี้กิจกรรมที่องค์กรธุรกิจควรกระทำ ได้แก่ การสนับสนุนกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม การร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและสังคมให้น่าอยู่ การสนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆอย่างเพียงพอ เช่น สถานศึกษา สถานพยาบาล ถนน เป็นต้น และการสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ เช่น

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการทำความดี ลดบาปมุข เพื่อความอยู่ดีมีสุขภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น (วิภาดา วีระสัมฤทธิ์, 2553) นอกจากนี้ การจ้างงานทำให้ชุมชนมีรายได้ และรายได้ภาษีของพื้นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งนำไปสู่ทุนสาธารณะที่มารณามาสร้างประโยชน์แก่ชุมชน (จณิน เอี่ยมสะอาด, 2550) การส่งเสริมการศึกษาและวัฒนธรรม (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2552) รวมถึง การช่วยเหลือชุมชนเมื่อประสบภัยทางธรรมชาติ (ปิยรัตน์ ไผขาว, 2553) นับเป็นรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมต่อกลุ่มชุมชนท้องถิ่น

2.3 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการแปลหรือตีความหมาย โดยผ่านประสาทสัมผัสของร่างกายไปสู่การรับรู้ที่สมอง และจะแสดงผลของการรับรู้ออกมาเป็นรูปแบบของพฤติกรรมแต่ละคน (บัณฑิต วินิจฉัยกุล, 2542; สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2550) การตีความในกระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นโดยอาศัยตามประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม ซึ่งมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานและประสบการณ์ของแต่ละคน (วราลี วิริยานันตะ, 2547; Hunt & Osborn, 1991)

การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีการศึกษาอย่างหลากหลาย ในบริบทของประเทศไทย ภาพรวมของผลการศึกษพบว่า คนไทยมีแนวโน้มการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจมากขึ้น และมองว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นทำให้องค์กรมีชื่อเสียงในทางที่ดี และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น (มินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์, 2553; อรณิชา สุทธิแป้น, 2554; มนตรี พิริยะกุล และบุญทวารณวิงวอน, 2554; นุชจรี ก้อนนาค, 2555) ตัวอย่างเช่น ผลจากการศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) แสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มบริษัท ปตท.ในระดับสูงมาก และเมื่อพิจารณาจากกิจกรรมในแต่ละด้านพบว่า ประชาชนมีการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนในระดับสูง และรองลงมาในระดับปานกลาง คือ การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมด้านสังคม ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวยังแสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีทัศนคติเชิงบวกต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทำให้กลุ่มคนส่วนใหญ่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (มินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์, 2553) เช่นเดียวกัน อรณิชา สุทธิแป้น (2554) ศึกษาการรับรู้และอิทธิพลจากการสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้โครงการ “ไทยเบฟ รวมใจต้านภัยหนาว” ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เป็นกรณีศึกษา พบว่า การทำกิจกรรมและประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวผ่านสื่อการตลาดสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทให้กับผู้บริโภค สูงกว่าร้อยละ 85 และที่สำคัญคือการรับรู้ดังกล่าวส่งผลต่อความรู้สึกดีที่ลูกค้ามีต่อบริษัท และยิ่งไปกว่านั้นคือการส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่เกี่ยวกับชุมชน การศึกษาของ ปจิตราภรณ์ หวังเจริญสุข (2524) เรื่องการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทแอ็ดวานซ์เออร์ จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในความคิดเห็นของชุมชนอยู่ในระดับดี ทั้งในระดับนโยบายและแนวทางในการดำเนินงานซึ่งทำให้ชุมชนเกิดการตื่นตัวใน

การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้บริษัทจะสามารถแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีการดำเนินงานตามนโยบายที่วางไว้ รวมทั้งการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเข้าใจกับชุมชน และทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนและองค์กรได้

ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (ขสมก.) โดยศึกษาความเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นที่มีความต้องการการสนับสนุนเพื่อเสริมสร้าง และแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ วรุณพันธ์ คงสม (2548) ศึกษาพฤติกรรม ทศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย พบว่า ชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อุทหนุณสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือสังคม และไม่สนับสนุนสินค้าและบริการที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของคนงานและผู้บริโภค สำหรับบริบทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการร้องเรียนของนักท่องเที่ยวพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลทางอ้อมต่อการร้องเรียนของนักท่องเที่ยวผ่านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทั้งนี้เพราะองค์กรที่กำกับดูแลการท่องเที่ยวที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมจะทำให้องค์กรนั้นเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในมุมมองของนักท่องเที่ยวและเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะเกิดการร้องเรียนน้อยลง

โดยสรุป งานวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เกิดจากการแสดงความรู้ ความเข้าใจโดยการแปลความหมายหรือตีความตามประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม ซึ่งจะเหมือนหรือต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์แต่ละคน และจะส่งต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะธุรกิจสปาในบริบทประเทศไทยนั้นยังมีความขาดแคลนเป็นอย่างมาก งานวิจัยฉบับนี้จึงสามารถต่อยอดความรู้ในเรื่องดังกล่าวและจะเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสปา เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นผลสะท้อนจากการรับรู้จากผู้ประกอบการ พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ

2.4 ความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความคาดหวัง (Expectation) เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาด ซึ่ง Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้า หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังจะได้รับ และวนิดา สิงห์โต (2550) สรุปความหมายของความคาดหวัง คือ ความคิดความรู้สึกลอยๆ มีวิจารณ์ญาณของบุคคลที่คาดการณ์ไว้

ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรมี ควรจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้นในอนาคตตามความจำเป็น และเหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งการคาดการณ์นี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญาภิธานนท์, และศุภร เสรีรัตน์ (2552) กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้า (Consumer Expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ หรือคาดหวังจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ

งานวิจัยเกี่ยวเรื่องความคาดหวังของความรับผิดชอบต่อทางสังคมในบริษัทสังคมไทย เช่น กฤษณ์ช แซนทวี (2554) ศึกษาความคาดหวังของประชากรต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรม คาดหวังกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านสังคมและวัฒนธรรม กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค คาดหวังกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านอาสาสมัคร และ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมคาดหวังกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่ากลุ่มธุรกิจที่แตกต่างกันถูกคาดหวังให้ดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมในรูปแบบแตกต่างกันทั้งนี้ อนันตชัย ยูรประถม (2550) เสนอว่า องค์กรธุรกิจควรเลือกประเด็นหลักซึ่งเป็นปัญหาสังคมที่สำคัญในชุมชนที่องค์กรธุรกิจตั้งอยู่

สรุป งานวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง หากมีความแตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมต่างกัน ซึ่งงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะธุรกิจสปาในบริษัทประเทศไทยนั้นยังมีความขาดแคลนเช่นเดียวกับการรับรู้ งานวิจัยฉบับนี้จึงศึกษาความคาดหวังให้ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาสปาเพื่อความรับผิดชอบต่อทางสังคม

2.5 มาตรฐาน และตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมในบริบทของการท่องเที่ยว

ส่วนนี้กล่าวถึงมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยว หลายๆองค์กรได้มีการจัดทำมาตรฐานเพื่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมเพื่อภาคการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประเมินมาตรฐานของคณะกรรมการในการประเมินมาตรฐานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคม มีตัวอย่างโครงการที่เป็นมาตรฐานที่ใช้นำร่องทั้งในไทยและต่างประเทศ จำนวน 4 มาตรฐาน ได้แก่

2.5.1 มาตรฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe)

มาตรฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe) ถูกกำหนดขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมและยกระดับมาตรฐานในการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม โดยธุรกิจที่ได้สามารถดำเนินงานได้ตามมาตรฐานดังกล่าว จะได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิก และได้รับสิทธิในการใช้สัญลักษณ์ลูกโลกสีเขียว (ภาพที่ 2.2) เพื่อเป็นการสื่อสารไปยังลูกค้าและบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม อันแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อทางสังคม ในปัจจุบันโครงการลูกโลกสีเขียวมีสมาชิกจำนวนมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลกโดยมีทั้งธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ท ผู้จัดการทัวร์ท่องเที่ยว สวนสาธารณะ ธุรกิจขนส่ง สนามบิน ร้านอาหาร เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 สัญลักษณ์ลูกโลกสีเขียว (Green Globe Logo)

แหล่งที่มา: www.csrcom.com

ทั้งนี้มาตรฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe) มิได้แต่เฉพาะมุ่งเน้นไปที่ตัวระบบหรือวิธีการบริหารเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อสังคมและสภาพแวดล้อมที่สามารถประเมินได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่สื่อถึงพัฒนาการของวิธีที่เหมาะสมโดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การขอการรับรองตามมาตรฐาน Green Globe องค์กรธุรกิจต้องแสดงให้เห็นถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มากขึ้น ควบคู่ไปกับการประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจ และองค์กรจะต้องได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่มีศีลธรรม และมีความเป็นมืออาชีพในฐานะสมาชิกที่ห่วงใยต่อชุมชนที่ดำเนินกิจการอยู่ ดังนั้น Green Globe Brand นับเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีอำนาจมากสำหรับบริษัทและชุมชนที่ต้องการดึงดูดให้ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ องค์กรที่นำมาตรฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe) มาใช้จะช่วยให้องค์กรมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นทั้งนี้การออกใบรับรองมาตรฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe) จะเป็นหลักประกันความน่าเชื่อถือและการยอมรับของผู้ดำเนินกิจการภายในภาคอุตสาหกรรมนี้ได้ มาตรฐาน Green Globe มีเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมการจัดการ 9 ด้าน ดังต่อไปนี้ (ThaiCSRcommunity, 2554)

- 1) การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 2) การลดปริมาณของเสีย การนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำไปแปรรูป
- 3) ประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน การอนุรักษ์และการจัดการพลังงาน
- 4) การจัดการเรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำ
- 5) การจัดการเรื่องน้ำเสีย
- 6) การป้องกัน /การควบคุมคุณภาพของอากาศ และการควบคุมเสียง
- 7) การจัดซื้อที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 8) การพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม
- 9) การลดผลกระทบต่อระบบนิเวศน์

ตัวอย่างโรงแรมในประเทศไทยที่ได้รับประกาศนียบัตรรับรองให้เป็นโรงแรมสีเขียวจาก Green Globe เช่น โรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่มีสาขา 33 แห่งทั่วโลก และสาขาของโรงแรมที่ได้รับประกาศนียบัตรในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Green Globe มีทั้งหมด 13 แห่ง และอีกในประเทศไทย 8 แห่ง ได้แก่ อนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ รีสอร์ท แอนด์ สปา อนันตรา หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา อนันตรา ภูเก็ต วิลล่า อนันตรา ลาวาน่า รีสอร์ท แอนด์ สปา อนันตรา บ่อผุด รีสอร์ท แอนด์ สปา สมุย อนันตรา รัสันดา เกาะพะงัน รีสอร์ท แอนด์ สปา อนันตรา บ้านราชประสงค์ กรุงเทพฯ เซอร์วิส สวีท และอนันตราสิเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งโรงแรมเหล่านี้ได้ผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานทั้งด้านพลังงาน น้ำ การแยกขยะ และมีการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมลดภาวะโลกร้อน และยังมีโรงแรม ฮอติเดย์อินน์ สีสลมซึ่งเป็นโรงแรมในเครืออินเตอร์คอนติเนนตัลในกรุงเทพฯ แห่งแรกที่ผ่านมาตราฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe)

2.5.2 มาตรฐานใบไม้สีเขียว (Green leaf)

มาตรฐานใบไม้สีเขียว (Green Leaf) ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 โดยความร่วมมือของ 6 องค์กร ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2) สมาคมโรงแรมไทย 3) โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 4) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย 5) สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และ 6) ประปานครหลวง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงานและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม โรงแรมที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเกียรติบัตรใบไม้สีเขียว (The Green Leaf Certificate) ทั้งหมด 1-5 ใบตามลำดับความสามารถในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในโรงแรม มูลนิธิใบไม้สีเขียวเชื่อมั่นถึงศักยภาพ ความมุ่งมั่นของเจ้าของผู้ประกอบการ ผู้ปฏิบัติการและ ผู้มีสนับสนุนด้านการดำเนินธุรกิจ โรงแรมที่จะร่วมกันจัดการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังให้เป็นที่ยอมรับแก่องค์กรต่างๆ ทั่วโลก โดยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยเพื่อความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงของธุรกิจท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เช่นเดียวกับมาตรฐานลูกโลกสีเขียว (Green Globe) องค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกและได้รับการรับรองมาตรฐานใบไม้สีเขียว (Green Leaf) จะได้รับสิทธิในการใช้สัญลักษณ์ (ภาพที่ 2.3) เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรในการเป็นธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยในการจัดทำมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจโรงแรม และการท่องเที่ยวของโครงการใบไม้สีเขียว ได้แบ่งการจัดการเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- 1) การตรวจสอบโรงแรมที่เข้าร่วมโครงการ ว่ามีการดำเนินขั้นตอนที่จำเป็นทางด้านกฎหมายหรือไม่ซึ่งหากผ่านขั้นตอนนี้จะได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเข้าร่วมโครงการใบไม้สีเขียว หรือ Green Leaf Letter of Participation (Screening Questionnaire)
- 2) การพิจารณาในเรื่องขอบเขตของความเหมาะสมของการดำเนินกิจกรรมสิ่งแวดล้อมในโรงแรม (Qualifying Questionnaire)
- 3) การตรวจสอบการปฏิบัติการทุกแผนกในการดำเนินธุรกิจ เพื่อตรวจสอบว่าขั้นตอนต่างๆ นี้ ได้ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร (Grading Questionnaire)



ภาพที่ 2.3 สัญลักษณ์ใบไม้สีเขียว (Green Leaf Logo)
แหล่งที่มา: www.greenleafthai.org

จากการอภิปรายตัวอย่างมาตรฐานในโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ทั้งมาตรฐานลูกโลกสีเขียว มาตรฐานใบไม้สีเขียวเป็นที่น่าสังเกตว่า มาตรฐานที่จัดทำขึ้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม และให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ยังไม่มีปรากฏมาตรฐานการให้บริการของภาคธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจสปา ที่จะเป็นแนวทางให้เกิดการบริการสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกองค์ประกอบ และรับผิดชอบต่อทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนามาตรฐานสปาบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้โรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา สิบเกาเป็นกรณีศึกษา

2.6 บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมของเครือโรงแรมอนันตรา

ในส่วนที่ 2.6 นี้ ผู้วิจัยนำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่ถูกเลือกให้เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ โรงแรมอนันตรา สิบเกา รีสอร์ท แอนด์ สปาโดยเนื้อหาจะครอบคลุมประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งโรงแรมอนันตรา และนโยบายของโรงแรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

2.6.1 ประวัติ และการก่อตั้งโรงแรมอนันตรา

เครือโรงแรมอนันตรา รีสอร์ทแอนด์สปา ดำเนินงานภายใต้บริษัทไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล (Minor International) ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจโรงแรมในระดับนานาชาติก่อตั้งโดย วิลเลียม อี ไฮเน็คก์ (Mr. William E Heinecke) ปัจจุบันโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีสาขาจำนวน 21 แห่งทั่วโลก และจำนวน 7 สาขาในประเทศไทย ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 1 ส่วนที่ 1.1 โรงแรมอนันตรา สิบเกา รีสอร์ท แอนด์ สปาถูกสร้างขึ้นในปี.ศ. 2546 ตั้งอยู่เลขที่ 198-199 หมู่ 5 ถนนหาดปากเมง-ฉางกลาง ตำบลไม้ฝาด อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง และอยู่ใกล้กับอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม มีพื้นที่ติดกับทะเลอันดามัน โรงแรมอนันตรา สิบเกา รีสอร์ทแอนด์สปา เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว มีจำนวนห้องพักสำหรับให้บริการจำนวน 138 ห้อง

นอกจากการบริการห้องพัก โรงแรมยังให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ได้แก่ ห้องอาหารทั้งไทยและนานาชาติจำนวน 2 ห้อง บาร์จำนวน 2 จุด ห้องคิดส์คลับสำหรับเด็ก ห้องฟิตเนสและกีฬา ห้องจัดเลี้ยงจำนวน 2 ห้อง และสปา (รายละเอียดดู หัวข้อ 2.6)

2.6.2 นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อทางสังคมของโรงแรมอนันตรา

การยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลและการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคม นับเป็นหัวใจหลักประการหนึ่งของการดำเนินธุรกิจของโรงแรมเครืออนันตรา ดังจะเห็นได้จากการกำหนดความรับผิดชอบต่อทางสังคมให้เป็นหนึ่งในพันธกิจสำคัญที่โรงแรม ให้คำมั่นสัญญาว่าจะดำเนินการให้โปร่งใส และผู้บริหารโรงแรมได้ผลักดันภารกิจด้านสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ที่ได้ถือปฏิบัติกันมาเป็นระยะเวลาต่อเนื่องนับตั้งแต่ได้ก่อตั้งกิจการ และเป็นมากกว่าการทำสาธารณประโยชน์เป็นครั้งคราว โรงแรมอนันตรามีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงแรมจะได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ลูกค้าและกลุ่มพันธมิตรของโรงแรมก้าวหน้าเติบโตไปพร้อมกับโรงแรม และเพื่อเสริมสร้างชุมชนและสังคมที่ดียั่งยืน

สิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความจริงใจ และมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของ โรงแรมอนันตรา ได้แก่ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของขององค์กรลูกโลกสีเขียว (Green Globe) ซึ่งให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และพัฒนาคุณภาพของสังคมเป็นหลัก ดังจะเห็นได้จากกิจกรรม และโครงการต่างๆ ที่โรงแรมดำเนินมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลามากกว่าทศวรรษ ได้แก่

- โครงการ Anantara's 365 Days of Good Deeds เป็นโครงการที่เชิญชวนลูกค้าของโรงแรมร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การร่วมปลูกป่าชายเลน การอนุรักษ์สัตว์ทะเลเจ้าพวกเต่าที่ใกล้สูญพันธุ์ การทำความสะอาดชายหาดและแม่น้ำ การซื้อสินค้าวัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่น การสร้างโรงเรียนและมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนในชนบทที่ขาดแคลนทุนการศึกษา การบริจาคเลือด การบริจาคเงินเพื่อการกุศล เป็นต้น

- โครงการ Golden Triangle Asian Elephant Foundation มูลนิธิแห่งนี้ตั้งอยู่ที่โรงแรมอนันตรา โกลเด้น ไทเอนแกล็ด จังหวัดเชียงราย เป็นมูลนิธิที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือช้างที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้โดยสร้างความตระหนักและการระดมรายได้เพื่อการอนุรักษ์และความเป็นอยู่ที่ดีของประชากรช้างไทย มีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริมการเลี้ยงช้างอย่างมีจริยธรรม กล่าวคือ การช่วยเหลือช้างให้หยุดเร่รอนตามท้องถนน การดูแลช้างเป็นอย่างดี ด้วยการให้อาหาร วิตามินต่างๆ ที่เหมาะสม พร้อมการดูแลจากสัตวแพทย์ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือควาญช้างที่มีความสามารถให้มีรายได้ และสามารถดูแลครอบครัวของควาญช้างได้

- โครงการ The King's Cup Elephant Polo Tournament การแข่งขันโปโลช้างชิงถ้วยพระราชทาน จัดขึ้นที่โรงแรมอนันตราหัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การแข่งขันโปโลช้างทำเงินรายได้กว่า 300,000 เหรียญสหรัฐฯ เพื่อสนับสนุนสถาบันช้างแห่งชาติ ที่ให้การรักษาพยาบาลแก่ช้างการจ้างงานและฝึกอบรมควาญช้างในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2554 เงินกองทุนนี้ได้นำไปใช้ในโครงการรถพยาบาลช้าง และที่พักอาศัย ณ ศูนย์ช้างเพื่อให้ที่พักอาศัยโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายรวมถึงการรักษาพยาบาลแก่ช้างที่เจ็บป่วยในประเทศไทย เงินรายได้ในปี พ.ศ. 2552 และ พ.ศ.2553 ได้นำไปใช้ช่วยเหลือช้างเร่รอนจำนวน 5 เชือก และนำมาฝึกอบรมเพื่อเข้าร่วม

โครงการคลินิกช่างบำบัดอันเป็นโครงการจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ทำการศึกษาประโยชน์จากการนำช่างมาร่วมบำบัดช่วยเหลือบุคคลออทิสติก

- โครงการ Roy E. Heinecke Foundation มูลนิธิรอย อี ไฮเน็ค เป็นมูลนิธิที่ให้การสนับสนุนเด็กทุกวัยทั่วประเทศที่ด้อยโอกาสทางการศึกษา แต่มีผลการเรียนที่ดี ในทุกๆปี มูลนิธิจะมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียน 449 คน เพื่อสนับสนุนตั้งแต่การศึกษาขั้นต้นจนจบการศึกษา เด็กๆ จะได้รับการปลูกฝังให้สนับสนุนโครงการในชุมชนของตน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 มูลนิธิได้ให้ทุนการศึกษากับนักเรียนไปแล้วนับพันคน โดยหลายคนมีโอกาสเรียนจนจบปริญญาบัตรในหลายสาขาอาชีพ

จากตัวอย่างกิจกรรมที่กล่าวมา มีข้อสังเกตว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมเครืออนันตรา นั้น จะคำนึงถึงความต้องการและความขาดแคลนของคนในท้องถิ่น รวมทั้งความเกี่ยวข้องในแง่พื้นที่ทางภูมิศาสตร์อันเป็นสถานที่ตั้งของโรงแรม

สำหรับโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ได้ดำเนินการในกิจกรรมเพื่อสังคมในโครงการต่างๆที่ ส่งเสริมความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น และตอบสนองต่อความต้องการในการรักษาสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ ได้แก่ การมอบเงินทุนการศึกษาแก่นักเรียน การบริจาคเงินให้กับโรงเรียน การจัดกิจกรรมวันเด็กและเลี้ยงอาหารกลางวันให้กับโรงเรียนในท้องถิ่น การปลูกป่าชายเลน โครงการให้ความรู้ด้านอนุรักษ์ธรรมชาติแก่เยาวชนในท้องถิ่นการเปิดโรงแรมให้นักเรียนนักศึกษาเข้าเยี่ยมชมเพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษา การทำความสะอาดชายหาดในทุกเดือน และการจัดวันครอบครัวให้กับพนักงานในทุกปี (www.sikao.anantara.com) จากการจัดกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ ทำให้เห็นว่าโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ทแอนด์สปาให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรของโรงแรม ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยเชื่อว่ากลุ่มเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้โรงแรมก้าวไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยขอกกล่าวถึงรายละเอียดสำหรับแต่ละกลุ่มดังนี้

กลุ่มแรก ได้แก่ บุคลากรของโรงแรม ซึ่งนับได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดของบริษัทและของประเทศชาติ ดังนั้น “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์” จึงเป็นสิ่งที่โรงแรมมุ่งให้ความสำคัญให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำงานและการใช้ชีวิตโรงแรม เชื่อว่าถ้าบุคลากรได้รับการพัฒนาทักษะวิชาชีพและความเป็นผู้นำแล้วจะสามารถเพิ่มศักยภาพในตัวเองบุคคลให้สูงขึ้นและก่อให้เกิดการสร้างสรรคผลงานที่ดียิ่งขึ้นให้แก่องค์กรและสังคม ในปี พ.ศ.2555 บริษัทได้ริเริ่มจัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรหลายโครงการที่ได้ผสมผสานประเด็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมด้วย ตั้งแต่การปฐมนิเทศเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไปจนถึงการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน

กลุ่มที่สอง ได้แก่ ลูกค้า โรงแรมเชื่อว่าประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น เป็นรากฐานสำคัญในการที่โรงแรมจะพัฒนาอย่างยั่งยืนทางโรงแรมมุ่งมั่นที่จะทำความเข้าใจอีกทั้งสนับสนุนให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้กิจกรรมเพื่อสังคม อีกทั้งโรงแรมมีพันธสัญญาที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าด้วยจิตสำนึกที่รับผิดชอบต่อลูกค้าโดยตรงไม่ว่าจะเป็นในด้านคุณภาพการบริการ ความปลอดภัยและการสื่อสารข้อมูลจากองค์กรสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสาธารณชน

กลุ่มที่สาม ได้แก่ พันธมิตรทางธุรกิจ โรงแรมมุ่งเน้นการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์สูงสุดไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายพันธมิตรทางธุรกิจหรือผู้ให้บริการอื่นๆ รวมถึงชุมชนที่โรงแรมได้เข้าไปดำเนินธุรกิจด้วย เช่น โรงแรมให้การสนับสนุนเกษตรกรให้เรียนรู้วิธีการเกษตรที่ดีขึ้น เพื่อส่งมอบวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพแก่โรงแรม และโรงแรมตระหนักดีว่ากระบวนการสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโรงแรมไม่สามารถบรรลุได้หากปราศจากความร่วมมือและสัมพันธ์อันดีจากพันธมิตรทางธุรกิจขององค์กร

กลุ่มสุดท้าย ได้แก่ สิ่งแวดล้อม โรงแรมมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อมและตระหนักถึงผลกระทบจากการทำธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมดังจะเห็นได้จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการด้านสิ่งแวดล้อม และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น

ผลจากความทุ่มเท และมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ โรงแรมเครืออนันตรา รวมทั้งโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ตรีัง ได้รับการยอมรับจากสังคมในวงกว้างโดยมีหลักฐาน คือ รางวัลเกียรติยศจำนวนมาก ได้แก่ รางวัลระดับบริษัทแม่ (บริษัท ไมเนอร์ แดรี่ จำกัด) ซึ่งได้รับ 1) เกียรติบัตรมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) จากกรมแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม 2) รางวัล “Most Improved CSR” ในกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 10,000 ล้านบาท จากสถาบันเพื่อสังคม 3) รางวัล “Corporate Responsibility Excellence Recognition” (Silver Level) จากหอการค้าอเมริกันในประเทศไทย (AMCHAM) และ 4) รางวัล “The Thailand Green Excellence Award for Animal Welfare” ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้แก่ มูลนิธิ Golden Triangle Asian Elephant Foundation

นอกจากนี้ยังมีรางวัลระดับเครือโรงแรมอนันตรา ได้แก่ 1) ประกาศนียบัตรด้านCSR “Creative Partnership” จากกระทรวงการต่างประเทศของสหรัฐอเมริกา 2) ประกาศนียบัตรในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือ Green Globe ทั้งหมด 13 แห่ง แบ่งเป็นในประเทศไทย 8 แห่ง และต่างประเทศอีก 5 แห่ง 3) รางวัล “The World Saver Award” โดย Conde Nast Traveler และ 4) รางวัล “The HICAP Sustainable Hotel Award” โดย Hotel Investment Conference Asia Pacific มอบให้กับโรงแรมอนันตรา สามเหลี่ยมทองคำ รีสอร์ท แอนด์ สปาสำหรับโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ได้รับประกาศนียบัตรในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือ Green Globe รวมถึงยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่น 1) กิจกรรมการปลูกป่าชายเลน 2) กิจกรรมเก็บขยะรอบบริเวณโรงแรมและบริเวณใกล้เคียง 3) การอบรมให้ความรู้แก่พนักงานและนักเรียนในท้องถิ่น เพื่อเป็นการปลูกฝังให้ดูแลสิ่งแวดล้อม รักษาธรรมชาติ โดยเชิญเจ้าหน้าที่อุทยานหาดเจ้าไหมเป็นวิทยากร 4) บุคลากรของโรงแรมร่วมเป็นวิทยากรให้กับสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตตรัง

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า โรงแรมเครืออนันตรา รวมทั้งโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในการเป็นผู้นำด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคธุรกิจที่พักแรม อย่างไรก็ตามการทำกิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งทำในระดับองค์กรในภาพรวมเหล่านั้น ยังไม่ได้สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าหน่วยการบริการย่อยในโรงแรม เช่น การให้บริการสปา หรือธุรกิจสปาในโรงแรมนั้น ได้ดำเนินการในกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบใดบ้าง และธุรกิจสปาในโรงแรม

มีศักยภาพ และบทบาทในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อทางสังคมมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาบทบาทของธุรกิจสปาในโรงแรมโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ในเรื่องของความรับผิดชอบต่อทางสังคม โดยเชื่อมโยงการศึกษาวิจัยกับมาตรฐานสปา ซึ่งจะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

2.7 มาตรฐานของธุรกิจสปา (Spa Standards)

สมาคมแพทย์แผนไทย (2554) กล่าวว่า สปา คือ สถานที่ที่อำนวยความสะดวกและทุ่มเทให้กับทางด้านกายภาพ จิตใจและอารมณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพที่ดีและชีวิตที่ผาสุกและที่สำคัญ สปาต้องใช้น้ำในการบำบัดรักษาสปาที่มีพื้นฐานมาจากการใช้ประโยชน์ของวิตามินและแร่ธาตุจากธรรมชาติสปายังให้การบรรเทาอาการบาดเจ็บผ่านการรักษาด้วยวิธีการทางการแพทย์ที่ครบครัน ผ่อนคลายความตึงเครียดให้การดูแลและทะนุถนอมทั้งความงามทางร่างกายและอารมณ์ความรู้สึก ปัจจุบันนี้สปาได้สร้างเอกลักษณ์ขึ้นมาได้อย่างเด่นชัดในเรื่องของสถานที่และการตกแต่งจะต้องให้ความสำคัญและความเคารพเรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก กระทรวงสาธารณสุข (2555) ให้ความหมาย สปาว่าเป็นธุรกิจที่เปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพหรือสถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพการปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจโดยให้คำแนะนำด้านบริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ รวมถึงอาจจะมีการให้คำแนะนำการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล และการสร้างหลักสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก และ สิปปศิณี บาเรย์ (2556) กล่าวว่า สปาเป็นการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างสุขภาพเป็นหลักด้วยการนวดเพื่อสุขภาพ การบำบัดด้วยน้ำ หรือการให้บริการเสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น โยคะ การออกกำลังกาย การนั่งสมาธิ การล้างพิษอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ในการให้บริการ องค์การสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association: ISPA- Europe) ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อ เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสปา จัดแบ่งเป็นประเภทของสปาโดยพิจารณาจากสถานที่ตั้งได้ทั้งหมด 7 ประเภท คือ

1) Destination Spa เป็นสถานบริการสปาที่ให้บริการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้วยบริการ สปาโดยเฉพาะสปาประเภทนี้จะมีบริการห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ใช้บริการอย่างครบวงจรโดยผู้ใช้บริการจะต้องเข้าพักและร่วมกิจกรรมภายใต้โปรแกรมที่สถานบริการจัดเตรียมไว้ เช่น โปรแกรมคลายความเครียดโปรแกรมทำสมาธิและดูแลสุขภาพจิต เป็นต้น

2) Resort / Hotel Spa เป็นสถานบริการสปาในสถานที่พักแรมหรือโรงแรมซึ่งตั้งอยู่ในสถานที่พักตากอากาศที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ริมหะเลภูเขาบ่อน้ำร้อนสปาประเภทนี้เกิดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยบริการสปา นอกเหนือจากการใช้บริการห้องพักของรีสอร์ทหรือโรงแรมนั้นๆ

3) Day Spa / City Spa เป็นสถานบริการสปาที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยากสามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่ต้องเข้าพักที่ตั้งของสปาประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองใหญ่หรือย่านธุรกิจสำคัญๆที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ว่าเน้นการให้บริการนวดเสริมความงามและการผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยน้ำมันหอมระเหยสปา

ประเภทนี้ได้รับความนิยมมากในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเวลาน้อยหรือผู้ที่ทำงานอยู่ในเมือง

4) Medical Spa เป็นสถานบริการสปาที่มีการบำบัดรักษาควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์และอยู่ภายใต้การดูแลของบุคลากรทางการแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมักอยู่ในสถานรักษาพยาบาล เช่น โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น

5) Mineral Spring Spa เป็นการให้บริการสปาตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นบ่อน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติโดยเฉพาะ

6) Club Spa เป็นสถานบริการสปาที่มีการผสมผสานกับการออกกำลังกายเพื่อบริการสมาชิกที่ต้องการการผ่อนคลายหลังจากออกกำลังกาย โดยทั่วไปตั้งอยู่ในสถานที่บริการด้านการออกกำลังกาย

7) Cruise Ship Spa เป็นสถานบริการสปาบนเรือสำราญผสมผสานกับการออกกำลังกายและการจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสบายและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการเดินทาง

ทั้งนี้ในประเทศไทยพบว่า ร้อยละ 68 ของการให้บริการสปาเป็นแบบ Day Spa รองลงมา เป็นสปาแบบ Resort / Hotel Spa คิดเป็นร้อยละ 28 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2554) การบริการสปาในประเทศไทยได้รับการยกย่องและมีชื่อเสียงในระดับโลก โดยจะเห็นได้จากหลักฐานการติดอันดับสปาที่ดีที่สุดในโลก จากการจัดอันดับของสมาคมสปาไทย (แอนดรู แจคก้า, 2555) แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่อยู่ประกอบการธุรกิจสปาในประเทศไทยต้องรักษาไว้คือมาตรฐานการให้บริการ จุดแข็งในเรื่องความมีอรรถยาศัยไมตรีและข้อได้เปรียบเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยโดยเฉพาะสมุนไพร และศาสตร์การนวดแผนโบราณราคา บรรยากาศและสถานที่

โดยเฉพาะมาตรฐานการให้บริการนั้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญมาก ปัจจุบันพบว่า มีสปาในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสปาโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จำนวนประมาณ 500 แห่งทั่วประเทศแต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีสปาอีกจำนวนมากกว่า 200 แห่งที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (กระทรวงสาธารณสุข, 2555) ซึ่งในส่วนนี้จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนและการควบคุมดูแลจากภาครัฐอย่างเคร่งครัดเพื่อให้สปาไทยเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน

การกำหนดมาตรฐานธุรกิจสปาในประเทศไทยถือว่ายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น โดยตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2551 จากการที่แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจสปาในรูปแบบต่างๆมีสูง จึงจำเป็นต้องอย่างเร่งด่วนที่จะต้องกำหนดมาตรฐานสปารวมทั้งสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และชัดเจนในการประกอบธุรกิจสปา และเพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดเกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ (1) เพื่อเป็นการยกระดับการจัดระเบียบมาตรฐานสปาให้เท่าเทียมกัน (2) เพื่อการเตรียมความพร้อมผลักดันประเทศขึ้นเป็นเมืองหลวงสปาแห่งเอเชีย และ (3) เพื่อเป็นการสนับสนุนและร่วมผลักดันมาตรฐานสปาของไทยให้ก้าวไกลสู่ระดับโลกตามนโยบายของรัฐบาลสำนักงานสาธารณสุข ซึ่งมีหน้าที่ในการเชื่อมโยงเครือข่ายและตรวจสอบมาตรฐานและรับรองผลให้แก่สถานบริการสปา ทั้งนี้ในส่วน มาตรฐานสำคัญของการรับรองสถานประกอบการ สปา เพื่อสุขภาพนั้นมีด้วยกันทั้งสิ้น 5 ด้าน และมีเกณฑ์ในการวัดในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

1. มาตรฐานคุณภาพบริการเป็นมาตรฐานที่กำหนดเพื่อทำการตรวจสอบการบริการให้มีความครบถ้วนถูกต้องและมีคุณภาพตามหลักวิชาการ ตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า มีการใช้เกณฑ์ในการวัดมาตรฐานด้านการบริการ ดังนี้

1.1 การให้บริการต่างๆในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ (บริการหลัก) ซึ่งประกอบด้วยบริการหลัก 4 ประเภท คือ การใช้น้ำการนวด หรือ สัมผัสการใช้ความร้อน การใช้ความเย็น

1.1.1 การให้บริการการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ (Hydrotherapy treatments) คือ การให้บริการสปาเพื่อสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบสำคัญประกอบด้วย

- การบริการโดยการแช่ตัวใน Pool/Tub/Jacuzzi การอาบน้ำ (Bath) การแช่เท้า (Foot Bath)

- การบริการโดยใช้แรงดันของน้ำ เช่น การบริการแบบ Effusion Shower หรือ Vichy Showers การบริการแบบ Jet Blitz (Douche a Jet /Scottish Hose) การบริการแบบ Experience Shower

- การบริการเทคนิคการลอยตัว (Flotation)

- การบริการโดยใช้ศาสตร์ของวาริบำบัดขั้นสูง เช่น (Advanced Water Therapies) บริการการออกกำลังกายแบบ Watsu การออกกำลังกายในน้ำ (water exercise) Aichi การรวมการออกกำลังกายและ Relaxation ในน้ำและอื่นๆ

1.1.2 การให้บริการโดยการนวด (Massage) เพื่อการผ่อนคลายประกอบด้วย

- การนวดแบบไทย เช่น การนวดไทยแบบเชลยศักดิ์ การนวดไทยแบบราชสำนัก การนวดไทยใช้การประคบร้อน ประคบเย็น หรือ การประคบด้วยสมุนไพร

- การนวดแบบตะวันออก เช่น การนวดแบบอายุรเวช (Ayurveda Massage) การนวดแบบจีน (Tuina) การนวดกดจุดแบบญี่ปุ่น (Shiatsu) การนวดแบบบาหลี่ (Javanese Lulur) การนวดเพื่อช่วยการไหลเวียนของน้ำเหลือง (Lymphatic Drainage) การนวดกดจุด (Reflexology) และอื่นๆ

- การนวดแบบตะวันตก เช่น การนวดแบบสுகนธบำบัด (Aromatherapy Massage) การนวดแบบ Swedish, Sport, Turkish, Deep Tissue Massage การนวดหินร้อน (Hot Stone Massage) LomiLomi เป็นต้น

1.1.3 การบริการที่ใช้ความร้อน คือ บริการสปาที่ก่อให้เกิดความรู้สึกต่อร่างกายเนื่องจากการเปลี่ยนของอุณหภูมิรอบข้าง

- การอบไอน้ำ (Steam) เช่น การอบสมุนไพร (Aromatic Herbal Steam), Caldarium, Hamman, Cabinet และ Roman เป็นต้น

- การให้ความร้อนอื่นๆ (Dry Heat) เช่น อบซาวน่า (Sauna) การพันร้อน ผ้าห่มร้อนการใช้อินฟราเรด เป็นต้น

1.1.4 การบริการที่ใช้ความเย็น (Cold) คือ บริการสปาที่ใช้ความเย็นจัด หรือ วัตถุแข็งที่ก่อให้เกิดการหดตัวของหลอดเลือด (Vasoconstriction) บริเวณผิวหนังและกล้ามเนื้อ ทำให้เกิดการหดตัว เช่น Cryotherapy, Ice Fountain และ Ice Room เป็นต้น

1.2 การให้บริการเสริมอื่นๆ

1.2.1 การบริการ Body Treatment การทำความสะอาดผิวการสแกนผิว การขัดผิว การพอกผิว การพันตัว

1.2.2 การบริการ Facial Treatment การทำความสะอาดผิว การปรับสภาพผิว การขัดผิว การพอกหน้า การนวดหน้า

1.2.3 การบริการที่ใช้ศาสตร์และเทคนิคต่างๆที่ทำให้เกิดการผ่อนคลาย เช่น Sound therapy, Color therapy, Meditation, Yoga, Oxygen therapy ,ฤาษีตัดตน, ดอกเส้น เป็นต้น

1.2.4 การบริการด้วยอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและให้คำแนะนำเกี่ยวกับสรรพคุณ

1.2.5 การขจัดสารพิษ (Detoxification) ยกเว้นการสวนลำไส้ใหญ่

1.2.6 การบริการเพื่อสุขภาพอื่นๆ เช่น การออกกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

1.3 กระบวนการการให้บริการ

1.3.1 มีเมนูในการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ต้องมีการกำหนดรายละเอียด เวลาที่ใช้ และราคาที่ใช้บริการที่ชัดเจนของแต่ละเมนูเป็นภาษาไทยด้วย

1.3.2 มีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละเมนูบริการ

1.3.3 มีเอกสารแสดงขั้นตอนของการบริการในแต่ละเมนูชัดเจน (Treatment Manual) พนักงานสามารถปฏิบัติได้

1.3.4 มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าระหว่างการรับบริการ

1.3.5 มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

1.3.6 มีระบบการนัดหมายลูกค้าการยกเลิกการนัดหมายและการชำระค่าบริการ

1.3.7 มีสินค้าทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์สปาของใช้และของที่ระลึกไว้บริการจำหน่ายให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

1.3.8 มีบริการด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูล

1.3.9 มีการประเมินมาตรฐานผู้ให้บริการหลังการบริการ

2. มาตรฐานด้านบุคลากร เป็นมาตรฐานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อตรวจสอบความรู้ความสามารถของบุคลากรในสถานประกอบการสปา ว่ามีคุณสมบัติที่จะบริการลูกค้าได้อย่างปลอดภัยและเป็นที่น่าพอใจซึ่งเกณฑ์ในการวัดมาตรฐานด้านบุคลากร ปรากฏดังนี้

2.1 ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพโดยผู้ดำเนินการสปาต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากเกณฑ์มาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขดังนี้

2.1.1 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

2.1.2 เป็นผู้นำและสร้างแรงจูงใจ และรับผิดชอบยุติธรรมต่อพนักงานในการทำ ให้การบริการมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

2.1.3 มีการปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า รับข้อเสนอแนะต่างๆเกี่ยวกับการ ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา

2.1.4 มีความสามารถในการทำการตลาดบริการสปาทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

2.1.5 มีจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างดีที่สุด

2.1.6 มีความสามารถวางแผนการดำเนินงานในสถานประกอบการสปา เพื่อ สุขภาพทุกๆเรื่องอย่างมีคุณภาพ

2.1.7 สามารถจัดสภาพและดูแลสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าทุกคนเกิดความประทับใจ

2.1.8 สามารถทำงานร่วมกับแผนกอื่นๆ ในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพได้ ดี

2.2 ผู้ให้บริการในสปาเพื่อสุขภาพต้องมีคุณสมบัติดังนี้

2.2.1 ผู้ให้บริการต้องผ่านการอบรมความรู้เฉพาะด้านของการบริการในแต่ละ ประเภทให้บริการมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานผู้ให้บริการของกระทรวงสาธารณสุข

2.2.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดีและพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1 ภาษา

2.2.3 เป็นผู้รับผิดชอบการบริการลูกค้าในการทำทรีทเมนต์และให้บริการที่ลูกค้า พึงพอใจ

2.2.4 เป็นผู้มีการให้บริการลูกค้าที่สุภาพอ่อนน้อมสนใจและเอาใจใส่

2.2.5 มีความสามารถในการดูแลรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบ เรียบร้อยของอุปกรณ์ผลิตภัณฑ์ในห้องทรีทเมนต์ให้ครบพร้อมให้บริการตลอดเวลา

2.2.6 สนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ

2.2.7 ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกของสถานประกอบการสม่ำเสมอ

2.3. พนักงานต้อนรับ (Spa Receptionist / Guest Relations Officer) ต้องมี คุณสมบัติดังนี้

2.3.1 ต้องเป็นผู้ที่มีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

2.3.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดีและพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1 ภาษา

2.3.3 สามารถให้การต้อนรับและบริการลูกค้าทุกเรื่องทุกคนด้วยกิจวัตรที่สุภาพ อ่อนน้อมและประทับใจ

2.3.4 สนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ

2.3.5 มีความสามารถในการให้ข้อมูลทุกเรื่อง

2.3.6 มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือฉุกเฉินได้

3. มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ เป็นมาตรฐานที่กำหนดเพื่อควบคุมดูแลการออกแบบ และใช้งานผลิตภัณฑ์และเครื่องมือต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของการบริการสปาที่มีคุณภาพเกณฑ์ในการวัดมาตรฐานด้านด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องไม่มีการโฆษณาคุณภาพเป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริงอันอาจทำให้หลงเชื่อ หรือสำคัญผิดในคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

3.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องได้มาตรฐานตามเกณฑ์การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือกฎหมายกำหนด หรือระบุแหล่งผลิตที่ชัดเจน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและนำเข้าจากต่างประเทศจะต้องมีหนังสือรับรองผู้ผลิต (Certificate of Manufacturer) หรือ หนังสือรับรองการขาย (Certificate of Free Sale)

3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายโดยสถานประกอบการสปาเป็นผู้ผลิตต้องมีกระบวนการควบคุม

3.4 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีคุณภาพปลอดภัยและมีหลักประกันแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ กรณีเกิดปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ (Product Liability)

3.5 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีฉลากที่มีรายละเอียดถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด

3.6 มีระบบการควบคุมปริมาณสำรองของผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัจจุบันโดยอาจเป็นในรูปแบบ Computerized หรือ Manual

3.7 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องได้รับการบรรจุอยู่ในภาชนะที่ถูกต้องเหมาะสมมีการจัดเก็บอย่างถูกต้องเหมาะสมและการจัดการควบคุมสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์

3.8 อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการสปา มีมาตรฐานรับรองและมีคู่มือการใช้งานทุกรายการ

3.9 มีการดูแลรักษาความสะอาดในส่วนของเครื่องมืออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องสม่ำเสมอตามมาตรฐานและให้อยู่ในสภาพปลอดภัยพร้อมใช้งานมีผู้มีความรู้ดูแลและให้ข้อมูลทีมงานในการเก็บและนำไปใช้

4. มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การเป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการธุรกิจสปาที่มีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง เกณฑ์ในการวัดมาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การ มีดังนี้

4.1 มีแผนผังองค์กรที่เหมาะสมและมีการจัดแบ่งภาระหน้าที่พนักงาน (Job Descriptions) ที่ชัดเจนตามตำแหน่งงาน

4.2 มีสายงานการบังคับบัญชาชัดเจนและส่งเสริมให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

4.3 มีระบบการว่าจ้างและผลตอบแทนชัดเจนโปร่งใสถูกต้องตามกฎหมายแรงงานไทย

4.4 มีระบบการพัฒนาบุคลากร (Human Resource Development Plans) ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจ

4.4.1 มีระบบการฝึกอบรมที่เหมาะสมและเกี่ยวข้องกับสภาพธุรกิจขององค์กรและครอบคลุมทุกตำแหน่งงาน

4.4.2 มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานสม่ำเสมอครอบคลุมทุกตำแหน่งด้วยความโปร่งใสและมีคุณภาพ

4.5 มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (Manual of Operation) เพื่อรักษามาตรฐานการบริการและการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

4.5.1 มีคู่มือการปฏิบัติงานของพนักงานขององค์กร เช่น Spa Employee Handbook, Human Resource Management Handbook, House Keeping + Spa Presentation Handbook and others เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสถานประกอบการ

4.5.2 มีระบบการควบคุมการบริการสปาที่ทันสมัย (Operation Systems) ครอบคลุมทุกขั้นตอนของงานบริการเพื่อให้เกิดความประทับใจ และสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงาน

4.6 มีระบบการจัดทำงบประมาณรายปี และมาตรการติดตามประเมินผลการประกอบการที่ได้มาตรฐานสากลและมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน (Marketing Plan) ปฏิบัติได้จริง

4.7 มีระบบควบคุมวัสดุใช้งานทรัพย์สินสินค้าขององค์กร (Inventory Control System) และมีการกำหนดมาตรฐานของวัสดุสิ้นเปลืองที่ชัดเจน (Perishable Goods) เพื่อควบคุมการจัดซื้อทดแทนและประเมินค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

4.8 การดำเนินธุรกิจขององค์กรโปร่งใสมีจริยธรรมจรรยาบรรณธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

5. มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม เป็นมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งสถานที่ และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานที่ตั้งธุรกิจสปา โดยมีเกณฑ์มาตรฐานที่ต้องพิจารณา ดังนี้

5.1. สถานที่และสภาพแวดล้อม

5.1.1 การตกแต่งสถานที่ต้องมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยและความเป็นธรรมชาติ

5.1.2 บริเวณต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจนไม่รบกวนผู้รับบริการ

5.1.3 สภาพแวดล้อมที่ดีไม่แออัดและปราศจากมลภาวะต่างๆ

5.1.4 การเข้าถึงจุดต่างๆของการให้บริการอย่างสะดวก

5.1.5 มีแผนผังแสดงจุดต่างๆของสถานประกอบการแสดงไว้อย่างชัดเจน

5.1.6 สถานที่มีความสะอาดและมีระบบดูแลรักษาที่ตัวอย่างสม่ำเสมอ

5.1.7 มีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสมเพียงพอตามบริเวณจุดที่ให้บริการ

5.1.8 มีการจัดบรรยากาศด้วยกลิ่นที่เหมาะสม

5.1.9 ดนตรีหรือเพลงที่ใช้เหมาะสมฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลายตามลักษณะของจุดที่ให้บริการ

5.1.10 มีความปลอดภัยและมีระบบแจ้งเตือน

5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก

5.2.1 มีตู้ล็อกเกอร์หรือตู้เซฟให้ลูกค้าจัดเก็บทรัพย์สินมีค่าที่ปลอดภัย

5.2.2 มีบริเวณพักผ่อน (Relaxation Area)

5.2.3 มีบริเวณบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Restaurant)

5.2.4 มีบริเวณให้อ่านหนังสือ (Reading Area)

5.2.5 มีบริเวณให้คำปรึกษา (Consultation Area)

5.2.6 มีบริเวณทำสมาธิ (Meditation Area)

5.3 การอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม

5.3.1 มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

5.3.2 มีมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน

5.3.3 มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและมีการจัดการน้ำเสีย

5.3.4 การลดปริมาณของเสียและคัดแยกขยะมูลฝอย

สำหรับแผนกสปาในโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ถือเป็นธุรกิจสปาประเภท Resort & Hotel Spa ซึ่งสปาได้ตั้งอยู่ภายในบริเวณเดียวกันกับรีสอร์ท และมีโปรแกรมการบริการ ประกอบด้วย การนวดแบบต่างๆ เช่น การนวดน้ำมันแผนไทย หรือการนวดน้ำมันหอม การนวดไทย เป็นต้น และมีการให้บริการที่ส่งเสริมมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

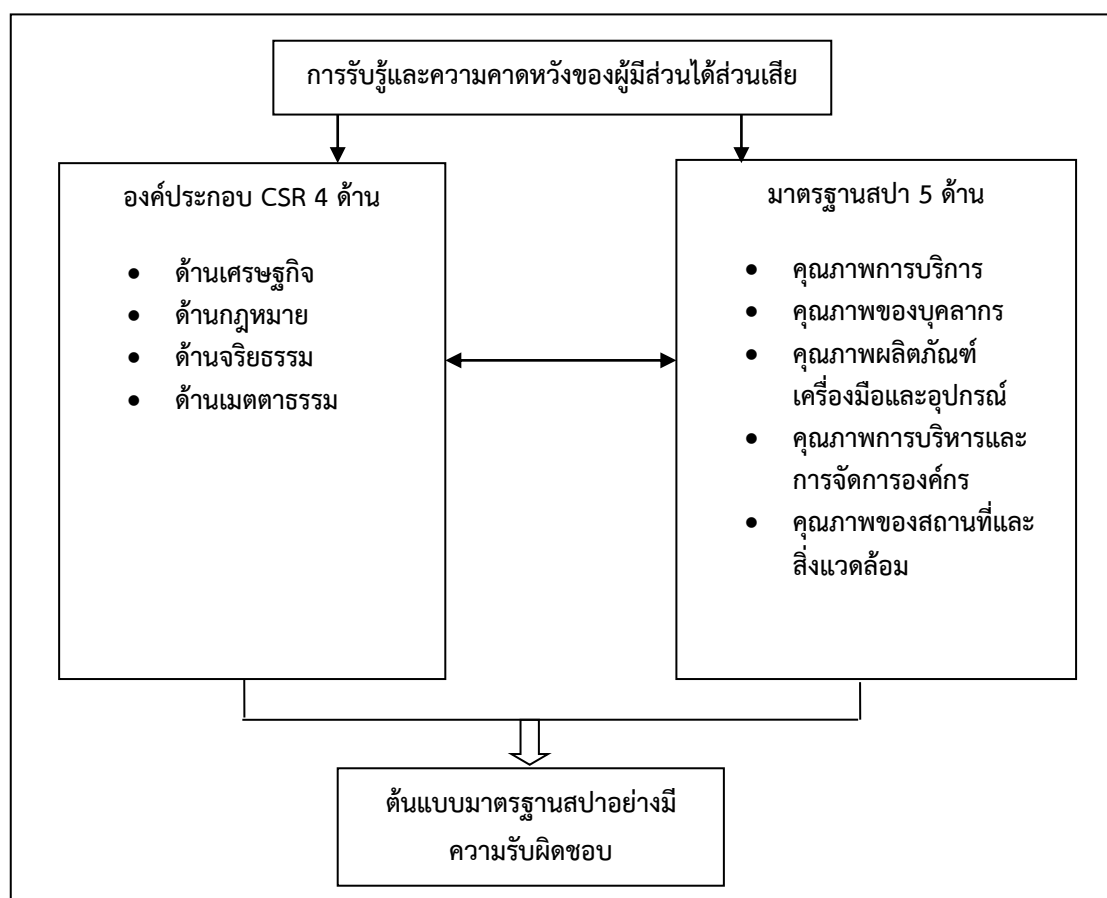
ตัวอย่างของการให้บริการ โรงแรมอนันตรา ที่ตรงตามมาตรฐานด้านที่ 1 คือ คุณภาพการบริการ ในมาตรฐานย่อยข้อที่ 2 การให้บริการนวดแบบต่างๆ มาตรฐานย่อยข้อที่ 4 การขจัดพิษหรือการทำดีท็อก (Detox Foliation) และ มาตรฐานย่อยข้อที่ 5 การจัดรายการสปาบริการลูกค้า คือ โรงแรมอนันตราคิดค้นโปรแกรมพิเศษเพื่อสุขภาพ เวลล์เนส 360 (Wellness 360) ให้สำหรับลูกค้าที่ต้องการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีหลายแพ็คเกจให้เลือก เช่น แพ็คเกจเพื่อความงาม คลายเครียด ลดน้ำหนัก และขับสารพิษหรือการทำดีท็อกท่านสามารถเลือกระยะเวลาการเข้ารับโปรแกรมนี้ได้ตามต้องการคือ 1, 3, 7, หรือ 14 วันซึ่งการบำบัดจะถูกจัดให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละท่าน โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริโภคน้ำและสุขภาพโดยตรง โดยสอดคล้องกับการนำเสนอรายการสปาที่ให้บริการด้วยความหลากหลาย เป็นต้น

ตัวอย่างต่อมา ที่ทางโรงแรมให้บริการไปตามมาตรฐานข้อที่ 2 สอดคล้องกับการสร้างมาตรฐานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ให้มีคุณภาพ และมาตรฐานย่อยข้อที่ 3 มีระบบตรวจสอบมาตรฐานเครื่องมือสม่ำเสมอ คือ โรงแรมอนันตราใช้ผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการผลิตมาจากธรรมชาติเป็นส่วนประกอบสำคัญ โดยใช้ชื่อ แบรินด์ Elemis เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวชั้นนำจากประเทศอังกฤษ ภายใต้การผลิตของบริษัท เอ็มสปา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ที่ทำธุรกิจสปาในโรงแรมห้าดาวมีสาขามากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ และได้ดำเนินธุรกิจสปามากกว่าสิบปี ธุรกิจมีการเติบโตและขยายอย่างต่อเนื่องอย่างรวดเร็วและมีมาตรฐานสากล และได้รับรางวัล 'BEST BRITISH BRAND' AWARD at CEW (UK) Beauty Oscars ในปี ค.ศ. 2010

เหล่านี้คือ ตัวอย่างเบื้องต้นของมาตรฐานแผนกสปา ที่โรงแรมอนันตา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปาดำเนินการ ถึงแม้ว่าจะมีการใช้มาตรฐานสปาในการดำเนินธุรกิจของแผนกสปาในโรงแรม อยู่แต่ยังไม่มีความชัดเจนว่า สปาใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อทางสังคมในด้านใดบ้าง และมีความ เป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน หากจะนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ประกอบกับมาตรฐานสปา เพื่อสร้าง มาตรฐานสปาสีเขียว หรือ มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ซึ่งสามารถสร้างการรับรู้และ ความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสปาในอนาคต

2.8 กรอบแนวคิดวิจัย

การอภิปรายที่นำเสนอในข้างต้น แสดงให้เห็นถึงแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อ ทางสังคม และความเกี่ยวข้องกับธุรกิจให้บริการในบริบทต่างๆ อันจะนำไปสู่การกำหนดกรอบงานวิจัย เพื่อ ศึกษามาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อทางสังคมในธุรกิจสปา ซึ่งประกอบด้วยประเด็นเนื้อหาที่ เกี่ยวข้องคือ แนวคิดความรับผิดชอบต่อทางสังคมตามการเสนอของ Carroll (1991) การรับรู้ และความ คาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆมีต่อธุรกิจสปา รวมทั้ง มาตรฐานสปาตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข โดยเลือกโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นกรณีศึกษา กรอบแนวคิดงานวิจัยครั้งนี้ได้ถูกนำเสนอในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิจัยเชิงคุณภาพมีความเหมาะสม ด้วยเหตุผลคือ การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นกระบวนการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นวิธีการแสวงหาความรู้หรือข้อเท็จจริงที่มีอยู่ตามสภาพความเป็นจริง หรือตามลักษณะที่เป็นอยู่ตามธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยรู้จักและเข้าใจการดำเนินชีวิตและสภาพแวดล้อมของผู้ให้ข้อมูล ทำให้การวิเคราะห์และการตีความข้อมูลมีความหมายใกล้เคียงกับความเป็นจริง เนื่องจากมีจุดเน้นที่การให้ความหมาย ประสบการณ์ ความเชื่อ และความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูลเอง (Pope & Mays, 1995) อีกทั้งวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการลดความลำเอียงในการตีความ หรือตามความรู้ของผู้สัมภาษณ์ (Lui, Liston-Heyes, & Ko, 2007) วิธีนี้จะช่วยให้การวิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์การศึกษา

เนื้อหาในบทนี้ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับขอบเขตการวิจัย หน่วยการวิเคราะห์และกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล ความถูกต้องตรงประเด็น และความน่าเชื่อถือของการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ และจริยธรรมในการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครอบคลุมขอบเขตวิจัยในเชิงเนื้อหา คือ

(1) แนวคิดเกี่ยวกับองค์การกับความรับผิดชอบต่อทางสังคม ซึ่งยึดตามแนวคิด The Pyramid of CSR ของ Carroll (1991) โดยพิจารณาองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อทางสังคมใน 4 ด้านได้แก่ (1) ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) (2) ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) (3) ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) และ (4) ความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility)

(2) สาระของมาตรฐานสปา ซึ่งกำหนดโดย สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข อันประกอบด้วย (1) มาตรฐานด้านคุณภาพบริการ (Service Quality) (2) มาตรฐานด้านบุคลากร (Skilled Staff) (3) มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ (Products, Tools & Equipment) (4) มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization & Management Quality) และ (5) มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Ambient)

และครอบคลุมขอบเขตการวิจัยในเชิงพื้นที่ ได้แก่ โรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง

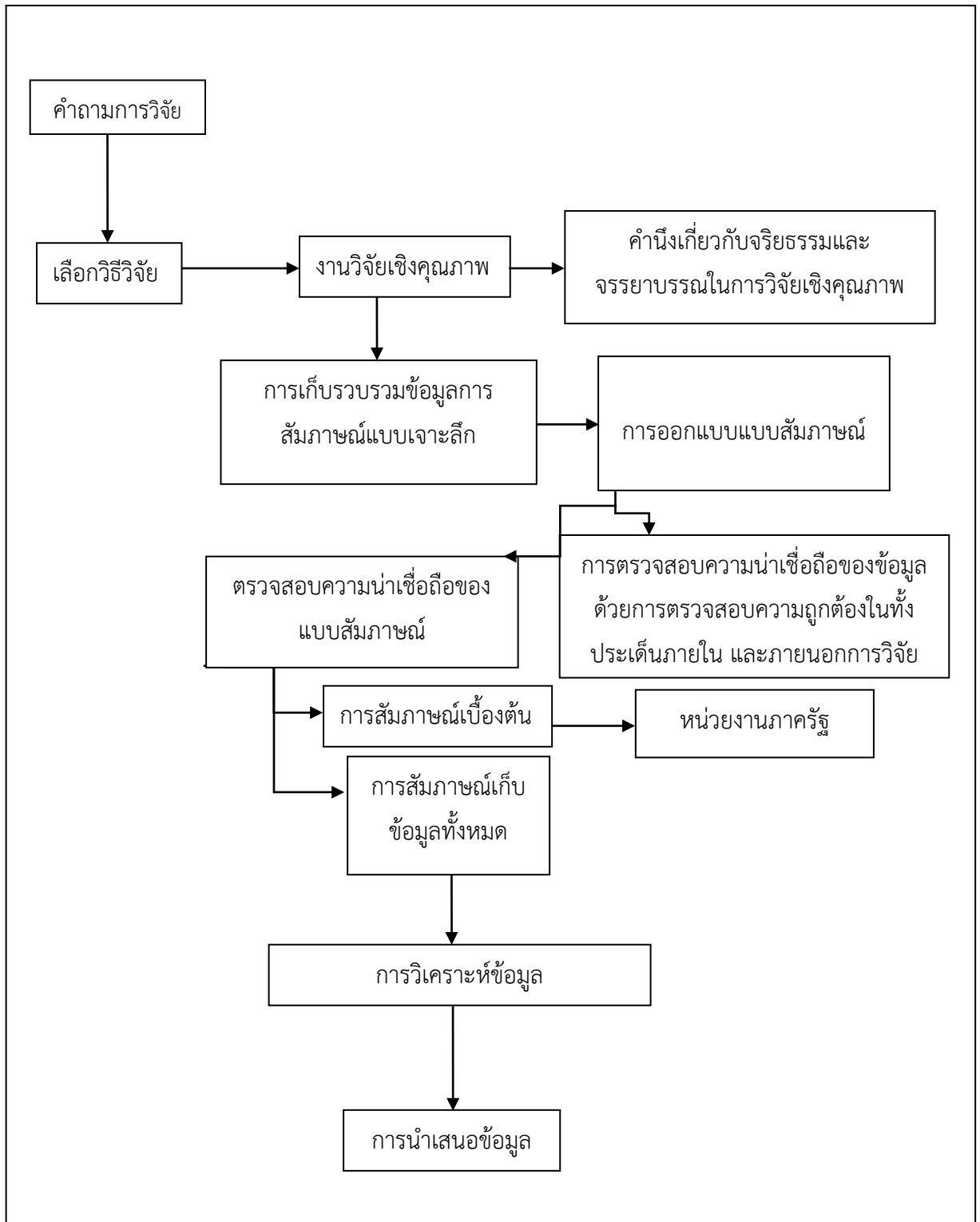
3.2 หน่วยการวิเคราะห์และกลุ่มตัวอย่าง

หน่วยการวิเคราะห์ของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ องค์กร และบุคคลซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานธุรกิจสปาของโรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง โดยทั้งนี้สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มคือ (1) ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรม ซึ่งรับผิดชอบกิจกรรมด้านสังคมและ ผู้จัดการสปา (2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ พนักงานสปาผู้ใช้บริการชาวไทย และตัวแทนชุมชนท้องถิ่น และ (3) องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำมาตรฐานสปา ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อตอบคำถามในการวิจัยที่ว่า “มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อทางสังคมจะสามารถพัฒนาได้อย่างไร” การวิจัยเชิงคุณภาพถูกเลือกเพื่อดำเนินการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยแสดงไว้ในภาพที่ 3.1

การเก็บรวบรวมข้อมูลมาจาก 2 แหล่งคือ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งจากผู้ประกอบการและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนรวม 21 คน และ (2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นโยบายการดำเนินงานของสถานประกอบการ และมาตรฐานสปาของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) กระทรวงสาธารณสุข



ภาพที่ 3.1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบการวิจัย (Research Design)

3.3.1 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสนทนา ที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจน เพื่อการเรียนรู้ และความเข้าใจระดับลึกในประเด็นการวิจัย (ชาย โปธิสิตา, 2549) นอกจากนี้ นอมรรัตน์, มานพและนฤมล (2550) กล่าวว่า การสัมภาษณ์เชิงลึกมีลักษณะเป็น คำโคร่ง หรือหัวข้อสนทนาจะต้องมีความยืดหยุ่น เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์หรือการสนทนา ให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีการเรียงลำดับให้เนื้อหาที่มีความต่อเนื่องและลักษณะแนว คำถามมีความชัดเจนและเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น ได้อย่างเต็มที่ (ชลาภรินทร์ สมพงษ์, 2553) ผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามที่แตกต่างกันตามกลุ่มตัวอย่าง ซึ่ง เนื้อหาของแนวคำถามในวิจัยเรื่องเดียวกันแต่ใช้กับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอาจไม่เหมือนกันก็ได้ และความยาวของแนวคำถามควรมีความยาวไม่มากนัก คือประมาณ 1-3 หน้ากระดาษ

จากข้อพิจารณาดังกล่าวข้างต้น แบบสัมภาษณ์หรือชุดคำถามได้รับการออกแบบ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ชุดคำถาม โดยแบ่งตามกลุ่มตัวอย่างใน การศึกษา ได้แก่ (1) ชุดคำถามสำหรับผู้ประกอบโรงแรม คือ ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล และ ผู้จัดการฝ่ายสปาโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง (2) ชุดคำถามสำหรับ พนักงานแผนกสปา (3) ชุดคำถามสำหรับผู้ใช้บริการสปา (4) ชุดคำถามสำหรับตัวแทนชุมชนท้องถิ่น (5) ชุดคำถามสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง ทั้งนี้ชุดคำถามแต่ละ ชุด ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) คำถามทั่วไป เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับการ สัมภาษณ์ เป็นต้น และส่วนที่ 2) คำถามตามวัตถุประสงค์เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้และความ คาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจสปาของโรงแรมอนันตรา รวมทั้งความคิดเห็น เกี่ยวกับมาตรฐานสปาและความรับผิดชอบต่อทางสังคม ชุดคำถามซึ่งใช้เก็บรวบรวมข้อมูลแสดงไว้ใน ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์หรือชุดคำถามที่ถูกออกแบบ ได้รับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ก่อนการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์, 2554) โดยผู้วิจัยได้นำเสนอแบบ สัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ทำการวิจัยจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความ น่าเชื่อถือ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านแรกเป็นนักวิชาการในสาขาการตลาด อีก 2 ท่าน เป็นนักวิชาการในสาขา การท่องเที่ยว ข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิแสดงไว้ในภาคผนวก ค. และประเด็นที่ผู้ทรงคุณวุฒิทำการ ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ เช่น ความเข้าใจง่ายของคำถาม ภาษาที่ใช้ความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนของการ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัยถูกรวบรวม และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแบบ สัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยฉบับนี้

3.3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยเอง มีกลุ่มเป้าหมายรวม 21 คน จากการเก็บข้อมูลในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

(1) ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้จัดการบุคลากรของโรงแรมซึ่งรับผิดชอบต่อกิจกรรมด้าน สังคม 1 คนและ ผู้จัดการสปา 1คน โดยในการสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อคน

(2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโรงแรม ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้
พนักงานแผนกสปาจำนวน 5 คน โดยผู้วิจัยได้ติดต่อขออนุญาตจากโรงแรมก่อน
เข้าสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ และใช้เวลาในการสัมภาษณ์พนักงานคนละ 1
ชั่วโมงโดยประมาณ

ผู้ใช้บริการสปาจำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวคนไทยที่ใช้บริการสปา
ในโรงแรมอนันตราสิเกา รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดตรัง ผู้ใช้บริการสปาชาวไทยถูกเลือกเป็นกลุ่ม
ตัวอย่างเนื่องจากสถิติจำนวนผู้เข้าใช้บริการสปาของอนันตรา สิเกา รีสอร์ทแอนด์สปาเมื่อ พ.ศ. 2556
พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวไทย (ร้อยละ 62) จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์มีกำหนด
ชัดเจนในเบื้องต้น แต่พิจารณาจากคุณภาพและปริมาณของข้อมูลซึ่งในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยไม่
จำเป็นต้องระบุจำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ชัดเจนเสมอไป แต่จำนวนของผู้ถูกสัมภาษณ์มักจะขึ้นอยู่กับ
ความสอดคล้องของข้อมูลที่ได้รับ กล่าวคือ เมื่อผู้ถูกสัมภาษณ์เริ่มให้ข้อมูลที่มีจุดคล้ายคลึงกัน หรือ
ความเห็นที่เกี่ยวกับประเด็นที่ถามเริ่มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผู้วิจัยสามารถยุติการเก็บข้อมูลได้
(กิตติพัฒน์ นนทปัทมะตุลย์, 2554) การเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการสปา เกิดขึ้น ณ ที่ให้บริการ โดยผู้วิจัย
ได้รับอนุญาตจากโรงแรมให้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการ หลังจากที่ได้รับบริการแล้วและต้องได้รับ
อนุญาตจากผู้ให้บริการโดยตรงด้วย ซึ่งเป็นไปตามจริยธรรมของการทำวิจัย ทั้งนี้สำหรับผู้ให้บริการ
สปาที่ไม่สะดวกในการให้สัมภาษณ์ทันทีหลังจากใช้บริการ ผู้วิจัยได้รับอนุญาตจากผู้ให้บริการให้ติดต่อ
ขอสัมภาษณ์ในภายหลัง ระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสปา คือ ประมาณคนละ 1-2
ชั่วโมง และทำการสัมภาษณ์แล้วเสร็จภายใน 2 สัปดาห์

ตัวแทนชุมชนท้องถิ่นจำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างจากตัวแทนชุมชนพิจารณาจาก
จำนวนกลุ่มชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดตรัง ที่ทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งพบว่า มี
จำนวนทั้งสิ้น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มปลาเค็มกางมุ้ง กลุ่มเครื่องแกงทำมือ กลุ่มหอยจืดและข้าวหมกไก่
กลุ่มจักสานเตยปาหนัน กลุ่มสมุนไพรภราดา และกลุ่มนวดแผนโบราณและนวดเท้าซึ่งหลักการเลือก
ตัวแทนชุมชน คือ เป็นชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสความเป็นไปได้ในความเกี่ยวข้องกับการดำเนิน
ธุรกิจสปาและที่อาจได้รับประโยชน์จากธุรกิจสปาของโรงแรมโดยตรง ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงมีจำนวน
ชุมชนที่ถูกเลือกเพื่อทำการเก็บข้อมูลจำนวน 3 ชุมชน ได้แก่ (1) กลุ่มจักสานเตยปาหนัน เพราะงาน
จักสาน อาจสามารถนำไปใช้เป็นของตกแต่งและของใช้ในแผนกสปาได้ (2) กลุ่มสมุนไพรภราดา
เพราะสามารถนำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรสามารถนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์สปาได้และ (3) กลุ่มนวดแผน
โบราณและนวดเท้า ซึ่งพนักงานนวดที่ทำงานอยู่ในชุมชนสามารถเป็นแรงงานฝีมือดีในแผนกสปา
ของโรงแรม ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลตัวแทนชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ประสานงานล่วงหน้าเพื่อขอเข้า
สัมภาษณ์ พร้อมกับแจ้งวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยและได้รับการตอบรับจากตัวแทนชุมชนเป็น
อย่างดี โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวรวม 3 วันต่อเนื่องกัน และใช้เวลา
ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้งนานประมาณ 1 ชั่วโมง

(3) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข ถูกกำหนดให้เป็นหนึ่งใน
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาครัฐ ซึ่งเป็นผู้กำหนดมาตรฐานสปาที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน และแผนก
สปาของโรงแรมอนันตรา สิเกา รีสอร์ทแอนด์สปาดำเนินงานภายใต้มาตรฐานสปาดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ที่ให้

ข้อมูล ได้แก่ เกสซ์ครชำนาญการ ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 2 ชั่วโมง

สำหรับกระบวนการการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยยึดแนวปฏิบัติ ซึ่งเสนอโดย ชลารินทร์ สมพงษ์ (2553) ดังนี้คือ

1. ดำเนินการสัมภาษณ์ไปตามลำดับคำถามที่เตรียมไว้คำถามในทุกชุดคำถามถูกออกแบบโดยการเรียงลำดับจากประเด็นที่ต้องการศึกษา และเรียงลำดับจากคำถามที่ต้องการทั่วไปไปยังคำถามที่ต้องการข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้นตามลำดับ

2. เมื่อมีความจำเป็นต้องถามคำถามที่อยู่นอกเหนือจากกรอบคำถามที่วางไว้ได้ เพื่อเปิดกว้างต่อความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ คำถามจำกัดอยู่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่สัมภาษณ์

3. ใช้เครื่องบันทึกเสียงในการบันทึกข้อมูล ซึ่งต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนการบันทึกเสียงทุกครั้ง การใช้เครื่องบันทึกเสียงช่วยให้เก็บข้อมูลได้ครบถ้วน เป็นการป้องกันการขาดหายของข้อมูลที่จะใช้ในการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยเริ่มบันทึกเสียงตั้งแต่การแนะนำตัว ผู้วิจัยไปจนถึงสิ้นสุดการสัมภาษณ์ นอกจากการใช้เครื่องบันทึกเสียงผู้วิจัยได้ทำการการจดบันทึกประกอบกัน เพื่อให้สามารถบันทึกประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม นอกจากแนวคำถามที่เตรียมไว้ และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลและบันทึกเพิ่มเติมช่วยเตือนความจำระหว่างการสัมภาษณ์ข้อมูลที่ถูกจดบันทึก เช่น ข้อมูลการนัดหมายวันเวลาในการเข้าสัมภาษณ์ไปจนถึงข้อมูลในประเด็นที่น่าสนใจ

3.4 ความถูกต้องตรงประเด็น และความเชื่อถือได้ของการศึกษา

เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพมีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ของชาย โพรธิสตา (2556) โดยความถูกต้องในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ความถูกต้องตรงประเด็นภายใน เป็นความถูกต้องตามความเป็นจริงของปรากฏการณ์ นั่นคือ การวิจัยเสนอภาพของสิ่งนั้นได้อย่างสมบูรณ์ ไม่ผิดไปจากความเป็นจริง (2) ความถูกต้องตรงประเด็นภายนอก ผลของการศึกษาสามารถนำไปใช้ได้กับที่อื่นหรือกลุ่มประชากรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา ซึ่งความถูกต้องตรงประเด็นอาจจำแนกได้เป็น 4 ชนิด (Maxwell, 1996; Seale, 1999) คือ

1) ความถูกต้องตรงประเด็นในการพรรณนา

ในขั้นการออกแบบการวิจัยต้องวางแผนไว้ให้ดี เช่น กำหนดผู้ให้ข้อมูล วางแนวทางเรื่องที่จะสัมภาษณ์ และบันทึกข้อมูลให้ชัดเจนโดยการจดบันทึก และบันทึกเสียง

2) ความถูกต้องตรงประเด็นในการตีความข้อมูล

เริ่มต้นการตีความโดยยึดทัศนคติและความหมายของผู้ถูกศึกษาเป็นหลัก การเอาตัวนักวิจัยเข้าไปอยู่ในฐานะของผู้ถูกศึกษาแล้วตีความข้อมูลเสมือนว่าเราเป็นคนที่ถูกศึกษานั้น

3) ความถูกต้องตรงประเด็นทางทฤษฎี

การใช้ทฤษฎีไม่ถูกต้องตามที่ทฤษฎีนั้นๆกำหนด อาจทำให้ข้อมูลไม่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ เป็นเหตุให้การวิเคราะห์มีลักษณะมองด้านเดียว ไม่สมดุล นักวิจัยต้องคำนึงถึงความ

สมบูรณ์รอบด้านของข้อมูลและต้องตระหนักถึงคำอธิบายแบบอื่นบ้าง แม้ว่าจะไม่ใช่จุดเน้นของการวิจัยก็ตาม

4) ความถูกต้องตรงประเด็นในการนำผลไปใช้ได้กับที่อื่น เวลาอื่น

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ต้องเลือกที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยไม่ถือเรื่องความเป็นตัวแทนเป็นเกณฑ์สำคัญ นักวิจัยเชิงคุณภาพเลือกตัวอย่างโดยการเจาะจงเพื่อให้เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายของการศึกษา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิเคราะห์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วย 2 แบบ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อใช้สรุปผลการศึกษาของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ซึ่งเป็นคำถามทั่วไปและข้อมูลส่วนบุคคลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ในการวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นกระบวนการในการตีความเนื้อหาอย่างละเอียดและ นำเสนอในลักษณะมีลักษณะเรียงความ (โยธิน แสงดี, 2555) เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเขียนเป็นรายงานสรุปผลการวิจัยในการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนที่เสนอโดย เบญจา ยอดดำเนิน-แอ็กติกส์ (2552) ได้แก่

1) การจัดระเบียบข้อมูล

ข้อมูลเสียงที่ได้ จากการเก็บข้อมูลถูกนำมาถอดความอย่างละเอียด และจัดระเบียบข้อมูลใหม่ด้วยการบันทึกในรูปแบบของตัวอักษร บางครั้งการจัดระเบียบข้อมูลอาจมีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันไปบ้างระหว่างภาษาพูดและภาษาเขียน แต่จะต้องมีความหมายที่ไม่แตกต่างกัน เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจและจับประเด็นผู้วิจัยจึงถอดความจากเครื่องบันทึกเสียง และจัดระเบียบข้อมูลทั้งหมดของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนแยกตามคำถามแต่ละข้อ

2) การอ่านและจับประเด็น

ผู้วิจัยอ่านทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการอ่านซ้ำๆ หลายครั้ง เพื่อถอดประเด็นเนื้อหาที่ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยเฉพาะประเด็นการรับรู้ และความคาดหวังมาตรฐานสพบนความรับผิดชอบทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่เดียวกันต้องให้ความสำคัญกับประเด็นอื่นๆที่เห็นว่าเกี่ยวข้องและน่าสนใจ

3) การให้รหัสข้อมูล

การสรรหาข้อความที่มีความหมายตรงประเด็นตามที่ต้องการ ก็จะกำหนดรหัสแทนความหมายของข้อความนั้น ซึ่งข้อความที่มีความหมายเดียวกันจะถูกให้รหัสชื่อเดียวกันซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ให้รหัสข้อมูลแบบนิรนัย ด้วยการเตรียมบัญชีรายการรหัสไว้ล่วงหน้าตั้งแต่ยังไม่ได้ออกเก็บข้อมูล แต่หากผู้วิจัยพบข้อมูลที่น่าสนใจเพิ่มจากการให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะเลือกการให้รหัสแบบอุปนัย เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้เตรียมรหัสไว้ล่วงหน้า แต่จะอ่านข้อมูลให้เข้าใจ จากนั้นจึงหาความหมายที่สอดคล้องกัน หรือไปกันได้กับหัวข้อสำคัญเหล่านั้น ตัวอย่างการให้รหัสข้อมูลที่กำหนดแสดงไว้ในภาคผนวก ข.

4) การจัดกลุ่มและจำแนกข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการจำแนกและจัดรวมชนิดข้อมูลตามวิธีของสุภางค์ จันทวานิช (2540) และรัตนะ บัวสนธ์ (2551) โดยการวิเคราะห์หาคำหลัก เป็นการจำแนกจัดกลุ่มคำชุดหนึ่งให้อยู่ภายใต้อีกคำหนึ่ง ซึ่งคำดังกล่าวมีความหมายครอบคลุมชุดคำนั้นๆ ซึ่งกล่าวได้ว่าการหาคำหลักเป็นการจัดกลุ่มชุดคำให้อยู่ร่วมกันโดยอาศัยลักษณะความสัมพันธ์บางอย่างของคำแต่ละคำที่นำมาใช้จัดกลุ่ม เพื่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูล และการตีความข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิด และการหาความหมาย

5) การวิเคราะห์ ตีความ และการให้ความหมาย (Analysis and Interpretation)

การวิเคราะห์ (Analysis) คือ กระบวนการจัดระบบ แยกแยะ และกลุ่มข้อมูล เพื่อใช้เป็นหน่วยย่อย หรือนักวิชาการบางท่าน เรียกว่า “หน่วยความหมาย” ในการวิเคราะห์ และตีความเบื้องต้น (Patton, 1990; Wolcott, 1995) เมื่อหน่วยหลายหน่วยสามารถจัดกลุ่มร่วมกันได้ ทำให้ได้ความหมายที่กว้างขึ้น เรียกว่า กลุ่มความหมาย (Cluster of Meaning) (Polkinghorne, 1983)

6) การหาข้อสรุป

สำหรับการหาข้อสรุป ผู้วิจัยร้อยหาความเชื่อมโยงโดยการถอดรหัสระบบความคิดของผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ จากนั้นหาความสัมพันธ์ของกลุ่มความหมายที่ปรากฏ เพื่อหาความสอดคล้องหรือความแตกต่างของข้อมูลที่ได้รับ

3.6 จริยธรรมในการวิจัยเชิงคุณภาพ

จริยธรรมและจรรยาบรรณ ไม่ใช่สิ่งที่นักวิจัยจะพึงปฏิบัติเฉพาะในเวลาที่ทำกรเก็บข้อมูล จริยธรรมและจรรยาบรรณเป็นสิ่งที่ต้องนำมาพิจารณาในทุกขั้นตอนการวิจัย ตั้งแต่เริ่มเลือกหัวข้อที่จะศึกษา ไปจนกระทั่งดำเนินการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงานวิจัยในขั้นสุดท้าย ซึ่งประเด็นทางจริยธรรมที่นักวิจัยควรให้ความสำคัญในขั้นตอนต่างๆของการวิจัย (ชาย โพธิสิตา, 2556) ประเด็นที่ผู้วิจัยคำนึงถึงจริยธรรมการทำวิจัย ได้แก่

1) ขึ้นกำหนดหัวข้อเรื่องที่จะทำการวิจัย ควรเป็นเรื่องเกี่ยวกับประเด็นสำคัญของมนุษย์ ซึ่งถ้าได้ความรู้มาแล้วจะยังประโยชน์แก่สังคมโดยรวม ไม่ควรเป็นเรื่องที่มุ่งหาความรู้เพื่อสนองความอยากรู้ของนักวิจัย หรือเพื่อความก้าวหน้าของศาสตร์เพียงอย่างเดียว นั่นคือ ต้องสามารถบอกได้ว่าเรื่องที่จะศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่มนุษย์และสังคมได้อย่างไร หัวข้อในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังจะสร้างตัวแบบมาตรฐานสปาสีเขียว หรือ สปาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจสปาในทุกรูปแบบเพื่อที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจสปาได้ต่อไป อีกทั้งผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่จะได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน และตอบสนองต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนที่จะได้มีแนวทางในการเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าอันเป็นวัตถุดิบของการบริการสปา ซึ่งอาจเป็นแนวทางในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป เป็นต้น

2) ขึ้นการออกแบบการวิจัย ในการวางแผนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล ควรคำนึงว่าสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกมาศึกษานั้น จะทำการขอความยินยอมเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างร่วมมือในการศึกษา จะต้องรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง และจะป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่อาจจะ

อันเนื่องมาจาก การที่กลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือในการศึกษาผู้วิจัยได้รับอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนทุกกลุ่มก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง โดยมีรูปแบบทั้งการประสานงานเพื่อขออนุญาตล่วงหน้า และการขออนุญาต ณ จุดสัมภาษณ์ อีกทั้งก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ทุกครั้งผู้วิจัยทำการแนะนำตัว แนะนำวัตถุประสงค์ของการวิจัย และแจ้งให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบเกี่ยวกับการรักษาความลับของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อป้องกันผลกระทบใด ๆ อันตามมาจากภายหลัง โดยที่ผู้วิจัยจะใช้แบบสัมภาษณ์ 1 ชุด ต่อผู้ให้สัมภาษณ์ 1 คน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์เซ็นชื่อยินยอมไว้ท้ายแบบสอบถามก่อนเริ่มต้นการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

3) ขั้นตอนการเก็บข้อมูล ระหว่างเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ หรือการสังเกต เป็นต้น นักวิจัยควรมีแผนที่จะไม่ให้เป็นการรบกวนชีวิตและการทำงานตามปกติและการทำงานตามปกติของแหล่งข้อมูล หรือรบกวนน้อยที่สุด ควรหลีกเลี่ยงวิธีการที่จะก่อให้เกิดความเครียด หรือความวิตกกังวลแก่ผู้ให้ข้อมูล ควรคำนึงระดับความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยคำนึงถึงความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นสำคัญ โดยจะให้ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นฝ่ายกำหนดวันและเวลาในการให้สัมภาษณ์เอง สำหรับการคำนึงถึงระดับความสัมพันธ์ที่เหมาะสม ผู้วิจัยจะแนะนำตัวและแจ้งที่ไปที่มาของการวิจัย รวมถึงช่วงเริ่มต้นการสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไป เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์คลายความกังวลไปในระดับหนึ่ง

4) ขั้นตอนการจดบันทึกและการถอดเทปการสัมภาษณ์ การจดบันทึกและการถอดเทปการสัมภาษณ์ ต้องคำนึงถึงการรักษาความลับ ต้องเคารพในผู้ให้ข้อมูล โดยไม่ใส่อะไรที่ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวในบทบันทึกหรือบทสัมภาษณ์ในระหว่างการถอดเทป

ผู้วิจัยทำการจดบันทึกและอัดเสียงทุกครั้งที่มีการให้สัมภาษณ์ และเก็บรักษาข้อมูลไว้ สำหรับกระบวนการถอดเทปผู้วิจัยจะเคารพในการแสดงความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ไม่มีการพูดเป็นแนวทางในการตอบคำถาม ไม่มีการพูดแทรกระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็น และจะไม่ใส่ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงลงไปในการถอดเทป

5) ขั้นตอนการวิเคราะห์ ประเด็นทางจริยธรรมในขั้นการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นเรื่องที่นักวิจัยจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วน และเพื่อไม่ให้เกิดความห่างไกลจากความเป็นจริงเกินไป ควรจะให้ผู้ให้ข้อมูลมีส่วนร่วมในการตีความข้อมูลด้วย แต่จะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของผู้วิจัยก่อนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยอ่านและจับประเด็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างละเอียดและถี่ถ้วน ทำให้ผลวิเคราะห์มีความถูกต้อง และใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

6) ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของการวิเคราะห์ เป็นความรับผิดชอบของนักวิจัย ที่จะเผยแพร่เฉพาะความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือแล้วเท่านั้น ผลการศึกษาใดที่ยังคลุมเครือหรือยังไม่ได้ตรวจสอบอย่างรอบคอบ ไม่ควรเปิดเผย เพราะอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งข้อมูลได้ ผู้วิจัยหลีกเลี่ยงความคิดเห็นส่วนตัวลงในข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ พร้อมกันนั้นไม่นำข้อมูลที่ยังไม่ได้ผ่านการตรวจสอบไปเผยแพร่ อันแสดงออกถึงความคำนึงถึงความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้ให้สัมภาษณ์

7) ขั้นตอนการรายงานผล ในขั้นนี้ควรพิจารณาว่า รายงานผลการวิจัยควรจะเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ เป็นเรื่องส่วนตัว หรือเป็นเรื่องที่ทำให้ผู้อ่านรู้ว่าผู้ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยนั้นเป็นใครหรือไม่ การตัดสินใจในเรื่องนี้ควรยึดผลประโยชน์ของประชาชนผู้ให้ความร่วมมือเป็น

สำคัญผู้วิจัยจะเปิดเผยข้อมูลในส่วนที่ผู้ให้สัมภาษณ์ลงลายมือชื่อให้ความยินยอมในการเปิดเผยและเผยแพร่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจสภาและหากต้องการเน้นย้ำประเด็นของผู้ให้สัมภาษณ์รายใด จะใช้ชื่อปลอมแทนชื่อจริงของผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น “ผู้ใช้บริการ1” หรือ “ตัวแทนชุมชน 1” เป็นต้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ครอบคลุมผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ของวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2) ผลการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของความรับผิดชอบทางสังคมกับการส่งเสริมมาตรฐานสปาของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 3) ผลการศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสปาบนแนวคิดความรับผิดชอบทางสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยฉบับนี้ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจสปา โรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวนรวม 21 คนโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างจากสถานประกอบการโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา จำนวน 2 คนเป็นเพศหญิง ทำงานในตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคลและผู้จัดการแผนกสปา ทั้ง 2 คนมีประสบการณ์ในการทำงานที่โรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นระยะเวลา 5-6 ปี

กลุ่มตัวอย่างพนักงานแผนกสปา จำนวน 5 คนเป็นเพศหญิงทั้งหมด โดยที่จำนวน 4 คนมีตำแหน่งเป็น Spa Therapist และอีก 1 คนมีตำแหน่งเป็น Senior Therapist พนักงาน 3 ใน 5 คนมีประสบการณ์ในการทำงานที่สปาของโรงแรม มาเป็นระยะเวลา 2-5 ปี ในขณะที่อีก 2 คน มีอายุงานได้เพียง 2-3 เดือน พนักงานสปาทั้ง 5 คนมีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ โดยอาศัยอยู่ในจังหวัดตรัง 3 คน และอีก 2 คนมาจากจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดพัทลุง

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 10 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 9 คน และเพศชาย 1 คน ทุกคนมีประสบการณ์จากการรับบริการที่โรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา และลูกค้าจำนวน 4 ใน 10 คนเป็นลูกค้าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ส่วนอีก 6 คนเป็นลูกค้าที่เพิ่งเคยใช้บริการสปาที่โรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปาเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ ลูกค้าก็ยังมีประสบการณ์ในการรับบริการสปาจากโรงแรมอื่น หรือสถานที่ให้บริการสปาแบบอื่นๆ เช่น โรงแรมเมอร์เคียว จังหวัดกระบี่ โรงแรมราชาวดี จังหวัดกระบี่ ร้านปะการังสปา จังหวัดตรัง ร้านกัลปิงหาสปา จังหวัดตรัง ร้านสปาตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มักใช้บริการสปา (มิใช่เฉพาะโรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดตรัง) เดือนละ 2 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างชุมชน จำนวน 3 คน ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มชุมชนด้วยเหตุผลที่ได้กล่าวไว้ในข้อที่ 3.1 ซึ่งตัวแทนชุมชนทุกกลุ่มเป็นเพศหญิง กลุ่มชุมชนในที่นี่มิได้หมายถึง ตัวแทนของชุมชนหรือผู้นำชุมชน แต่เป็นกลุ่มธุรกิจซึ่งอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งของโรงแรม ประกอบด้วย กลุ่มจักสานเตยปาหนัน กลุ่มสมุนไพรจากถ่านไม้ไผ่ และกลุ่มการนวดแผนไทยและนวดนวดฝ่าเท้า ซึ่งธุรกิจทั้ง 3 กลุ่มนี้ตั้งอยู่ในจังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาครัฐ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับขอการตรวจสอบมาตรฐานของธุรกิจสปา และผู้ที่ให้สัมภาษณ์มีตำแหน่งเป็นเภสัชกร กลุ่มผู้คุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง และมีประสบการณ์ในการทำหน้าที่ในการตรวจสอบมาตรฐานสปาในจังหวัดตรัง

4.2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของความรับผิดชอบต่อทางสังคมกับการส่งเสริมมาตรฐานสปาของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

วัตถุประสงค์แรกของงานวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจสปาของโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีการรับรู้ และความเข้าใจในแนวคิดของความรับผิดชอบต่อทางสังคม และให้ความเห็นเพื่อการพัฒนามาตรฐานสปาต้นแบบเพื่อความรับผิดชอบต่อทางสังคม รายละเอียดของผลการศึกษา ได้แก่

4.2.1 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคม

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจสปาของโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง มีการรับรู้ มีความเข้าใจ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคม โดยที่ฝ่ายสถานประกอบการเอง มองความรับผิดชอบต่อทางสังคมเป็นสิ่งที่องค์กรต้องดูแล และทำประโยชน์ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น ลูกค้า คนในชุมชนที่ใกล้เคียงผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การจ้างงาน การอุดหนุนสินค้าในชุมชน และการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญพนักงานในองค์กรต้องมีส่วนร่วมในการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่องค์กรจัดขึ้น เพื่อพนักงานจะสามารถสื่อสารไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เข้าใจและรับรู้ถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อไปได้

ในขณะที่เดียวกันพนักงานแผนกสปา ได้แสดงความเห็นเรื่องความรับผิดชอบต่อทางสังคม ว่าเป็นการทำประโยชน์เพื่อสังคม โดยคำนึงและทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคมในเรื่องของการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและการดูแลสิ่งแวดล้อม และต้องไม่เอาใจเอาเปรียบผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และคนในชุมชน

ในมุมมองของผู้ใช้บริการสปา ความรับผิดชอบต่อทางสังคม คือ การทำประโยชน์และพัฒนาให้สังคมดีขึ้นในทางใดทางหนึ่งและไม่หวังผลตอบแทน และการดำเนินธุรกิจขององค์กรนั้นๆ จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเดือดร้อนให้กับคนในสังคม ทั้งที่มีส่วนเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร และความรับผิดชอบต่อทางสังคมยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ นอกจากนั้นผู้ใช้บริการมีความเห็นว่า ความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรต้องมีความครอบคลุมการกระทำที่ถูกต้องตามกฎหมาย การมีศีลธรรมและจริยธรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมต้องไม่เป็นเครื่องมือด้านกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อผลประโยชน์แอบแฝงทำให้องค์กรธุรกิจของตนได้รับผลตอบแทน ตัวอย่างเช่น ลูกค้า ก. กล่าวว่า “องค์กรไม่ควรมองความรับผิดชอบต่อทางสังคมเป็นแค่เรื่องของการตลาด ที่แค่สร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองดูดีเป็นที่ยอมรับเพียงเท่านั้น เช่น ไม่ใช่ทำเพื่อยอดขาย” ซึ่งการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรที่ดีจะต้องทำประโยชน์ต่อสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทน หรือเพื่อเป็นการกลบเกลื่อนความผิดใดๆจากการดำเนินธุรกิจของตน

ในส่วนของกลุ่มชุมชนท้องถิ่น ได้แสดงความคิดเห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้อื่น โดยการนำเอาความรู้ความสามารถหรือทรัพยากรขององค์กรไปใช้ และต้องไม่ทำสิ่งใดที่จะส่งผลกระทบต่อผู้อื่นได้รับความเดือดร้อน รวมถึงการดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสุดท้าย หน่วยงานภาครัฐมีความคิดเห็นว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การทำประโยชน์ เพื่อให้คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และการทำประโยชน์นั้นอาจครอบคลุมในหลายๆด้าน ทั้งในเรื่องของการกระทำที่ถูกกฎหมาย การแสดงออกถึงการมีศีลธรรม จริยธรรม

โดยสรุปผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ในทิศทางที่สอดคล้องตรงกันว่า เป็นการดำเนินงานขององค์กรที่ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม ในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในสังคม การดูแลสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการทำธุรกิจ ภายใต้กฎหมาย ศีลธรรมและจริยธรรม ที่สำคัญการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมต้องไม่ เป็นเพียงเครื่องมือในการหาผลประโยชน์หรือสร้างกำไรแก่องค์กร หากองค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อ อย่างจริงจัง จะเป็นการส่งเสริมให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ

4.2.2 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสพบนความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษาเกี่ยวกับรับรู้มาตรฐานสพบนความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียในงานวิจัยฉบับนี้ ใช้การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อมาตรฐานสพตาม ประสาทการทรงสราธรรณสุข ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) มาตรฐานด้านบริการ (Service Quality); (2) มาตรฐานด้านบุคลากร (Skilled Staff); (3) มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและ อุปกรณ์ (Products, Tools & Equipment); (4) มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization and Management Quality) และ (5) มาตรฐานด้านสถานที่ และสิ่งแวดล้อม (Ambient) กับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม 4 ด้านของ Carroll (1991) ได้แก่ (1) ความ รับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) (2) ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ (Legal Responsibility) (3) ความรับผิดชอบต่อในเชิงจริยธรรม (Ethical Responsibility) และ (4) ความรับผิดชอบต่อในเชิงการเกื้อหนุนสังคม (Philanthropic Responsibility)

ผลการศึกษาแยกตามประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยได้สรุปตารางผล การสัมภาษณ์การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับการส่งเสริมมาตรฐานสพ เพื่อ เปรียบเทียบให้เห็นถึงความเหมือน/ความแตกต่างทางความคิดเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่ง ปรากฏในตารางที่ 4.1- 4.4 พบว่า

4.2.2.1 การรับรู้มาตรฐานสพบนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรก ตามคำนิยามของ Carroll (1991) คือ ความ รับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ โดย Carroll ให้นิยามความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจว่า หน่วยงาน ธุรกิจจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและบริการโดยมีแรงจูงใจหลักคือผลกำไรและต้องเป็นกำไรสูงสุด กล่าวคือ องค์กรธุรกิจจะต้องรับผิดชอบต่อสร้างผลกำไรเพื่อให้ผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น (Shareholders) ในขณะเดียวกันการผลิตสินค้าและบริการนั้นต้องดำเนินไปเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการบริโภคสินค้าของตลาดอย่างเพียงพอ

ตารางที่ 4.1 สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

มาตรฐานสภา	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
ด้านคุณภาพบริการ				
● สภาควบคุมคุณภาพการบริการ โดยการดำเนินงานที่ปราศจากข้อร้องเรียนของลูกค้า	✓			
● สภาควบคุมคุณภาพการบริการ โดยตรวจสอบการทำงานอย่างของพนักงานต่อเนื่อง	✓	✓		
ด้านบุคลากร				
● สปามีนโยบายจ้างงานคนในท้องถิ่น	✓			✓
● พนักงานสปามีประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น ทักษะด้านภาษา และการนัด สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้			✓	✓
ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์				
● สภาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ให้บริการ	✓			
● สภาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เป็นสมุนไพรไทย	✓			
● สภาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากการผลิตในชุมชนท้องถิ่น			✓	✓

ตารางที่ 4.1 สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ (ต่อ)

มาตรฐานสภา	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ (ต่อ)				
● สภาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี มีความปลอดภัย	✓		✓	
ด้านบริหารและการจัดการองค์กร				
● สปากำหนดกลยุทธ์ทั้งระยะสั้น-ยาวเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อีกทั้งการวางแผนเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคม	✓			
● สปาวางแผนลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการลด และใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างประหยัด	✓			
● สปาส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และทำให้คนในชุมชนมีรายได้ และความรู้ ทักษะการนวด			✓	✓
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม				
● สปามีการลงทุนและวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม อีกทั้งปกป้องสิ่งแวดล้อม	✓			

ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจนี้ถือเป็นความรับผิดชอบพื้นฐานของธุรกิจทุกประเภทผลการวิจัยพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเข้าใจว่าธุรกิจสปาของโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ควรมีความรับผิดชอบในเชิงเศรษฐกิจอันเกี่ยวข้องกับมาตรฐานสปา ทั้ง 5 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มพนักงาน และผู้ใช้บริการ มีการรับรู้ข้อมูลมาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการบนความรับผิดชอบทางสังคมด้านเศรษฐกิจ ดังต่อไปนี้

โรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งเป็นเจ้าของสปา มองว่า การควบคุมคุณภาพการบริการคือสิ่งที่สำคัญ องค์กรมีวิธีการเพิ่มผลกำไรด้วยการสร้างความน่าพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ใช้บริการและให้การดำเนินธุรกิจที่ปราศจากข้อร้องเรียนจากลูกค้า โดยบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่องค์กรใช้วัดความสำเร็จจากการเพิ่มผลกำไรขององค์กรนั้น ได้แก่ (1) วัดความสำเร็จจากลูกค้าหลังเข้ารับบริการ และ (2) วัดจากการทำงานของพนักงานแต่ละแผนกในองค์กรซึ่งวิธีการวัดความสำเร็จของการเพิ่มผลกำไรมีหลายวิธี โดยการวัดจากแบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า วัดจากงบประมาณที่ใช้และกำไรที่ได้รับเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ขององค์กร และวัดจากผลการทำงานของคนในองค์กร อีกทั้งการตรวจสอบจากบุคคลภายในองค์กรนั้นคือ ผู้จัดการแต่ละแผนกและบุคคลภายนอก คือ บริษัทที่องค์กรจ้างเข้ามาตรวจสอบการทำงานขององค์กรทั้งหมด

นอกจากนั้นพนักงานทุกคน ให้ความเห็นว่า สปาควบคุมคุณภาพการทำงานของพนักงานโดยตรวจสอบการทำงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กรและผู้จัดการแผนกสปา ตัวอย่างเช่น พนักงาน A ให้ข้อมูลว่า “ผู้บริหารโรงแรมและหัวหน้าแผนกมีวิธีการตรวจสอบการทำงานของเราโดยการทดลองเป็นลูกค้าใช้สปาด้วยตนเอง” ซึ่งพนักงานมีความคิดเห็นว่า วิธีการตรวจสอบดังกล่าว จะเป็นการตรวจสอบจากการปฏิบัติงานงานจริง เพื่อให้พนักงานสามารถมองเห็นข้อดี และข้อบกพร่องจากการทำงานของตนโดยแท้จริง

เมื่อสอบถามผู้ใช้บริการ ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อมาตรฐานสปาในด้านคุณภาพการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกคนไม่เคยประสบปัญหาจากการใช้บริการสปาที่โรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา แต่ผู้ใช้บริการจำนวน 6 คน จากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 10 คน เผยว่าเคยพบปัญหาจากการใช้บริการสปาที่อื่นๆ โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านการให้บริการจากพนักงาน เช่น ให้บริการการนวดไม่ครบตามจำนวนชั่วโมงที่ระบุไว้ ให้บริการขัดตัวที่แรงเกินไป มีการส่งเสริมการขายที่มากเกินไปความต้องการของลูกค้า พนักงานไม่มีความเต็มใจในการให้บริการ เป็นต้น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ความเห็นว่า ในกรณีที่พบปัญหาการให้บริการในลักษณะดังกล่าว ผู้ใช้บริการไม่ได้เสนอข้อร้องเรียนไปยังสถานประกอบการ หากแต่จะไม่กลับมาใช้บริการสถานประกอบการสปาดังกล่าวอีก

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนจากสถานประกอบการ แสดงความคิดเห็นว่า โรงแรมและสปา มีนโยบายจ้างงานแรงงานคนในท้องถิ่น ซึ่งขณะนี้แผนกสปา มีพนักงานที่มีภูมิลำเนาอยู่ในท้องถิ่น ใกล้ที่ตั้งขององค์กรจำนวน 3 คนจากพนักงานทั้งหมดจำนวน 5 คน ซึ่งเป็นการให้โอกาสบุคลากรที่มาจากชุมชนใกล้สถานประกอบการ แต่ก็ไม่ได้มีการระดมการให้โอกาสความเท่าเทียมของการพัฒนาบุคลากร

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสปาจากการให้บริการของพนักงาน โดยลูกค้ารับรู้ได้จากความรู้ในการอธิบายรายละเอียดในการให้บริการ และข้อมูลผลิตภัณฑ์ ทักษะภาษา ทักษะการนวดและให้บริการตามขั้นตอนการนวดอย่างถูกต้อง ความสามารถในการตอบข้อสงสัยของลูกค้าและการให้คำแนะนำเพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า สปา มีการสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการทุกครั้ง โดยเครื่องมือที่สปาใช้วัดความพึงพอใจมี 2 ประเภท ได้แก่ การให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามออนไลน์ สำหรับผู้ใช้บริการซึ่งเป็นผู้เข้าพักของโรงแรม และการสอบถามโดยพนักงานเป็นผู้ถามหลังจากการให้บริการเสร็จสิ้นในทันที ซึ่งส่วนใหญ่สอบถามผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสปา โดยเฉพาะและไม่ได้พักที่โรงแรม แต่ผู้ใช้บริการให้ความเห็นว่า ควรมีการสอบถามความพึงพอใจโดยการใช้แบบสอบถามมากกว่า เนื่องจากด้วยอุปนิสัยคนไทยที่มีความเกรงใจ อาจจะไม่กล้าประเมินการบริการของพนักงานต่อพนักงานโดยตรง โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่มีความพึงพอใจ การใช้แบบสอบถามจึงทำให้ให้สปาได้รับที่เป็นความจริง และง่ายต่อการประเมิน

กลุ่มตัวอย่างชุมชนท้องถิ่นมีการรับรู้เรื่องมาตรฐานสปาด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความรู้ด้านการนวด นวดอย่างถูกวิธี มีความเต็มใจในการให้บริการ และมีบุคลิกภาพดี นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างตัวแทนชุมชน ให้ความเห็นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสปา ด้านบุคลากรว่า องค์กรควรเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้าทำงานทั้งในแผนกสปาและแผนกอื่นๆขององค์กร เช่น แผนกแม่บ้าน แผนกคนสวน และแผนกช่างเพื่อเป็นการช่วยเหลือให้เกิดการจ้างงานในชุมชน

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

สปาของโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทุกๆ 3 ปี โดยจะเน้นการปรับเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์ และเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นเทรนด์สินค้าใหม่ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ได้แก่ สมุนไพรไทย เช่น ชิง ตะไคร้ ขมิ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยดังกล่าว ไม่ได้นำมาจากชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดตรัง จากคำตอบของตัวแทนโรงแรมที่ว่า “องค์กรและแผนกสปายังไม่เคยมีการสำรวจรูปแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่อาจจะสามารถนำมาใช้ได้ในพื้นที่ในแผนกสปาท้องถิ่นอย่างจริงจัง”

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการเห็นด้วยกับการนำผลิตภัณฑ์ที่มาจากท้องถิ่นมาใช้ในสปา เพราะจะเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น และยังช่วยแสดงถึงความ เป็นเอกลักษณ์ของสปาที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นอีกด้วย ทั้งนี้ผู้ใช้บริการมักนึกถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ธรรมชาติที่ท่ามาจากท้องถิ่น และให้ความเห็นว่าการนำผลิตภัณฑ์ หรือสมุนไพรมาใช้ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากชุมชน ให้ความเห็นต่อประเด็นมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ว่า อยากให้สพานำผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นไปใช้ ด้วยเหตุผลต่างๆ ได้แก่ เป็นการช่วยสนับสนุนธุรกิจชุมชน สร้างงาน สร้างรายได้ และเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของตนให้มีชื่อเสียง ซึ่งทางแผนกสปาได้ใช้วัตถุดิบจากบางชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์จักสาน จำพวกตะกร้า กล้องกระดาษชำระ โลชั่นบำรุงผิว โคลนพอกตัว สเปรย์ฉีดหน้า และครีมนวดตัว-นวดฝ่าเท้า เป็นต้น แต่พบว่าผลิตภัณฑ์ที่อาจจะสามารถนำไปใช้ในธุรกิจสปาของโรงแรมได้ ยังไม่มีการติดต่อประสานจากทางโรงแรมในการจัดหาวัตถุดิบดังกล่าวไปใช้ ได้แก่ สมุนไพรผงถ่านไม้ไผ่พอกหน้า ผงถั่วเขียวสำหรับขัดหน้า สบู่ที่มีส่วนผสมของผงถ่าน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการดีหากสปามีการพิจารณาจัดซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปทำการทดลองใช้ หรือพัฒนาให้เหมาะกับการบริการต่อไป

มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

โรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปาให้ความเห็นว่าธุรกิจจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อใช้ในการวางแผนและบริหารงาน รวมถึงการวางแผนการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้วย ซึ่งผู้บริหารและผู้จัดการทุกคนต้องเข้าร่วมประชุม โดยจะเน้นการวางแผนการบริหารงานในองค์กรให้สามารถเป็นประโยชน์กลับคืนสู่สังคมได้ และวางแผนการทำกิจกรรมเพื่อสังคมสู่สังคมภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องวางแผนตลอดทั้งปีและให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรเข้าร่วมกิจกรรมกันให้มากที่สุด อีกทั้งองค์กรได้คำนึงถึงการบริหารงานให้สามารถเป็นประโยชน์กลับคืนสู่สังคมได้ นอกจากนี้ โรงแรมและแผนกสปามีการวางแผนลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วโรงแรมและสปามีค่าใช้จ่ายหลักๆในการดำเนินงาน แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน และค่าพลังงานและทรัพยากรโดยจะคำนึงถึงการใช้พลังงานและทรัพยากรต่างๆอย่างประหยัด ได้แก่ น้ำและไฟฟ้า มีโครงการร่วมกันรณรงค์การใช้ทรัพยากรตัวอย่างเช่น ตัวแทนผู้ประกอบการท่านหนึ่ง กล่าวว่า “โรงแรมและสปามีกิจกรรมการรณรงค์ร่วมกัน เช่น ปิดน้ำทันทีเมื่อไม่ใช่ หากพบจุดที่น้ำรั่ว รีบแจ้งช่างโรงแรมให้ทำการซ่อมแซม เป็นต้น” เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนให้แก่แผนกสปาและองค์กร

ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ พบว่า การบริหารจัดการสปาจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจชาติได้ ประการแรก สปาช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้หลายประการ โดยการสร้างความรู้ความสามารถด้านการนวดสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับชุมชนส่วนเรื่องของการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชาติ จะช่วยในเรื่องของการดึงดูดชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการสปา สร้างชื่อเสียงด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

ในส่วนของข้อมูลจากกลุ่มตัวแทนชุมชน พบว่า สปาอนุญาตให้ชุมชนเข้าไปแสดงสินค้าภายในโรงแรมได้ เมื่อโรงแรมมีการจัดงาน เช่น เทศกาลปีใหม่ หรือเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น อีกทั้งสปายังช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมและสนับสนุนสินค้าและบริการจากทางชุมชน โดยการให้พนักงานแนะนำข้อมูล รายละเอียดสินค้าและบริการของชุมชนตัวแทนกลุ่มชุมชน มองว่า การกระทำเช่นนี้ของโรงแรม นอกจากจะเป็นการช่วยเหลือและสร้างรายได้ให้องค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงแรมและสปาอีกด้วย

มาตรฐานสปาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

โรงแรมและแผนกสปาได้มีการลงทุนและวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อมที่องค์กรและแผนกสปาอาจส่งผลกระทบต่อในทางลบ ด้วยการมีระบบการจัดการขยะ และน้ำ สำหรับเรื่องการจัดขยะ ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า โรงแรมและสปา มีการคัดแยกขยะเช่นเศษไม้ ใบไม้ นำไปทำปุ๋ยหรือเศษอาหาร นำไปให้แก่คนนำชุมชน เพื่อใช้ในการเลี้ยงสัตว์ เช่น ไก่ หรือ หมู เป็นต้น ส่วนระบบการจัดการน้ำ ทางโรงแรมและสปาให้ความสำคัญ เนื่องจากแผนกสปาต้องใช้น้ำจำนวนมากในการให้บริการ ดังนั้น สปาจึงเป็นแผนกเดียวที่มีบ่อบำบัดแยกเฉพาะภายในแผนก เพื่อทำการพักน้ำเสียและบำบัดน้ำก่อนปล่อยออกสู่พื้นที่สาธารณะ ซึ่งการกระทำเช่นนี้ ทำให้โรงแรมและสปาผ่านมาตรฐาน ISO 9200 และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

4.2.2.2 การรับรู้มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านที่สอง ตามคำนิยามของ Carroll (1991) คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย โดย Carroll ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมายว่า ในการดำเนินธุรกิจใดใดก็ตาม องค์กรจะต้องเคารพต่อกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่ภาครัฐเป็นผู้กำหนด กล่าวคือ การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอันเป็นสัญญาประชาคม (Social contract) นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึง การยึดปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบของประเทศหรือท้องถิ่นอันเป็นที่ตั้งขององค์กร การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายถือเป็นความผิดที่มีบทลงโทษ และเป็นการกระทำอันขาดความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างร้ายแรง ด้วยเหตุนี้องค์กรธุรกิจจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาเรื่องของตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ตารางที่ 4.2 สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบทางสังคมด้านกฎหมาย

มาตรฐานสปา	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
ด้านคุณภาพบริการ				
● สปามีใบอนุญาตดำเนินธุรกิจจากสำนักงานสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข	✓			
● สปาปฏิบัติตามระเบียบในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ		✓		
ด้านบุคลากร				
● สปามอบสิทธิประโยชน์แก่พนักงานตามกฎหมายแรงงาน	✓	✓		
ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์				
● สปาใช้อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการมีมาตรฐานรองรับ	✓		✓	
● สปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	✓		✓	✓
ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร				
● สปาบริหารงานบุคคลเป็นไปตามกรอบของกฎหมาย	✓			
● สปาดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบของท้องถิ่น และพื้นที่ราชการ				✓

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเข้าใจว่าธุรกิจสปา ของโรงแรมอนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา ควรมีความรับผิดชอบต่อในเชิงกฎหมายอันเกี่ยวข้องกับมาตรฐานสปา ทั้ง 5 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ธุรกิจสปาโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ดำเนินงานภายใต้ความถูกต้องทางกฎหมาย โดยได้รับใบอนุญาตดำเนินธุรกิจจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข และมีการตรวจสอบควบคุมมาตรฐานการให้บริการ โดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และมีผู้ทรงคุณวุฒิอีกประมาณ 7 ท่านทำหน้าที่ในการตรวจวัดมาตรฐานของสปา เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพทั้งแผนกสปาอย่างต่อเนื่องทุกๆ 3 ปีผู้วิจัยพบว่า

สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการ เมื่อถามเรื่องความรู้ด้านกฎหมายที่ใช้กับธุรกิจสปา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยแน่ใจความรู้ในด้านนี้ ผู้ใช้บริการจำนวน 6 คน จากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 10 คนให้คำตอบความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่ควบคุมคุณภาพสปาอย่างหลากหลาย ประกอบด้วย 1) ต้องมีความปลอดภัยและมีความหลากหลายของโปรแกรมสปาที่ใช้ในการให้บริการ เช่น การนวดแผนไทย การบริการทรีทเมนท์ทั้งใบหน้าและร่างกายและการอบไอน้ำ เป็นต้น 2) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการและจำหน่าย 3) พนักงานมีความรู้ความสามารถมากพอที่จะสามารถให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งความรู้ด้านกฎหมายที่ใช้ในสปาผู้ใช้บริการได้สังเกตด้วยตัวของผู้ใช้บริการเองและจากหนังสือและเว็บไซต์จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ สคบ.

อย่างไรก็ตามพบว่า ผู้ใช้บริการอีก 4 ท่าน ไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่ใช้ควบคุมมาตรฐานสปาด้านการบริการ โดยกล่าวว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสนใจเรื่องกฎหมาย ด้วยเหตุผลคือให้ความสำคัญเพียงแต่ความพึงพอใจจากการรับบริการ เช่น ผู้ใช้บริการ D กล่าวว่า “เรื่องกฎหมายนี้ไม่มีเลยถ้าจะพูดกันตรงๆ เราแค่จ่ายเงินและรับบริการสปา ถ้าพอใจก็กลับมาทำซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับไปอีกเลย”

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งเป็นเจ้าของสปา มองว่า สปาได้สร้างความเท่าเทียมด้านต่างๆให้อยู่บนพื้นฐานความถูกต้องทางกฎหมายให้แก่พนักงาน เช่น เรื่องค่าตอบแทนและผลประโยชน์ องค์กรมีการดูแลพนักงานให้เป็นไปตามกฎหมายแรงงานได้กำหนดจากการสอบถามพนักงาน พบว่า พนักงานทราบสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับตามกฎหมาย ในขั้นตอนการทำสัญญาว่าจ้างกับองค์กร และพนักงานรู้สึกว่าได้รับการดูแลจากองค์กรเป็นไปตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ประกอบด้วย ได้รับค่าแรงขั้นต่ำ จำนวนวันหยุด และประกันสังคมตามที่กฎหมายได้กำหนด และไม่รู้สึกว่าตนได้รับการเอาเปรียบจากโรงแรมและแผนกสปา

อย่างไรก็ตาม พนักงานสปาให้ข้อมูลว่า โรงแรมและสปาไม่เคยมีการอบรมเรื่องกฎหมายแรงงานให้พนักงานได้รับทราบ ถึงแม้จะเป็นพนักงานที่มีอายุการทำงานที่องค์กรมานานแล้วก็ตาม เว้นแต่องค์กรมีการมาบอกกล่าวข้อมูลทางกฎหมายแรงงานในวันนัดทำสัญญาว่าจ้าง ตัวอย่างเช่น พนักงาน A กล่าวว่า “ยังไม่เคยอบรม ยิ่งโดยเฉพาะของพนักงานแผนกสปา ยังไม่เคยให้มีการจัดอบรม” เช่นเดียวกับ พนักงาน B ที่ให้ข้อมูลว่า “ยังไม่เคยมีการอบรมเรื่องนี้สำหรับโรงแรม”

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ให้ข้อมูลว่า สปาของโรงแรมใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน วัดได้จากผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีมาตรฐานตั้งแต่กระบวนการผลิต จนถึงกระบวนการนำเข้ามาถึงเมืองไทย ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในเมืองไทยก็มีมาตรฐานเช่นกัน มาตรฐานได้จากผู้ผลิตต้องมีใบอนุญาตดำเนินการ และการตรวจสอบความปลอดภัยสารอันตรายจากหน่วยงานภาครัฐ นั่นคือ การผ่านมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. กระทรวงสาธารณสุขก่อนนำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในสปา

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการสปา พบว่า ผู้ใช้บริการทุกคนรับรู้ถึงความสะอาดของเครื่องมือ-อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในแผนกสปา โดยผู้ใช้บริการจะสังเกตถึงวิธีการดูแล การเก็บรักษา และการจัดวางผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ถูกต้อง ซึ่งสิ่งที่ลูกค้ามักจะสังเกตถึงความสะอาดมากที่สุด คือ ภาชนะที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ต้องสะอาด ผ้าขนหนูต้องขาวสะอาด ไม่มีสีและกลิ่นอับชื้น ห้องนวดต้องสะอาด ไม่มีเศษฝุ่น เศษขยะและต้องมีกลิ่นสดชื่น ไม่อับชื้น

อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างชุมชนท้องถิ่น พบว่า มีการรับรู้เรื่องมาตรฐานสปาผลิตภัณฑ์ โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย และเครื่องมือ-อุปกรณ์ ต้องมีไม่เป็นอันตรายแก่ผู้ใช้บริการ และต้องคำนึงถึงความสะอาด ปราศจากเชื้อโรค

มาตรฐานสปาด้านการบริการและการจัดการองค์กร

ผู้ให้สัมภาษณ์จากสถานประกอบการ กล่าวว่า มาตรฐานสปาด้านการบริการและการจัดการองค์กรของโรงแรมจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมายในทุกๆด้าน โดยเฉพาะการบริหารงานบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มพนักงานที่แสดงให้เห็นว่า พนักงานทุกคนมองการบริหารจัดการสปาในมุมมองที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล กล่าวคือ การจ้างงานสิทธิประโยชน์ของพนักงาน ได้แก่ การมีประกันสังคม ค่าจ้างแรงงานจ่ายตามค่าแรงขั้นต่ำ สิทธิในการลาและวันหยุดเวลาการทำงานไม่เกิน 8 ชั่วโมง หากมีการทำงานล่วงเวลาจะมีชั่วโมงในการลางานเพิ่มขึ้นเป็นการตอบแทน

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากชุมชน มองว่า สปาเคารพต่อกฎ และข้อบังคับในระดับชุมชน โดยเฉพาะกฎ หรือข้อบังคับทางศาสนา สปาได้มีการดำเนินธุรกิจที่สามารถให้คนในชุมชนถึงแม้จะมีความแตกต่างกันระหว่างศาสนาพุทธ หรือศาสนาอิสลามให้สามารถดำเนินชีวิต หรือทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข แตกต่างกันไปตามที่ตั้งของแต่ละชุมชน แต่ทุกชุมชนก็มุ่งหวังการใช้กฎหมายและกฎข้อบังคับเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข อีกทั้งสปายังให้ความสำคัญกับกฎและข้อบังคับของอุทยาน เนื่องจากสปาที่ตั้งบนอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม ดังนั้นสปาจึงปฏิบัติตามกฎและสนับสนุนดูแลอุทยานร่วมกับคนในชุมชน เพื่อให้โรงแรมและสปาสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

มาตรฐานสปาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างจากสถานประกอบการ กล่าวว่า แผนกสปามีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก การดำเนินธุรกิจขององค์กรและสปาต้องมีการจดทะเบียนขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจ ซึ่งโรงแรมมีการผ่านมาตรฐาน ISO 9001 และ ISO 14000 มาตรฐานนี้เป็นมาตรฐานระดับสากล และมีมาตรฐานการตรวจประเมินในเรื่องต่างๆ เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องการบริหารความเสี่ยง การป้องกันสารเคมีรั่วไหล และการบริหารจัดการมลภาวะ

นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์ พบว่า พนักงานจำนวน 3 คน จากผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 คนได้รับการอบรมกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม จากหัวข้อที่เคยอบรมเป็นเรื่องของการรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและให้เกิดคุ้มค่า มีการ Recycle Reduce และ Reuse ส่วนพนักงานอีก 2 คน เข้ามาทำงานในองค์กรและแผนกสปาได้เพียง 2-3 เดือน จึงยังไม่มีโอกาสได้เข้ารับการอบรมดังกล่าว

ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความรู้พื้นฐานเรื่องกฎหมายที่ใช้บังคับด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการรับรู้กฎหมาย และข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องต่างๆ ได้แก่ การคัดแยกขยะก่อนทิ้ง การบำบัดน้ำเสีย น้ำที่ปนเปื้อนสารเคมีจากการรับบริการสปา นอกจากนี้ ต้องมีการใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติ ใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ แทนการใช้สารเคมี สูดถ่ายจะต้องมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการไม่ตัดต้นไม้ และปลูกต้นไม้ทดแทนในส่วนที่สูญเสียไป

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากชุมชนธุรกิจ มองว่า สปาได้ปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับของชุมชน เพราะหากสปาไม่ได้ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ ชุมชนต้องได้รับเดือดร้อน และส่งผลทำให้องค์กรและสปาไม่สามารถดำเนินธุรกิจอีกต่อไปได้

4.2.2.3 การรับรู้มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบทางสังคมด้านจริยธรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านที่สาม ตามคำนิยามของ Carroll (1991) คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม โดย Carroll ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรมว่า เป็นสิ่งที่ดีอันควรกระทำ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความมีศีลธรรม (Moral) คุณธรรม (Virtue) และความยุติธรรม (Justice) ซึ่งจะรวมเอามาตรฐานบรรทัดฐานความคาดหวังที่ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชนคาดว่าจะได้รับ ที่จริงแล้วจริยธรรมเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการกำหนดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ เป็นสิ่งที่ผนวกเอาคุณค่าและบรรทัดฐานที่สังคมคาดหวังว่า ภาคธุรกิจจะต้องมีอยู่บางครั้งอาจสูงเกินกว่าที่กฎหมายจะกำหนดไว้และภาคธุรกิจปฏิบัติตามได้ยาก แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่ต้องปรับตัวคู่ไปกับกฎหมายโดยคอยผลักดันให้กฎหมายขยายขอบเขตกว้างขึ้นครอบคลุมมากขึ้น ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านคุณธรรม อาจประกอบด้วยการดำเนินการให้สอดคล้องกับจารีตและบรรทัดฐานการยอมรับและเชื่อในบรรทัดฐานที่สังคมค่อยๆ พัฒนาขึ้นใหม่ การป้องกันมิให้มีการต่อรองเพื่อการปฏิบัติตามมาตรฐาน การกระทำผิดจริยธรรมขององค์กรอาจไม่ได้หมายถึงการถูกลงโทษตามตัวบทกฎหมาย แต่หมายถึงการถูกลงโทษโดยสังคมเป็นผู้พิพากษา ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 4.3 สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม

มาตรฐานสปลา	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
ด้านคุณภาพบริการ				
● สปามีการจัดทำมาตรฐานการดำเนินงาน (Standard Operating Procedure)	✓			
● สปามีการแสดงรายละเอียดโปรแกรมสปลา	✓		✓	
● สปลาให้อิสระแก่ผู้ใช้บริการในการเลือกและตัดสินใจเข้ารับบริการ			✓	
● พนักงานสปลาบริการด้วยความซื่อสัตย์ และเต็มใจให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคน			✓	
ด้านบุคลากร				
● สปลาจัดสวัสดิการที่หลากหลายให้พนักงาน นอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ		✓	✓	
● สปลาเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับการเรียนรู้ และฝึกอบรมเพิ่มเติม		✓	✓	
ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์				
● สปลาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารพิษ เน้นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ	✓		✓	
ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร				
● สปาดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส อยู่บนพื้นฐานหลักธรรมาภิบาล	✓			

ตารางที่ 4.3 สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม (ต่อ)

มาตรฐานสภา	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร(ต่อ)				
● สปาดำเนินงานที่ไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชนในด้านลบ				✓
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม				
● สป่าจัดสถานที่ที่ไม่ขัดต่อศาสนา และไม่ค้าประเวณี	✓	✓		✓
● สป่าดูแลความสะอาด ความปลอดภัยของสถานที่	✓			✓

ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับมาตรฐานสปาในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ

ตัวแทนจากโรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เชื่อมโยงกับมาตรฐานสปาด้านคุณภาพการบริการ ในลักษณะที่เชื่อมโยงไปยังการดูแลผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ โดยกล่าวว่า โรงแรมและสปาที่มีจริยธรรมต่อการให้บริการ คือ มีการจัดทำมาตรฐาน หรือที่เรียกว่า Standard Operating Procedure (SOP) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น การต้อนรับ การนวดตามขั้นตอนของการนวดแต่ละแบบ เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับบริการภายใต้มาตรฐานเดียวกัน

เมื่อสอบถามผู้ใช้บริการสปาว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อมาตรฐานสปาในด้านคุณภาพบริการที่สะท้อนความมีจริยธรรมขององค์กร พบว่า ผู้ใช้บริการจำนวน 8 คน จากผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 10 คน เห็นว่าแผนกสปาที่มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานจริยธรรม กล่าวคือ มีการแสดงรายละเอียดโปรแกรมสปาที่ให้บริการ รวมทั้งรายละเอียดขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน มีการแจ้งราคาราคา และประโยชน์ที่จะได้รับหลังรับบริการ ในขณะที่ผู้ใช้บริการจำนวน 2 คน กล่าวว่า ผู้ใช้บริการก็มีอิสระในการเลือกรับบริการสปาและผลิตภัณฑ์ตามกลิ่นที่ลูกค้าพึงพอใจ โดยมีพนักงานให้แนะนำหากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม พนักงานไม่พยายามชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือรับบริการสปา อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการจำนวน 2 คน มองว่า สปายังมีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสปาจำกัด ทำให้โอกาสในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการมีจำกัดไปด้วย

สุดท้ายกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ กล่าวว่าเพิ่มเติมว่า การบริการของสปาที่มีจริยธรรม คือ การให้บริการอย่างซื่อสัตย์ มีความจริงใจ และคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญซึ่งจะทำให้ธุรกิจสปาที่น่าเชื่อถือและมั่นใจในการเข้ารับบริการมากขึ้น

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

ตัวแทนจากสถานประกอบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงจริยธรรมกับมาตรฐานด้านบุคลากรว่า มีการจัดทำคำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) เพื่อกำหนดรายละเอียดการทำงานของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง และทางโรงแรมมีการจัดสวัสดิการที่หลากหลายให้พนักงานนอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ ได้แก่ การให้มีวันหยุดเพิ่มขึ้นจาก 13 วัน เป็น 14 วัน การตั้งกองทุนช่วยเหลือพนักงานเมื่อพนักงานได้รับความเดือดร้อนจากปัญหาส่วนตัว การทำประกันชีวิตให้พนักงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุ ในขณะที่เดียวกันผู้จัดการแผนกสปา กล่าวว่า แผนกสปาจะให้ค่าปรึกษาแก่พนักงานทั้งปัญหาเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว และยังมีนโยบายส่งเสริมบุคลากรแผนกสปาในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งพนักงานสปาเข้าฝึกอบรมทักษะการนวด โครงการแลกเปลี่ยนพนักงานให้ไปทำงานต่างสาขา เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ และเพื่อพบประสบการณ์ใหม่ๆ ในส่วนการจูงใจในการทำงาน โรงแรมใช้การจูงใจด้วยค่าตอบแทนเป็นหลัก และเพิ่มสวัสดิการต่างๆดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น รวมไปถึงการยกย่องชมเชยเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน อันจะส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สุดท้าย โรงแรมมีนโยบายการเลื่อนตำแหน่งของพนักงานที่เป็นธรรม โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และจากการตอบสนองของผู้ใช้บริการ เช่น คำชื่นชม

ในมุมมองของพนักงาน พบว่า พนักงานมีการรับรู้ว่าการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเป็นความรับผิดชอบเชิงจริยธรรม ในส่วนมาตรฐานบุคคลากรซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลจากสถานประกอบการที่มองว่า การพัฒนาพนักงานโดยการฝึกอบรมมีความสำคัญ และเป็นความรับผิดชอบเชิงจริยธรรมของสถานประกอบการ การฝึกอบรมที่พนักงานให้ข้อมูลว่าได้รับจากโรงแรม มีทั้งการฝึกอบรมก่อนและระหว่างการทำงาน การฝึกอบรมก่อนเริ่มงานในฐานะพนักงานใหม่ เป็นการอบรมเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร การให้ทราบความเป็นมาขององค์กร มาตรฐานการให้บริการขององค์กร และการมีจิตใจรักบริการ เป็นต้น สำหรับการฝึกอบรมระหว่างการทำงานเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับทักษะ การใช้ภาษาอังกฤษ การพัฒนาบุคลิกภาพ ทักษะในการนวดสปาแบบต่างๆ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สปา รวมทั้งการดูแลและใส่ใจทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกลุ่มตัวอย่างพนักงานให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า บรรยากาศการทำงานในแผนกสปาซึ่งมีการปฏิบัติร่วมกันด้วยความเคารพจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานความมีน้ำใจ และการทำงานเป็นทีมเป็นแรงจูงใจในการทำงานที่ดี

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตัวแทนสถานประกอบการ แสดงให้เห็นว่า สถานประกอบการเชื่อมโยงความรับผิดชอบเชิงจริยธรรมกับความปลอดภัยในการให้บริการ กล่าวคือ มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ได้แก่ มะขาม ขมิ้น และผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เช่น น้ำผึ้ง และน้ำมันมะพร้าว ซึ่งมีความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ และมีการผสมผสานกันระหว่างผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเมืองไทย และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อความเป็นสากลและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

เช่นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการให้ความเห็นว่า เป็นความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรมของธุรกิจสปาที่จะต้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการสปาที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ต้องมีฉลากแสดงรายละเอียด ส่วนผสม วิธีการใช้ วันผลิต-หมดอายุ เครื่องหมายจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. ชื่อผู้ผลิตอย่างครบถ้วน และมีบรรจุภัณฑ์ที่ห่อแน่นมิดชิดที่สำคัญผู้ใช้บริการแสดงความเห็นว่า สปาไม่ควรมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เกินจริง

มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

ผู้ให้สัมภาษณ์จากสถานประกอบการ กล่าวว่า มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กรของโรงแรมจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานหลักธรรมมาภิบาลที่โรงแรมและสปาต้องดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร โรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งเป็นเจ้าของสปาที่มีการจัดทำรายงานการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อแสดงรายละเอียดผลการปฏิบัติงาน และในส่วนของแผนกสปาที่มีการจัดทำรายงานเรื่องรายได้ และค่าใช้จ่าย ผลความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการผลความพึงพอใจของพนักงานในการทำงานแล้วนำเสนอต่อผู้บริหาร และผู้ถือหุ้น

นอกจากนั้น ในส่วนของการทำงาน พนักงานทุกคน ให้ความเห็นว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานของพวกเขานั้นไม่เป็นปัญหาหรือเป็นอุปสรรคในการทำงาน แต่กลับรู้สึกว่าการประเมินผลการปฏิบัติจากผู้จัดการหรือผู้บริหารเป็นเรื่องที่ดี เพราะจะสามารถทำให้พนักงานได้แก้ไข

ปรับปรุง และพัฒนาตนเองต่อไป และพนักงานจำนวน 4 คนจากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 5 คน คิดว่าโอกาสในการเลื่อนขั้นนั้นมีความเป็นธรรม การเลื่อนขั้นจะทำได้ต้องผ่านการประเมินการทำงานจากผู้จัดการแผนกสปก่อน อีกทั้งการเลื่อนขั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความสามารถของตัวพนักงานเอง

แต่ในขณะเดียวกัน พนักงานบางคนเห็นว่าการเลื่อนขั้นการทำงานของแผนกสปกไม่มีความเป็นธรรม เช่น พนักงาน C กล่าวว่า “ตอนที่เพิ่งเข้ามาทดสอบงานกว่าจะประเมินให้ที่เป็นพนักงานประจำใช้เวลาานตั้งแต่ 6 เดือน ซึ่งที่สอบถามจากเพื่อนร่วมงานคนอื่น เข้ามาบรรจุเป็นพนักงานประจำบางคนใช้เวลาทดลองงานเพียง 3 เดือน” โดยสรุป คือ การผ่านงานของพนักงานแต่ละคนใช้เวลาในการประเมินไม่เท่ากัน บางคนไม่ต้องประเมินสามารถบรรจุเป็นพนักงานทดลองงาน 3 เดือน หรือบางคนต้องทดลองงาน 6 เดือนทำให้พนักงานคนนั้นมองว่า ไม่มีความเป็นธรรมเกิดขึ้นในการเลื่อนขั้นการทำงาน จึงควรมีการสร้างมาตรฐานการทดลองงานให้แน่ชัด

นอกจากนั้นกลุ่มตัวแทนชุมชนให้ความเห็นว่า ธุรกิจสปาที่มีจริยธรรมต้องไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชนในด้านลบ ต้องช่วยดูแลสิ่งแวดล้อม และช่วยสร้างงานสร้างอาชีพ ซึ่งภาพลักษณ์ของสปาโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ไม่มีปัญหาใดใดในเชิงจริยธรรมจากการรับรู้ของชุมชน

มาตรฐานสปาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา และแผนกสปา มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการ Reuse Recycle และ Reduce เช่น การใช้กระดาษหน้า-หลัง การใช้ขวดน้ำ แก้วแทนขวดน้ำพลาสติก การคัดแยกขยะ และใช้น้ำที่เหลือจากการให้บริการ กลับไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ซึ่งการจัดการสิ่งแวดล้อมมีทั้งสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรและภายในแผนกสปา จนถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมภายนอก นั่นคือ บริเวณชุมชน ในขณะเดียวกันพนักงานทุกคนให้ความเห็นว่า โรงแรมมีการจัดสถานที่ได้อย่างเหมาะสมในการให้บริการสปา ไม่ขัดต่อจริยธรรม

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างชุมชน มองว่า การเลือกใช้อุปกรณ์เครื่องมือ และผลิตภัณฑ์ที่มีทำมาจากธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่นำมาจากแหล่งชุมชนท้องถิ่น ไม่มีอันตรายต่อทั้งพนักงานและผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งไม่ทำลายหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมสามารถทำได้โดย 1) ลดการใช้ทรัพยากรต่างๆภายในแผนกสปา และหาวิธีการใช้ทรัพยากรแบบอื่นเพื่อทดแทน 2) คงความดั้งเดิมของธรรมชาติ ไม่ทำลาย และรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 3) ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสารเคมี และนำเอาผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติมาทดแทน และ 4) ไม่ตั้งสถานที่ให้บริการสปาใกล้กับสถานที่สำคัญทางศาสนา

4.2.2.4 การรับรู้มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบทางสังคมด้านเมตตาธรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสุดท้าย ตามคำนิยามของ Carroll (1991) คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรม โดย Carroll ให้นิยามความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรมว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรมนี้ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกบังคับด้วยกฎหมาย ไม่ถูกตีกรอบด้วยความคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้องเหมือนความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรม และนั่นหมายความว่า เป็นกิจกรรมที่องค์กรเลือกที่จะดำเนินการหรือไม่ก็ได้ หากองค์กรไม่ได้ทำกิจกรรมในเชิงความช่วยเหลือ

สังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตา และความใจบุญ องค์กรก็จะไม่ถูกสังคมกล่าวโทษว่า
ทำผิดจริยธรรมแต่อย่างใด Carroll ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า การดำเนินการด้านนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของ
องค์กรในส่วนของทรัพยากร เช่น เงิน และกำลังคน กิจกรรมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมและ
ความใจบุญผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ
ธุรกิจสปรอตมาตรฐานสปา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 สรุปประเด็นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตากรุณา

มาตรฐานสปา	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
ด้านคุณภาพบริการ				
● สปาส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนของนักศึกษา เพื่อเป็นฐานในการสร้าง แรงงานที่มีคุณภาพ	✓			
● สปาเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม		✓		
ด้านบุคลากร				
● พนักงานได้รับการพัฒนาตนเอง ผ่านการช่วยเหลือกิจกรรมเพื่อสังคม	✓	✓		
ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์				
● สปาร่วมทำกิจกรรมกับชุมชน ในการส่งเสริมใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น				✓
ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร				
● สปาผ่านแผนกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานและผู้ใช้บริการสามารถเข้าร่วม ได้	✓	✓	✓	
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม				
● สปาจัดกิจกรรมดูแลสิ่งแวดล้อม	✓			

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ

โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปาในฐานะที่เป็นเจ้าของสปา มองว่า ความรับผิดชอบต่อทางสังคมมีความสำคัญต่อการดำเนินการขององค์กร ซึ่งการแสดงออกถึงการมีความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรจะเป็นการทำให้กิจกรรมตลอดทั้งปี ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะการทำกิจกรรมเพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น ทั้งการดูแลสิ่งแวดล้อมและการทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น เช่น การเก็บขยะหน้าหาด การปลูกต้นไม้ การให้ทุนการศึกษาแก่บุตร-หลานคนในชุมชน การอุดหนุนสินค้าจากแหล่งชุมชน การจ้างงานและผลตอบแทนที่ดีแก่พนักงาน จึงเห็นได้ว่ากิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่เกิดขึ้นเป็นประโยชน์แก่คนในชุมชน รวมถึงพนักงานขององค์กรและสปา ผู้ให้สัมภาษณ์จากสถานประกอบการได้กล่าวถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณภาพงานสปา ได้แก่ การจ้างงานคนในท้องถิ่นให้เข้ามาทำงานในแผนกสปา ทำให้มีอาชีพและสร้างรายได้ การส่งเสริมให้สถานประกอบการเป็นแหล่งเรียนรู้ของนักศึกษา เช่น การมาฝึกงานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างพนักงานสปาแสดงความคิดเห็นว่า การที่สถานประกอบการเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมที่สถานประกอบการเป็นผู้ดำเนินการ เป็นสิ่งที่ดี เพราะเป็นการร่วมมือกันทุกๆแผนกขององค์กร ช่วยเสริมสร้างความสามัคคี และการช่วยเหลือกันของคนในองค์กร การสร้างความผ่อนคลาย เป็นกิจกรรมที่นอกเหนือจากการทำงานและเป็นการทำประโยชน์ให้แก่บุคคลอื่นให้มีความสุข

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปาให้ข้อมูลว่า โรงแรมมีวิธีการสื่อสารถึงบุคคลภายในองค์กร เรื่องการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมโดยใช้วิธีการส่งอีเมลแจ้งกิจกรรมให้รับทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน การแจ้งประกาศติดบอร์ดข่าวสาร และจากการให้ข้อมูลจากหัวหน้าแผนกแต่ละแผนก และสำหรับบุคคลภายนอก องค์กรจะติดต่อประสานกับผู้นำชุมชนให้กระจายข่าว หรือติดประกาศที่สาธารณะในที่ๆคนในชุมชนสามารถมองเห็นได้ นอกจากนี้พนักงานของโรงแรมสามารถเป็นผู้สื่อสาร เป็นกระบอกเสียงประกาศให้คนภายนอกหรือคนในชุมชนให้รับทราบได้ ซึ่งกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่พนักงานสามารถเข้าร่วม และเป็นประโยชน์แก่พนักงานโดยตรง ได้แก่ การมอบทุนการศึกษาให้แก่บุตรหลานพนักงาน การจ้างงานคนในครอบครัวของพนักงาน การเก็บขยะ และดูแลสิ่งแวดล้อมบริเวณที่อาศัยของพนักงานและครอบครัว กิจกรรมเหล่านี้นำมาซึ่งการให้ความไว้วางใจ และการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นองค์กรที่ดี

ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างพนักงาน ให้ความเห็นว่า การเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมที่แสดงออกถึงความเมตตาธรรมขององค์กรที่มีต่อชุมชน และสังคม จะทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นการพัฒนาตนเองในการช่วยให้เห็นความสำคัญของการช่วยเหลือผู้อื่น และมีความเต็มใจที่จะทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

ชุมชนท้องถิ่นรับรู้ว่า การที่โรงแรมและสปาอุดหนุนสินค้าของท้องถิ่น และนำเอาสินค้าไปแสดงและจำหน่าย เป็นการทำกิจกรรมเพื่อช่วยส่งเสริมการเป็นอยู่ที่ดีของสังคม แต่พบว่าโรงแรมยังไม่ได้มีการสร้างความร่วมมือในส่วนของ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างกว้างขวาง เช่นตัวแทนจากกลุ่มชุมชน C กล่าวว่า “ยังไม่มีความร่วมมือกันระหว่างโรงแรมและธุรกิจท้องถิ่นของตน รวมถึงภาครัฐเอง ในส่วนของอำเภอเขาก็ไม่เคยมีการส่งเสริมให้โรงแรมได้มีโอกาสได้พบปะกับธุรกิจชุมชน ซึ่งชุมชนเชื่อว่า หากชุมชนได้ได้รับความร่วมมือ หรือการช่วยเหลือจากสปา จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจระหว่างชุมชน และการให้บริการของสปาได้”

มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสปา พบว่า เมื่อโรงแรมมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม พนักงานทุกคนตอบสนองกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคม โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมทุกครั้งหากมีโอกาส โดยพนักงานที่เคยมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีชั่วโมงในการทำกิจกรรมอาสาสมัครในแต่ละครั้ง ประมาณ 1 วัน

แต่กลุ่มตัวอย่างพนักงานให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า พนักงานทั้งแผนกสปา ยังไม่เคยเข้าร่วมในการวางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรจากคำกล่าวของพนักงาน C กล่าวว่า “ไม่เคยมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมที่ถูกจัดขึ้น แต่เป็นนโยบาย และเป็นความคิดของผู้บริหาร และหัวหน้าแผนกเป็นหลัก” เช่นเดียวกับพนักงานคน D ที่กล่าวว่า “ยังไม่เคยมีส่วนร่วมนะ เป็นเพราะเราเป็นแค่พนักงานปฏิบัติงานด้วย ส่วนใหญ่ก็กำหนดกิจกรรมแล้วให้เราไปเข้าร่วมด้วยมากกว่า” ซึ่งผู้วิจัยพบว่า องค์กรให้พนักงานเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมเท่านั้น ยังไม่เคยเปิดโอกาสให้พนักงานร่วมวางแผน อีกทั้งพนักงานบางคนคิดว่าการวางแผนเป็นหน้าที่ของผู้บริหารและผู้จัดการ

เช่นเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่พบว่า ผู้ใช้บริการทุกคนไม่เคยทราบว่าแผนกสปา มีกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่หากมีโอกาสมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของแผนกสปาก็พร้อมที่จะให้การสนับสนุน ดังเช่น ความเห็นของผู้ใช้บริการ A กล่าวว่า “สนับสนุนนะ เช่น ถ้ามีผลิตภัณฑ์ของชุมชนวางไว้เพื่อจำหน่ายก็สนใจนะ ก็จะลองซื้อกลับไปใช้ หรือมีกล่องเปิดรับบริจาค จะให้บริจาคเป็นอะไรก็แล้วแต่เพื่อนำไปเป็นทุนในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของแผนกสปาหรือโรงแรม ก็จะทำให้ความช่วยเหลือร่วมสมทบทุนด้วย” และ ความเห็นของผู้ใช้บริการ B ที่กล่าวเช่นเดียวกันว่า “ถ้าทำเพื่อสังคมก็พร้อมที่จะสนับสนุนนะ ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบที่สปาจะทำเพื่อสังคม”

มาตรฐานสปาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปาและแผนกสปา มีการจัดกิจกรรมที่ทำเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การเก็บขยะหน้าชายหาดการปลูกป่าโกงกางและหญ้าทะเลการให้ความรู้แก่เยาวชนในเรื่องของพะยูน และปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์และดูแลสิ่งแวดล้อม

4.2.2.5 การรับรู้มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานภาครัฐ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับมาตรฐานสปาของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจสปาของโรงแรมอนันตรา สีเกา

รีสอร์ท แอนด์ สปาเช่นกัน สืบเนื่องจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข เป็นผู้กำหนดมาตรฐานสปาที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน และแผนกสปาของโรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ท แอนด์ สปา ได้ดำเนินงานภายใต้มาตรฐานสปาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมิได้สัมภาษณ์แยกย่อยตามมาตรฐานสปาเหมือนกับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆในข้างต้น แต่ผู้วิจัยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อสอบถามเรื่องนโยบาย และการดำเนินการดูแลมาตรฐานที่นำไปใช้กับธุรกิจสปา ผลการสัมภาษณ์พบว่า

เจ้าหน้าที่ภาครัฐดำรงตำแหน่งเภสัชกรชำนาญการ เป็นผู้รับผิดชอบกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง เจ้าหน้าที่ได้ให้ข้อมูลว่า หน้าที่หลักๆของการดูแลมาตรฐานสปา ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ฝ่ายส่งเสริมมาตรฐานสถานประกอบการ เป็นการควบคุม กำกับมาตรฐาน และ (2) ฝ่ายส่งเสริมสถานประกอบการให้ได้รับรองมาตรฐาน โดยกระตุ้นให้ผู้ทำธุรกิจยื่นขอใบรับรอง ซึ่งเป็นการส่งเสริมพัฒนาให้ธุรกิจสามารถดำเนินการให้เข้าเกณฑ์มาตรฐานสปา

นอกจากนี้แล้ว เจ้าหน้าที่รัฐได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายที่ใช้กับธุรกิจสปาในประเทศไทยตอนนี้อยู่ได้แก่ 1) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 และ พ.ศ. 2551 เป็นประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติสถานบริการของกระทรวงมหาดไทย และมอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุขดูแลเรื่องธุรกิจการนวดเพื่อสุขภาพ 2) มาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ และคู่มือการตรวจประเมินที่ใช้ในการประเมินเพื่อผ่านการรับรองคุณภาพสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย โดยเครื่องหมายรับรองคุณภาพ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ (1) Platinum (2) Gold และ (3) Silver ซึ่งเครื่องหมายรับรองคุณภาพในแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจาก (1) ทักษะ ความสามารถของผู้ให้บริการ (2) อุปกรณ์-เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการมีความสะอาด ทันสมัย และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เป็นต้น สำหรับใบรับรองมาตรฐานสปาในจังหวัดตรังเป็นการออกใบรับรองเพื่อผ่านการรับรองมาตรฐานเท่านั้น เหตุเพราะในบริบทของจังหวัดตรัง มิได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโต และอัตราการแข่งขันที่สูง เมื่อเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น กระบี่ ภูเก็ต ซึ่งโรงแรมอนันตรา สิก้า รีสอร์ทแอนด์สปา จังหวัดตรัง ก็ได้ผ่านการประเมินมาตรฐานแล้วเช่นกัน

สำหรับเรื่องของการแสดงความรับผิดชอบทางสังคม หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ โดยพบว่า “สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จะต้องมีการมองถึงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดเป็นหัวข้อการประเมินใน พระราชบัญญัติ การสาธารณสุข 2535 เช่น เรื่องของการควบคุมน้ำเสียที่ออกไป มาตรการกำจัดขยะ แหล่งที่ทิ้งขยะ การดูแลทำความสะอาด ฆ่าเชื้ออุปกรณ์ที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อ เช่น ไม้กวาด มาตรการกำจัดกลิ่น และกลิ่นของการนั่งลูกประคบ เป็นต้น” จึงสรุปได้ว่า หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญและเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับการออกใบรับรองมาตรฐานสปา และความรับผิดชอบต่อสังคมของมาตรฐานสปาส่วนใหญ่ จะเป็นไปรูปแบบของการดูแลสิ่งแวดล้อม และเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้อื่น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของชุมชน ใบรับรองดังกล่าวมีระยะเวลาควบคุม 2 ปี หลังจากนั้นต้องมีการประเมินซ้ำเพื่อรักษามาตรฐานการรับรอง แต่หากพบข้อร้องเรียนระหว่างระยะเวลาควบคุม

หน่วยงานภาครัฐดำเนินการแจ้งเตือนให้ผู้บริหารโรงแรมได้ทำการแก้ไข ปรับปรุงปัญหา จากนั้นภาครัฐทำการประเมินมาตรฐานซ้ำอีกครั้ง (นอกเหนือจากการประเมินซ้ำในทุกๆปี)

นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่มีตัวอย่างมาตรฐานสปาที่ใช้ในการช่วยสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม โดยถูกระบุไว้ในการประเมินมาตรฐานสปา ได้แก่ “มาตรฐานด้านความปลอดภัย หากมีเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ ธุรกิจจะต้องมีกระบวนการจัดการและการแสดงความรับผิดชอบต่อในส่วนนี้ การบำบัดน้ำก่อนปล่อยออกไปสู่สาธารณะ วิธีการป้องกันการติดเชื้อที่เหมาะสม ห้ามมีการค้าประเวณีที่ผิดต่อศีลธรรม และข้อกำหนด ข้อนี้จึงเป็นข้อที่สร้างความแตกต่างระหว่างการนวดเพื่อสุขภาพ และการนวดแบบแอบแฝง และข้อสุดท้าย สถานที่ตั้งของสถานบริการจะต้องมีความมิดชิด และไม่ใกล้กับที่ตั้งทางศาสนา เช่น วัด โบสถ์คริสต์ หรือมัสยิด เป็นต้น” เหล่านี้คือ ตัวอย่างหัวข้อการประเมินมาตรฐานสปาที่แสดงถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคม

4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสพบบนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อธุรกิจสปา เป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของงานวิจัยนี้ ผลการศึกษาแยกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังปรากฏในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 สรุปประเด็นความคาดหวังมาตรฐานสพบบนความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเด็นความคาดหวัง	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
● สปาดูแลสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างประหยัด	✓	✓	✓	✓
● สปาให้ความรู้เรื่องสมุนไพร และทักษะด้านนวด และทักษะด้านภาษาอังกฤษแก่ชุมชนภายนอก	✓	✓		✓
● สปาเพิ่มสวัสดิการตามความต้องการของพนักงาน		✓		
● สปาสร้างความร่วมมือกับชุมชนในการทำกิจกรรมต่างๆ	✓			✓
● แสดงภาพถ่าย และความเชี่ยวชาญ ของพนักงานอย่างชัดเจนหน้าสถานประกอบการ		✓		
● พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา สื่อสารได้มากกว่า 1 ภาษา			✓	
● พนักงานไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทั้งร่างกายและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ			✓	
● พนักงานมีเวลาพักผ่อนเพียงพอ มีค่าตอบแทนที่เหมาะสม และได้รับการฝึกอบรม พัฒนาทักษะของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ			✓	

ตารางที่ 4.5 สรุปประเด็นความคาดหวังมาตรฐานสพบนความรับผิดชอบทางสังคม (ต่อ)

ประเด็นความคาดหวัง	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
	กลุ่มผู้ประกอบการ	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้ใช้บริการ	กลุ่มชุมชน
● สပါใช้ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายแก่ผู้ใช้			✓	
● สปามีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า			✓	
● สပါหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี เน้นวัตถุที่ทำมาจากธรรมชาติ และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากชุมชนท้องถิ่น		✓	✓	✓
● สปาไม่ให้บริการแอบแฝง ไม่ตั้งสปาใกล้สถานที่สำคัญทางศาสนา และไม่แอบอ้างชื่อเสียงของสปาใช้ในการหาผลประโยชน์			✓	

ในส่วน of สถานประกอบการโรงแรมและสปาเอง มีความคาดหวังว่า ความรับผิดชอบทางสังคมที่ควรเกี่ยวข้องกับมาตรฐานสปาควรมุ่งด้านสิ่งแวดล้อม และการสร้างความร่วมมือกันระหว่างองค์กร ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับภายในแผนกสปา ผู้จัดการแผนกสปา คาดหวังกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เน้นเรื่องการให้ความรู้แก่บุคคลอื่นเป็น ความรู้ที่ให้แก่สาธารณชน กล่าวคือ อยากให้พนักงานสปาของโรงแรมออกไปให้ความรู้ และฝึกอบรมแก่ผู้ที่สนใจการนวดแบบสปา เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่บุคคลทั่วไป ตามคำกล่าวของผู้จัดการสปา ดังต่อไปนี้ “ถ้าสำหรับการเพิ่มกิจกรรมเฉพาะสำหรับแผนกสปาเอง อยากให้พนักงานของเราไปเป็นผู้ฝึกอบรม ผู้ที่ไม่ได้มีอาชีพ ใครที่ต้องการมีอาชีพและสนใจในเรื่องของการนวดก็ให้พนักงานของเราซึ่งมีความสามารถในจุดนี้ ให้ฝึกอบรมบุคคลทั้งในพื้นที่ และบุคคลทั่วไปให้รู้ถึงวิธีการนวด เช่น การนวดแบบไทย นวดหน้า นวดตัว เป็นต้น หรือเป็นการสอนนวดง่ายๆ เพื่อใช้ผ่อนคลาย อย่างเช่น คนสูงอายุ”

ในมุมมองจากพนักงาน มาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม สถานประกอบการควรคำนึงถึงประเด็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน โดยให้ความเห็นว่า ถึงแม้พนักงานทุกคนรู้สึกพอใจกับการดูแลที่ได้รับจากองค์กร จากสวัสดิการพื้นฐาน เช่น อาหารจำนวน 3 มื้อ หอพัก วันลา-วันหยุด ประกันสังคม รถรับ-ส่งไปโรงพยาบาลเมื่อไม่สบาย แต่สิ่งที่อยากให้องค์กรดูแลเพิ่มเติม คือเรื่องของค่าตอบแทนล่วงเวลา เนื่องจาก ณ ปัจจุบันนี้ เมื่อพนักงานมีการทำงานล่วงเวลา องค์กร/แผนกสปาจะมีการตอบแทนเป็นวันลา แต่พนักงานอยากให้เปลี่ยนการตอบแทนดังกล่าว จากวันลาเป็นการจ่ายค่าตอบแทน/เงินล่วงเวลา

นอกจากนี้ พนักงานยังคาดหวังให้องค์กรและแผนกสปา มีนโยบายและมาตรฐานในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มเติมในประเด็นต่อไปนี้ ได้แก่ 1) การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม และรู้จักใช้ทรัพยากรในแผนกอย่างประหยัด ให้ทุกสิ่งที่ถูกใช้ไปได้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าที่เห็นได้ชัด คือ กระดาษและน้ำ คัดแยกขยะก่อนทิ้ง ไม่ตัดต้นไม้และต้องปลูกเพิ่ม บำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้ง 2) การหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี เน้นการใช้วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ และควรปลูกสมุนไพรซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในแผนกสปาใช้เอง และ 3) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานแผนกสปา โดยการติดโบรชัวร์ภาคข้อมูลของพนักงานแต่ละคนให้ผู้ใช้บริการเห็นได้อย่างชัดเจน อาจจะเป็นการติดบอร์ดหน้าแผนกสปา หรือในเมนูแสดงรายละเอียดโปรแกรมการให้บริการ โดยข้อมูลที่ผู้ใช้บริการควรได้รับทราบเกี่ยวกับพนักงานให้บริการสปา ได้แก่ ชื่อ รูปภาพแสดงใบหน้าผู้ให้บริการ ข้อมูลรับรองความรู้ความสามารถ จากสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสปา ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของผู้ให้บริการ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เป็นป้องกันการให้บริการสปาแบบแอบแฝง 2) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพการบริการให้กับผู้ใช้บริการ และ 3) เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสปา

สุดท้าย พนักงานสปาคาดหวังให้แผนกสปาแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการส่งเสริมเรื่องการเรียนรู้อาชีพ ด้านการนวดให้กับบุคคลภายนอก เน้นการทำกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ และพัฒนาความสามารถ ทำให้คนอื่นมีความรู้ นำไปสู่การประกอบอาชีพ เพื่อหารายได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของสปา แบ่งได้เป็น 4 ประเด็น ได้แก่ (1) ความคาดหวังให้สปาแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการเอง (2) ความคาดหวังให้สปาแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อพนักงานสปา (3) ความ

คาดหวังให้สปาแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และ (4) ความคาดหวังให้สปาแสดงความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม รายละเอียดผลการศึกษาในแต่ละประเด็น มีดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการคาดหวังให้สปาแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการเอง กล่าวคือ ผู้ใช้บริการควรได้รับการบริการที่มีคุณภาพ พนักงานให้บริการควรต้องได้รับใบอนุญาตการให้บริการ ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ขั้นตอนในการให้บริการควรเป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกครั้งที่รับบริการ การมีกฎหมายคุ้มครองผู้ใช้บริการสปา การตรวจสอบมาตรฐานสปาจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง อย่างสม่ำเสมอ ผู้ใช้บริการยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ตัวผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องการให้บริการต้องมีคุณภาพ มีความหลากหลาย ให้ลูกค้าได้เลือกตามความเหมาะสมและความต้องการ และสุดท้ายการให้บริการในราคาที่เป็นธรรม เช่น ผู้ใช้บริการ A กล่าวว่า “อยากให้ราคาการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการควรมีความสอดคล้องกัน” และควรมีการจัดการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์มากขึ้น

อีกทั้ง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเฉพาะในส่วนของพนักงานให้บริการ โดยเห็นว่า พนักงานต้องให้บริการให้แก่ผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สัญชาติ หรือ วัฒนธรรมของลูกค้า พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจ เต็มใจและซื่อสัตย์ ให้ข้อมูลรายละเอียดแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจนและตามความเป็นจริง พนักงานคำนึงถึงความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้า พนักงานควรมีความสามารถในการสื่อสารได้มากกว่า 1 ภาษา

ประเด็นต่อมา ผู้ใช้บริการคาดหวังให้สปาแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อพนักงาน สปา โดยการดูแลพนักงานเสมือนญาติ ให้พนักงานได้มีเวลาพักผ่อนเพียงพอในระหว่างการทำงาน ให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม มีการฝึกอบรมให้ความรู้ และมีการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำงานของพนักงาน

ประเด็นที่สาม ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังให้สปาแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน กล่าวคือ ธุรกิจสปาที่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ชุมชน และสปาต้องมีส่วนช่วยเหลือชุมชน โดยการอุดหนุนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในชุมชน บริจาคเงินและสิ่งของเป็นการกุศล ในส่วนของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังให้สปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ และกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แผนกสปาควรทำ ได้แก่ ใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงและลดการใช้สารเคมี ใช้ทรัพยากรจำพวกน้ำและกระดาษ อย่างประหยัดและคุ้มค่า และบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อย ไม่ตัดต้นไม้ โดยเฉพาะต้นไม้ใหญ่ มีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อรวมตัวในการทำกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์และดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยกัน รวมถึงทุกๆกิจกรรมต้องมีความยั่งยืน

สุดท้ายผู้ใช้บริการมีความคาดหวังให้สปาแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ การควบคุมไม่ให้มีการบริการแอบแฝง หรือการค้าบริการทางเพศ พนักงานไม่แอบอ้างชื่อเสียงของสปา เพื่อการหารายได้เสริมให้แก่ตนเอง สถานที่ให้บริการสปาไม่อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญทางศาสนา การไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทั้งร่างกายและทรัพย์สิน การไม่นำเสนอสินค้าและบริการที่ราคาเกินความเป็นจริง หรือบริการที่ไม่คุ้มค่างบราคาที่จ่ายไปซึ่งผู้ใช้บริการทุกคนกล่าวว่า ไม่พบสิ่งที่ขัดต่อจริยธรรมเหล่านี้ในแผนกสปา โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง

ในส่วน of ชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนท้องถิ่นมีความคาดหวังให้สภาแสดงกิจกรรมเพื่อสังคมให้แก่ชุมชน ในเรื่องต่อไปนี้ ได้แก่ (1) แผนกสภาควรเข้าร่วมกับกลุ่มชุมชนในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมด้านต่างๆ เช่น การดูแลสิ่งแวดล้อม การทำนุบำรุงศาสนา (2) แผนกสภาควรส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในชุมชน เช่น การอบรมภาษาอังกฤษ การให้ความรู้เรื่องการนวดแก่คนในชุมชน รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านอื่นๆ เพื่อให้คนในชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน (3) แผนกสภาควรออกเรือนกับธุรกิจของชุมชน และนำเอาผลิตภัณฑ์ของทางชุมชนไปใช้ให้บริการกับลูกค้า เช่น ตัวแทนกลุ่มชุมชน กล่าวว่า “ก็อยากให้แผนกสภาของโรงแรมอุดหนุนสินค้าของเรา นำสินค้าของเราไปใช้ในแผนกของเขา แล้วก็มีไว้จำหน่ายในแผนกของเขาด้วยก็จะดีมากเลย” และ (4) ชุมชนคาดหวังให้สภามีกิจกรรมเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น การปลูกต้นไม้ โดยเฉพาะป่าโกงกางเพื่อป้องกันการกัดเซาะชายหาดของคลื่น การตัดแยกขยะ และนำกลับไปใช้ใหม่โดยเฉพาะภาชนะจำพวกพลาสติก การหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี โดยที่สำคัญทุกกิจกรรมควรต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิเคราะห์การศึกษาการรับรู้และความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธุรกิจสภาควรแสดงต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนต่างรายงานในข้างต้นนี้ จะนำไปสู่การหาข้อสรุปและนำเสนอต้นแบบสภาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งนำเสนอในบทต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลของการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

เนื้อหาบทนี้ครอบคลุม ผลสรุปของการวิจัยและการอภิปรายผล ดังนี้ (1) การรับรู้มาตรฐานสพานความรับผิดชอบทางสังคม(2) ความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสพานแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม(3) ตัวชี้วัดมาตรฐานสพานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ(4) ต้นแบบมาตรฐานสพานอย่างมีความรับผิดชอบต่อและ (5) ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดของงานวิจัย

5.1 การรับรู้มาตรฐานสพานแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

5.1.1 การรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยสรุปในภาพรวม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจสพานจากกรณีศึกษาของ โรงแรมอนันตรา รีสอร์ทแอนด์สพาน จังหวัดตรัง มีการรับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการจัดมาตรฐานสพานในปัจจุบัน ใน 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย และความรับผิดชอบต่อจริยธรรม ในขณะที่การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อเมตตธรรมที่จะมีความเชื่อมโยงกับมาตรฐานสพานนั้นยังไม่ปรากฏชัดเจน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า ในบริบทของธุรกิจสพาน ความรับผิดชอบต่อสังคมในการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้มี 4 ด้านตามการนิยามของ Carroll (1991) กล่าวคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่าความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจของธุรกิจสพาคือ ความรับผิดชอบต่อการสร้างความมั่นคงให้ธุรกิจ ผ่านกระบวนการวางแผนพัฒนาผู้ให้บริการ เพื่อการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ใช้บริการพร้อมกับการช่วยพัฒนาความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนโดยสะท้อนความรับผิดชอบต่อมาตรฐานสพานทั้ง 5 ด้านในส่วนความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความคิดเห็นว่า คือ การดำเนินธุรกิจสพานภายใต้กฎหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนด เพื่อการสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการ และความรับผิดชอบต่อจริยธรรม คือการดำเนินธุรกิจสพานภายใต้หลักจริยธรรม ความโปร่งใส ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รวมทั้งการดูแลความเป็นอยู่ของพนักงาน

อย่างไรก็ตามพบว่า ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่าธุรกิจสพานต้องให้ความสำคัญ ซึ่งผลการศึกษานี้ มีความสอดคล้องกับการวิจัยที่ผ่านมาจำนวนไม่น้อย ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมครอบคลุมประเด็นความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อมด้วย (จีรพัฒน์ศิริรักษ์และชไมพร ใจแปง, 2552; Matten & Moon, 2004; Sheldon & Park, 2010) ทั้งนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสพาน คือ การบริการสพานที่คำนึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับภายในและภายนอกองค์กร

5.1.2 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสพานแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

การนำเสนอผลสรุปและอภิปรายผลการศึกษารับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแยกตามมาตรฐานสพานในแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.2.1 มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ

ในส่วนมาตรฐานสปาด้านคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความเห็นในภาพรวมว่ามีความสำคัญ โดยสปาต้องให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการตรวจสอบการดำเนินงานทุกขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ การลดต้นทุนการผลิตและการบริการการตรวจสอบการดำเนินงานของสปาเพื่อลดปัญหาและข้อร้องเรียนจากลูกค้า และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของPoolthong (2009) ที่พบว่าสำหรับธุรกิจการบริการด้านการเงินการธนาคาร ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจและสอดคล้องกับวิวัฒน์ จันท์กิ่งทอง (2556) ที่ชี้ให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจท่องเที่ยวส่งผลทางอ้อมต่อการลดข้อร้องเรียนของนักท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะท้อนให้เห็นว่า ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการ ธุรกิจสปาควรปฏิบัติตามกฎหมายกฎระเบียบข้อบังคับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะในส่วนของ การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยส่วนนี้มีความสอดคล้องกับผล วิจัยของวิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) พบว่า ธุรกิจต้องผลิตสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้โดยไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค

ถัดมา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม ควรได้รับการพิจารณาเพื่อส่งเสริมมาตรฐานสปาด้านคุณภาพการบริการ โดยแสดงความเห็นว่า ธุรกิจสปาควรจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างถูกต้องตามขั้นตอน และนั่นหมายความว่าผู้ใช้บริการจะได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งธุรกิจสปาควรแสดงคุณธรรมในคุณภาพการบริการ โดยการแสดงรายละเอียดของโปรแกรมการบริการ ราคาและผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับอย่างชัดเจน โปร่งใส ไม่มีการโฆษณาเกินจริงและให้อิสระแก่ลูกค้าในการพิจารณาและตัดสินใจเลือกการบริการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดสอดคล้องกับผลวิจัยของวิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) เช่นกัน ที่พบว่ามี การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ถูกต้องและเพียงพอต่อลูกค้า

สุดท้าย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีความจำเป็นต่อการสร้างมาตรฐานสปาด้านคุณภาพการบริการ ถึงแม้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะไม่ได้แสดงความเห็นอย่างชัดเจนว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวข้องกันโดยตรงอย่างไร แต่ได้กล่าวในภาพรวมว่า การให้โอกาสพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม จะช่วยให้พนักงานมีความผ่อนคลายในการทำงาน ซึ่งส่วนนี้อาจจะส่งผลทางอ้อมต่อคุณภาพงานบริการ ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับ Merwe&Wocke (2006) ที่พบว่า ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ควรจะครอบคลุมตัวชี้วัดเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

5.1.2.2 มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

ในส่วนมาตรฐานสปาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถของพนักงานสปา โดยพนักงานควรมีความสามารถในการนวด การให้ข้อมูลพร้อมทั้งตอบข้อสงสัยแก่ผู้ใช้บริการ มีทักษะด้านภาษา รวมทั้งพนักงานต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่พนักงานเอง อีกทั้งสร้างความมั่นใจในการเข้ารับบริการของผู้ใช้สปา

ต่อมา มาตรฐานสปาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่า ธุรกิจสปาควรมอบสิทธิประโยชน์แก่พนักงานตามที่กฎหมายแรงงานได้กำหนด ผลการวิจัยส่วนนี้มีความสอดคล้องกับผล วิจัยของ Lee et al. (2012) ศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีมุมมองเกี่ยวกับองค์การในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการจ้างงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน รวมถึงธุรกิจสปาต้องไม่ลืมที่จะจัดอบรมความรู้กฎหมายแรงงานให้แก่พนักงาน ทำให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติเพื่อการกำกับดูแลแรงงานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม (2552) ที่ว่าด้วยเรื่องการทำงานและการคุ้มครองทางสังคมความปลอดภัยในการทำงานการพัฒนามนุษย์ และการอบรมในพื้นที่ปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ จณิน เอี่ยมสะอาด (2550) ศึกษาเรื่อง รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย พบว่า ธุรกิจควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดแนวปฏิบัติคือการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต การให้ความสำคัญกับการอบรม และมีนโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์

มาตรฐานสปาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อจริยธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะท้อนให้เห็นว่า พนักงานควรได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ นอกเหนือจากข้อกำหนดกฎหมาย เช่น เพิ่มวันหยุดเพิ่มเติม มีกองทุนและประกันชีวิต เปิดโอกาสฝึกอบรม และมีการเลื่อนขั้นที่เป็นธรรมแก่พนักงาน เหล่านี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อว่าจะสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่พนักงานได้มากขึ้น นอกจากนี้ มาตรฐานสปาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความเห็นว่าการให้พนักงานได้พัฒนาตนเองเกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้อื่นผ่านกิจกรรมเพื่อสังคมจะช่วยให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน

5.1.2.3 มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะท้อนให้เห็นว่า ในการส่งเสริมมาตรฐานสปาด้านนี้ ธุรกิจสปาควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทุกๆ 3 ปีสอดคล้องกับงานวิจัย วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความ จงรักภักดีของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัดมหาชน พบว่า ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า/บริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ อีกทั้งสปาควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากต่างและในประเทศ ซึ่งการใช้ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศที่ผลิตจากชุมชนท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่าเป็นการสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของสปาได้

ถัดมา มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้คำนึงถึงความปลอดภัยต่อร่างกาย ควรพิจารณา

เพื่อส่งเสริมเรื่องอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการต้องมีมาตรฐานรองรับ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการต้องได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สอดคล้องกับการดูแลผู้บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม (2552) ที่กล่าวว่า องค์กรต้องให้การปกป้องสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค

ในส่วนมาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความเห็นในภาพรวมว่า ควรได้รับการพิจารณาเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่มาจากธรรมชาติ ปลอดภัยจากสารพิษ รวมถึงสินค้าที่มีไว้จำหน่ายต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ มีการแสดงรายละเอียดไว้อย่างชัดเจน และธุรกิจต้องไม่มีการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เกินความเป็นจริง ความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านนี้ ได้มีส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยหลายคน ได้แก่ ชาญชัย อาจินสมาจาร (2552) ศึกษางานวิจัยจริยธรรมเชิงธุรกิจ พบว่า ธุรกิจที่มีจริยธรรมต้องไม่มีการโฆษณาที่บิดเบือน รวมทั้ง วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัดมหาชน พบว่า การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภคมีผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ไม่โฆษณาเกินจริงฉลากสินค้าควรมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ บอกวิธีการใช้สินค้าอย่างปลอดภัย

สุดท้าย มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้สปามีกิจกรรมร่วมกับชุมชนในการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Poolthong (2009) ศึกษาธุรกิจธนาคารในประเทศไทย ได้ศึกษาตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคม ด้านการสนับสนุนของชุมชน โดยให้ธุรกิจมีการช่วยเหลือต่อชุมชน

5.1.2.4 มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

เริ่มจาก มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่าสปามีการวางแผนดำเนินงานภายในองค์กรด้วยการกำหนดกลยุทธ์ด้านการบริการสปา ด้านความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่ชัดเจน และสปาส่งเสริมการวางแผนลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2012) ศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีมุมมองเกี่ยวกับองค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าในการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ ต้องให้องค์กรมีความมุ่งมั่นจะลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานนอกจากนั้น กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่า สปาช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ให้ชุมชนมีอาชีพและรายได้ รวมถึงมีการให้ความรู้แก่คนในชุมชนเกี่ยวกับการบริการสปา

มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะท้อนให้เห็นว่า สปาได้มีการบริหารงานบุคคลให้เป็นไปตามกรอบกฎหมายกำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2012) ศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีมุมมองเกี่ยวกับองค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าในการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย โดยให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการจ้างงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน รวมทั้งสปาได้ปฏิบัติตามกฎหมายของชุมชน ไม่สร้างผลกระทบในทางลบให้ชุมชน

ได้รับความเดือดร้อน อีกทั้งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่า สป่าได้มีการดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบของท้องถิ่น และพื้นที่ราชการ

ต่อมา มาตรฐานสป่าด้านการบริหารจัดการองค์กร ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นว่า สป่ามีการบริหารดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส โดยการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีเพื่อเผยแพร่แก่สังคมภายนอก อีกทั้งสป่ามีการบริหารบุคคลด้วยความเป็นธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sheldon & Park (2010) ที่สำรวจความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมควรดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และมีจรรยาบรรณสุดท้าย มาตรฐานสป่าด้านการบริหารและการจัดการองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรม มองว่า สป่าควรมีการวางแผนกิจกรรมด้านเมตตาธรรม ให้พนักงานและผู้ใช้บริการสามารถเข้าร่วมได้ เช่นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

5.1.2.5 มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

มาตรฐานสป่าด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นว่า สป่ามีการดำเนินการคัดแยกขยะ เช่น เศษใบไม้ เศษอาหาร เป็นต้น รวมทั้งสป่ามีการจัดการสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐานองค์กรระหว่างประเทศ เช่น ISO 14000 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Turker (2009) ศึกษาเรื่อง การวัดความรับผิดชอบต่อสังคมในบริษัทต่างๆ พบว่า บริษัทควรมีการลงทุนที่ดี วางแผนที่จะหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าการแบ่งระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของ Turker (2009) นั้นมีความแตกต่างจากการแบ่งระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของ Carroll ตรงที่มีด้านสิ่งแวดล้อมมีการแยกเป็นระดับการวัดความรับผิดชอบต่อไว้อย่างชัดเจน

ถัดมา มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่า สป่าได้ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อส่งเสริมความงาม

ต่อมา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่า สป่ามีการส่งเสริมมาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม ด้วยการจัดที่ให้บริการไม่ขัดต่อจริยธรรมและศาสนา มีความสะอาดและปลอดภัย พร้อมทั้งการดูแลสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของมินทร์ฐิตา จิราธรรมวัฒน์(2553) ศึกษาเรื่องการรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ประชาชนมีการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ทำให้กลุ่มคนส่วนใหญ่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท รวมถึง ปจิตราภรณ์ หวังเจริญสุข (2524) ศึกษาเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทแอ็ดวานซ์อะโกร จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในความคิดเห็นของชุมชนอยู่ในระดับดี นอกจากนี้สป่าต้องห้ามค้าประเวณีในสถานประกอบการ

และมาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรม กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เห็นว่า สป่ามีการจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ

งานวิจัยของจณิน เอี่ยมสะอาด (2550) พบว่า องค์กรควรมีส่วนช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม โดยสามารถให้ความช่วยเหลือผ่านการทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ใดๆที่จะช่วยพัฒนาชุมชนและนำไปสู่ความแข็งแรงของชุมชนนั้นๆ

5.2 ความคาดหวังเกี่ยวกับมาตรฐานสปาบนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยสรุป ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของความรับผิดชอบต่อสังคมกับการส่งเสริมมาตรฐานสปาของผู้ประกอบการสปาในภาพรวมแบบไม่มีการแบ่งตามมาตรฐานสปาตั้งมีรายละเอียดต่อไปนี้

สำหรับความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อสังคมทางกฎหมายโดยสรุปว่า ธุรกิจสปาต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ แต่ได้แสดงความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรมไว้ค่อนข้างชัดเจนกว่า กล่าวคือ มีการดูแลพนักงานผู้ให้บริการนอกเหนือจากการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ การให้ที่พัก การให้เวลาพักผ่อนที่เพียงพอ การจ่ายค่าตอบแทนล่วงเวลา การแสดงข้อมูลของพนักงานให้บริการอย่างชัดเจนเพื่อป้องกันการค้าประเวณี การอบรมพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Turker (2009) ที่พบว่า บริษัทควรมีความหลากหลายของประโยชน์ทางอ้อมในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงานในขณะเดียวกันมีความคาดหวังที่ปรากฏชัดเจนคือ จริยธรรมในการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เช่นที่ ปิยรัตน์ ไผขาว (2553) ชี้ว่า การให้บริการลูกค้าของโรงแรมควรต้องมีมาตรฐานเดียวกันไม่คำนึงถึงเชื้อชาติและชนชั้น พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ เต็มใจและจริงใจสอดคล้องกับงานวิจัย Swaen (2002) สปาควรมีจริยธรรมต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการสปา ที่ปลอดภัยไร้สารพิษ

ประการสุดท้าย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้คาดหวังว่าธุรกิจสปา จะทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีส่วนส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วอาจมองได้ว่าเป็นการแสดงออกซึ่งความมีเมตตาธรรมขององค์กร ตัวอย่างเช่น มีความคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน มีการทำกิจกรรมการบริจาคเงินให้ชุมชนและการกุศล และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมทั้งภายในองค์กร เช่น การบำบัดน้ำเสีย การคัดแยกขยะ การใช้สมุนไพรในงานสปา และภายนอกองค์กร เช่นการร่วมกิจกรรมการปลูกป่า เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมเหล่านี้มีความสำคัญ และเป็นความรับผิดชอบต่อที่ได้รับการสะท้อนจากงานวิจัยที่ผ่านมา (Poolthong, 2009; ธันยมัย เจียรสกุล, 2555)

5.3 ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการสรุปผลการศึกษาคำแนะนำและความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและมาตรฐานสปา ตามที่ได้นำเสนอในหัวข้อ 5.1 และ 5.2 นำไปสู่การพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งครอบคลุมความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยปรากฏอยู่ในมาตรฐานสปาทั้ง 5 ด้าน ดังเสนอไว้ในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1. สปามีวิธีการเพิ่มผลกำไรด้วยการสร้างความน่าพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ
2. สปาประเมินมาตรฐานผู้ให้บริการ จากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเครื่องมือ “แบบสอบถาม” และมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ
3. พนักงานถูกตรวจสอบการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาความสามารถในการทำงานของพนักงาน
4. พนักงานมีจิตใจรักบริการ
5. แก้ไขและติดตามปัญหา/ข้อร้องเรียนจากลูกค้า
6. สปาใช้ทรัพยากรที่ถูกกำหนดเป็นงบประมาณภายในแผนกในแต่ละปีอย่างประหยัด
7. *สปาส่งเสริมการจัดโปรโมชั่น หรือแพคเกจสปาในราคาประหยัด*

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย

1. สปามีใบอนุญาตการดำเนินธุรกิจจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตั้ง กระทรวงสาธารณสุข และสปาถูกตรวจมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ
2. สปานำเสนอความรู้เรื่องกฎหมายสปาที่จำเป็น เมื่อลูกค้าเข้ารับบริการ
3. สปาส่งเสริมให้ราคาและบริการที่ได้รับมีความสอดคล้องกัน
4. *สปาปฏิบัติตามกฎระเบียบในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ*

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม

1. สปามีการจัดทำ Standard operating procedure (SOP) เพื่อบอกรายละเอียดการทำงาน ของพนักงานให้มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน
2. สปากการแสดงรายละเอียดต่างๆโปรแกรมสปาในการให้บริการ เช่น ประโยชน์ของสปาแต่ละ โปรแกรม ราคาค่าบริการอย่างชัดเจน
3. สปาให้อิสระในการตัดสินใจเลือกรับบริการสปาแก่ผู้ใช้บริการ
4. ซื่อสัตย์ต่อผู้ใช้บริการ
5. *สปาสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ในเรื่องค่าตอบแทน และสวัสดิการที่ได้รับ*

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม

1. ส่งเสริมการเป็นแหล่งเรียนรู้การฝึกงานให้นักศึกษาปริญญาตรี เพื่อเป็นฐานในการได้แรงงาน ที่มีคุณภาพ
2. *ให้โอกาสพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อการผ่อนคลาย*

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1. พนักงานมีความรู้รายละเอียดในการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
2. พนักงานมีทักษะทางภาษา
3. พนักงานมีทักษะการนวด และให้บริการตามขั้นตอนการนวดอย่างถูกต้อง
4. *พนักงานความสามารถในการตอบข้อสงสัยของลูกค้าและการให้คำแนะนำเพิ่มเติม*

ตารางที่ 5.1 ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ(ต่อ)

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

5. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย

1. สปามีการจ่ายค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์ต่างๆตามกฎหมายให้แก่พนักงานด้วยความเท่าเทียม
2. มีการอบรมความรู้กฎหมายแรงงานให้พนักงาน
3. ติดประกาศแสดงใบอนุญาตการประกอบวิชาชีพ และรายละเอียดของพนักงานสปา ให้เป็นที่เห็นเด่นชัด เช่น ภาพถ่าย ชื่อ-สกุล ใบรับรองการตรวจจากสถาบันการตรวจ เป็นต้น

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม

1. สปากำหนดสวัสดิการที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของพนักงานเช่น เพิ่มวันหยุด กองทุนช่วยเหลือ ประกันชีวิต
2. สปาเลื่อนขั้นพนักงานด้วยความเป็นธรรม
3. สปามีการจัดฝึกอบรมให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ
4. หัวหน้าและเพื่อนร่วมงานให้ความเคารพแก่พนักงานสปา
5. เพิ่มสวัสดิการในรูปแบบตัวเงิน กรณีที่มีการทำงานล่วงเวลา (Over time)
6. จัดแบ่งพนักงานชาย-หญิง เพื่อความเหมาะสมและความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ
7. พนักงานไม่เลือกให้บริการลูกค้า
8. พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ เต็มใจและจริงใจ
9. พนักงานให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างละเอียด
10. พนักงานสามารถสื่อสารได้มากกว่า 1 ภาษา
11. พนักงานไม่นำเสนอธุรกิจส่วนตัวเสนอขายแก่ลูกค้า และไม่แอบอ้างชื่อเสียงของสปาไปใช้เพื่อผลประโยชน์

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม

1. สปาส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการช่วยเหลือคนอื่นผ่านกิจกรรมสังคม
2. สปาส่งเสริมให้พนักงานมีการเรียนรู้ ทั้งเรื่องงานและการดำเนินชีวิต
3. สปาส่งเสริมให้พนักงานประชาสัมพันธ์รายละเอียดข้อมูลของธุรกิจชุมชน
4. สปาสับสนุนให้ผู้ให้บริการเข้าเที่ยวชม และอุดหนุนธุรกิจของชุมชน

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1. สปามีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
2. ใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพจากต่างประเทศ และในประเทศ
3. สร้างเอกลักษณ์ของสปา โดยใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น
4. ส่งเสริมให้สปามีการปลูกพืชสมุนไพร

ตารางที่ 5.1 ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (ต่อ)

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย

1. อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการมีมาตรฐานรองรับ
2. ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
3. ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ของสปา มีความสะอาด โดยสังเกตได้จากวิธีการดูแล การเก็บรักษา และการจัดวางที่ถูกต้อง

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม

1. สปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี
2. สปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ เน้นพืชสมุนไพร
3. ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้จำหน่ายและให้บริการ มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ
4. ไม่โฆษณาเกินจริง
5. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดชัดเจน
6. สปามีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย ให้เหมาะแก่ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม

1. สปาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนในการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1. มีการกำหนดกลยุทธ์การบริการทั้งระยะสั้นและระยะยาว
2. มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่ชัดเจน
3. สปาคำนึงถึงการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการลดใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ
4. สปาสับสนุนให้ชุมชนมีการสร้างรายได้ และอาชีพ
5. สปานำข้อมูลส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สปาเผยแพร่ให้ความรู้แก่ชุมชน

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย

1. การบริหารงานบุคคลเป็นไปตามกรอบของกฎหมาย เช่นการมีวันหยุดเพียงพอ การมีวันลาประกันสังคม ค่าแรงขั้นต่ำ
2. ดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบของท้องถิ่น และพื้นที่ราชการ

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม

1. บริหารงานซื่อสัตย์ โปร่งใส
2. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปี
3. การบริหารงานบุคคลมีความเป็นธรรม

ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม

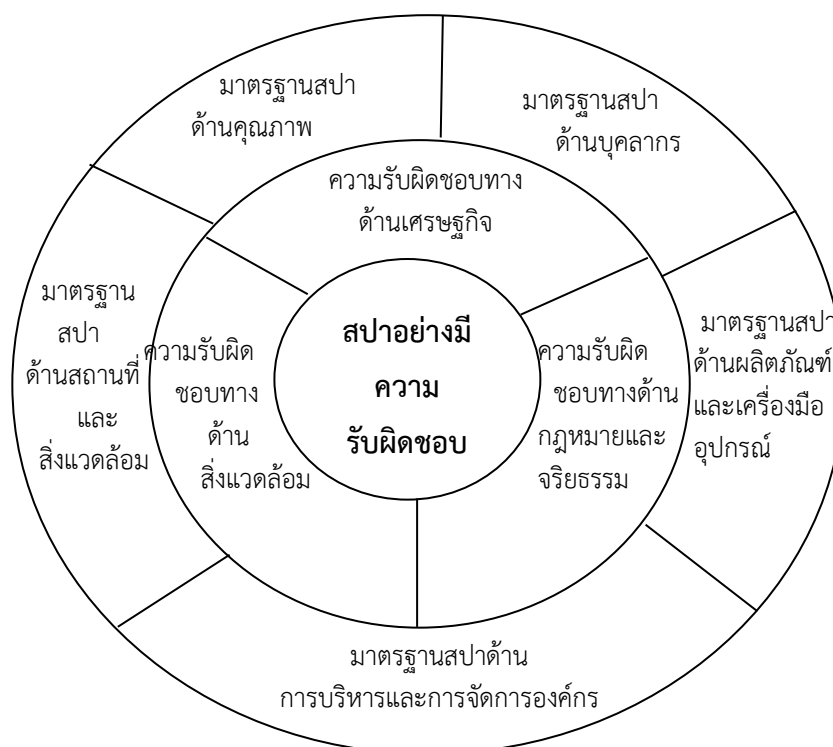
1. สปาส่งเสริมกิจกรรมด้านเมตตาธรรมให้พนักงานมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมทุกครั้งหากมีโอกาส

ตารางที่ 5.1 ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ(ต่อ)

มาตรฐานสปาด้านการบริหารและการจัดการองค์กร
<p>ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สปาส่งเสริมให้ชุมชนมีความรู้ ทักษะด้านการนวด และการใช้ภาษาอังกฤษ 2. สปาส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการการเงิน และสิ่งของเพื่อการกุศล 3. สปาส่งเสริมให้มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายนอกสปา 4. สปาส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมทำนุบำรุงศาสนา
มาตรฐานสปาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม
<p>ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเศรษฐกิจ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สปามีการลงทุนและวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม 2. การตัดแยกขยะเช่นเศษไม้ ใบไม้ นำไปทำปุ๋ยหรือเศษอาหาร 3. การจัดการสิ่งแวดล้อมสปา ตามมาตรฐาน องค์กรระหว่างประเทศ เช่น ISO <p>ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านกฎหมาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สปามีความรู้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ 2. สปาส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม 3. สปาส่งเสริมให้ผู้ให้บริการมีความรู้พื้นฐานเรื่องกฎหมายที่ใช้บังคับด้านสิ่งแวดล้อม 4. สปาปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับของชุมชนเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน 5. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม <p>ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านจริยธรรม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สปาปลูกจิตสำนึกแก่พนักงาน โดยให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมทั้งภายในและนอกองค์กร 2. สปามีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการ Reuse Recycle และReduce ทรัพยากรที่ใช้ดำเนินธุรกิจสปา 3. การจัดสถานที่ให้บริการไม่ขัดต่อจริยธรรม และศาสนา 4. ความสะอาด ปลอดภัยของสถานที่ 5. การดูแลสิ่งแวดล้อม 6. ห้ามค้าประเวณีในสถานประกอบการ <p>ตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อทางสังคมด้านเมตตาธรรม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สปาจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม 2. สปาส่งเสริมให้มีระบบการดูแล และการจัดการทรัพยากรภายในสปา

5.4 ต้นแบบมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ

จากผลการศึกษารับรู้และความคาดหวังในมาตรฐานสปาบนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม งานวิจัยนี้นำเสนอ “ต้นแบบมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ (The Responsible Spa Standards Model)” ดังปรากฏในภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 ต้นแบบมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ
(The Responsible Spa Standards Model)

“มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Spa Standards) หมายถึง การดำเนินธุรกิจสปาอย่างมีความรับผิดชอบใน 3 ด้าน คือ (1) การเติบโตขององค์กรและความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน (2) การดำเนินภายใต้กฎหมายและจริยธรรม และ (3) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยความรับผิดชอบต่อเหล่านี้เป็นฐานในการกำหนดตัวชี้วัดของมาตรฐานสปาทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานด้านคุณภาพบริการ มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ มาตรฐานด้านการบริหารจัดการ และมาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม”

ซึ่งมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม นิยามความหมายแต่ละด้านดังต่อไปนี้ (1) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านคุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการสปาที่คำนึงถึงคุณภาพการบริการ อันจะนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (2) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านบุคลากร หมายถึง การดำเนินธุรกิจสปาโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงาน รวมทั้งการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพนักงาน (3) มาตรฐานสปาอย่างมี

ความรับผิดชอบต่อด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ หมายถึง การให้บริการสปา โดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ ปลอดภัยจากสารอันตราย รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือได้มาตรฐานมีความปลอดภัย และส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (4) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านการบริหารและการจัดการองค์กร หมายถึง การบริหารงานธุรกิจสปาบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม และการรักษา มาตรฐานและ (5) มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม หมายถึง การดำเนินงานธุรกิจสปา บนพื้นฐานของรักษาสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 5.2 นำเสนอ การเปรียบเทียบตัวชี้วัดตามมาตรฐานเดิมซึ่ง กำหนดโดย สำนักงานสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข กับตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาขึ้นเป็นผลจากการวิจัยนี้

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ

<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)</p>	<p style="text-align: center;">ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ</p>
<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ</p> <p>1. การใช้โปรแกรมการให้บริการ ประกอบด้วย การใช้น้ำ การนวดหรือสัมผัส การใช้ความร้อน และการใช้ความเย็น</p> <p>2. การให้บริการดูแลผิวพรรณ การให้บริการเพื่อสุขภาพ</p> <p>3. กระบวนการการให้บริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีรายการบริการ ที่มีรายละเอียด เวลา ราคาที่ให้บริการชัดเจน ● มีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ● มีคู่มือแสดงขั้นตอนของการบริการชัดเจน ● มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้ผู้ใช้บริการ ● มีการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ และนำผลมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ● มีระบบการนัดหมายและยกเลิกผู้รับบริการ ● มีสินค้าทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์สปาของใช้และของที่ระลึกไว้บริการจำหน่ายให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ● มีบริการด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูล 	<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านคุณภาพการบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สปามีวิธีการเพิ่มผลกำไรด้วยการสร้างความน่าพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ ● สปาประเมินมาตรฐานผู้ให้บริการ จากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเครื่องมือ “แบบสอบถาม” และมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ● พนักงานถูกตรวจสอบการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาความสามารถในการทำงานของพนักงาน ● พนักงานมีจิตใจรักบริการ ● แก้ไขและติดตามปัญหา/ข้อร้องเรียนจากลูกค้า ● สปาใช้ทรัพยากรที่ถูกต้องกำหนดเป็นงบประมาณภายในแผนกในแต่ละปีอย่างประหยัด ● สปามีใบอนุญาตการดำเนินธุรกิจจากสำนักงานสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข และสปาถูกตรวจมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ ● สปานำเสนอความรู้เรื่องกฎหมายสปาที่จำเป็น เมื่อลูกค้าเข้ารับบริการ ● ชื่อสัตย์ต่อผู้ให้บริการ ● สปาปฏิบัติตามกฎระเบียบในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ ● สปามีการจัดทำ Standard operating procedure (SOP) เพื่อบอกรายละเอียดการทำงานของพนักงาน ให้มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ● สปาสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ในเรื่องค่าตอบแทน และสวัสดิการที่ได้รับ

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ(ต่อ)

มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)	ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ
<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีการประเมินมาตรฐานผู้ให้บริการหลังการบริการ ● มีระบบการนัดหมายลูกค้าการยกเลิกการนัดหมายและการชำระค่าบริการ 	<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านคุณภาพการบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สปาการแสดงรายละเอียดต่างๆโปรแกรมสปาในการให้บริการ เช่น ประโยชน์ของสปาแต่ละโปรแกรม ราคาค่าบริการอย่างชัดเจน ● สปาให้อิสระในการตัดสินใจรับบริการสปาแก่ผู้ใช้บริการ ● ส่งเสริมการเป็นแหล่งเรียนรู้การฝึกงานให้นักศึกษาปริญญาตรี เพื่อเป็นฐานในการได้แรงงานที่มีคุณภาพ ● <i>สปาส่งเสริมให้ให้ราคาและบริการมีความสอดคล้องกัน</i> ● ให้ออกาสพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อการผ่อนคลาย ● <i>สปาส่งเสริมการจัดโปรโมชั่น หรือแพคเกจสปาในราคาประหยัด</i> ● <i>สปาส่งเสริมให้ราคาและบริการที่ได้รับมีความสอดคล้องกัน</i>
<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาด้านบุคลากร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดำเนินธุรกิจสปา 2. พนักงานต้อนรับ 3. ผู้ให้บริการในสถานประกอบการ <ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ให้บริการผ่านการอบรมความรู้เฉพาะด้านของการบริการในแต่ละประเภทให้บริการมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานผู้ 	<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านบุคลากร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สปาวางกลยุทธ์ทั้งระยะสั้น และระยะยาว เพื่อวางแผนจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดทั้งปี ● สปามีนโยบายจ้างงานคนในภูมิลำเนาท้องถิ่น ● สปามีนโยบายจ้างงานด้วยความเป็นธรรม ● สปาเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้าทำงานในสปาและแผนกอื่นๆขององค์กร

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ(ต่อ)

มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)	ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ
<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาด้านบุคลากร</p>	<p style="text-align: center;">มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านบุคลากร</p>
<p>ให้บริการของกระทรวงสาธารณสุข</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สามารถสื่อสารภาษาไทย และภาษาต่างประเทศได้ ● เป็นผู้รับผิดชอบการบริการลูกค้าในการทำทรีทเมนต์ และให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ ● เป็นผู้ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม สนใจต่อผู้รับบริการ ● มีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อสาธารณะทั้งภายในและภายนอกองค์กร ● ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกสถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> ● สปามีการจ่ายค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์ต่างๆตามกฎหมายให้แก่พนักงานด้วยความเท่าเทียม ● สปากำหนดสวัสดิการที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของพนักงาน ● สปามีการจัดฝึกอบรมให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ● หัวหน้าและเพื่อนร่วมงานให้ความเคารพแก่พนักงานสปา ● พนักงานไม่นำเสนอธุรกิจส่วนตัวเสนอขายแก่ลูกค้า และไม่แอบอ้างชื่อเสียงของสปาไปใช้เพื่อผลประโยชน์ ● สปาส่งเสริมให้พนักงานมีการเรียนรู้ ทั้งเรื่องงานและการดำเนินชีวิต ● สปาส่งเสริมให้พนักงานประชาสัมพันธ์รายละเอียดข้อมูลของธุรกิจชุมชน ● สปาสับสนุนให้ผู้ให้บริการเข้าเที่ยวชม และอุดหนุนธุรกิจของชุมชน ● ติดประกาศแสดงใบอนุญาตการประกอบวิชาชีพ และรายละเอียดของพนักงานสปา ให้เป็นที่เห็นเด่นชัด เช่น ภาพถ่าย ชื่อ-สกุล ใบรับรองการนวดจากสถาบันการนวด เป็นต้น ● เพิ่มสวัสดิการในรูปแบบตัวเงิน กรณีที่มีการทำงานล่วงเวลา (Over time) ● จัดแบ่งพนักงานชาย-หญิง เพื่อความเหมาะสมและความสะดวกในการให้บริการ

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ(ต่อ)

มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)	ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ
<p>มาตรฐานสปาด้านบุคลากร</p>	<p>มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านบุคลากร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● พนักงานไม่เลือกให้บริการลูกค้า ● พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ เต็มใจและจริงใจ ● พนักงานให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างละเอียดพนักงานสามารถสื่อสารได้มากกว่า 1 ภาษา
<p>มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายมีฉลากรายละเอียดถูกต้อง การโฆษณาและส่งเสริมการขายที่เหมาะสม ● ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีคุณภาพมาตรฐาน ● ผลิตภัณฑ์ที่สถานประกอบการเป็นผู้ผลิตต้องมีกระบวนการควบคุมคุณภาพ ● ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีคุณภาพปลอดภัย ● มีระบบเฝ้าระวังกำกับอายุของผลิตภัณฑ์ และมีระบบควบคุมปริมาณสำรอง ● ผลิตภัณฑ์ต้องบรรจุในภาชนะที่ถูกต้องเหมาะสม มีการจัดเก็บอย่างถูกต้อง 	<p>มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สปามีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ● ใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพจากต่างประเทศ และในประเทศ ● สร้างเอกลักษณ์ของสปา โดยใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น ● อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการมีมาตรฐานรองรับ ● ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ● ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ของสปา มีความสะอาด โดยสังเกตได้จากวิธีการดูแล การเก็บรักษา และการจัดวางที่ถูกต้อง ● สปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย พิษ หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี ● ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดชัดเจน

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ(ต่อ)

มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)	ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ
<p>มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ควรมีมาตรฐานความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ และมีคู่มือการใช้งาน ● มีระบบดูแลรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้องสม่ำเสมอ ● มีระบบการดูแลวัสดุภัณฑ์ 	<p>มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ไม่โฆษณาเกินจริง ● ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้จำหน่ายและให้บริการ มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ ● สปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ เน้นพืชสมุนไพร ● สปามีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย ให้เหมาะแก่ความต้องการของผู้ใช้บริการ ● สปาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนในการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
<p>มาตรฐานการบริหารและการจัดการองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีแผนผังองค์กรที่เหมาะสมและมีการจัดแบ่งภาระหน่งงาน (Job descriptions) ที่ชัดเจนตามตำแหน่งงาน ● มีสายงานการบังคับบัญชาชัดเจนและส่งเสริมให้ประสิทธิผลแลประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ● มีระบบการว่าจ้างและผลตอบแทนชัดเจน โปร่งใส ● มีระบบการพัฒนาบุคลากรที่ทันสมัย มีระบบประเมินผลปฏิบัติงานสม่ำเสมอ 	<p>มาตรฐานการบริหารและการจัดการองค์กรอย่างมีความรับผิดชอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีการกำหนดกลยุทธ์การบริการทั้งระยะสั้นและระยะยาว ● มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน ● สปาคำนึงถึงการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการลดใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ ● สปาสับสนุนให้ชุมชนมีการสร้างรายได้ และอาชีพ ● สปานำข้อมูลส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สปาเผยแพร่ให้ความรู้แก่ชุมชน ● ดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบของท้องถิ่น และพื้นที่ราชการ

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ(ต่อ)

มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)	ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ
<p>มาตรฐานการบริหารและการจัดการองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (Manual of Operation) เพื่อรักษามาตรฐานการบริการและการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ● มีระบบการจัดทำงบประมาณรายปีและมาตรการติดตามประเมินผลการประกอบการที่ได้มาตรฐานสากลและมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน (marketing plan) ปฏิบัติได้จริง ● มีระบบควบคุมวัสดุใช้งาน ทรัพย์สิน สินค้าขององค์กร และกำหนดมาตรฐานของวัสดุสิ้นเปลืองที่ชัดเจน ● การดำเนินธุรกิจขององค์กรโปร่งใส มีจริยธรรมจรรยาบรรณธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม 	<p>มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านการบริหารและการจัดการองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารงานบุคคลเป็นไปตามกรอบของกฎหมาย เช่นการมีวันหยุดเพียงพอ การมีวันลา ประกันสังคม ค่าแรงขั้นต่ำ ● บริหารงานซื่อสัตย์ โปร่งใส ● จัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปี ● การบริหารงานบุคคลมีความเป็นธรรม ● สปาส่งเสริมกิจกรรมด้านเมตตาธรรมให้พนักงานมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมทุกครั้งหากมีโอกาส ● <i>สปาส่งเสริมให้ชุมชนมีความรู้ ทักษะด้านดารนวด และการใช้ภาษาอังกฤษ</i> ● <i>สปาส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้เงิน และสิ่งของเพื่อการกุศล</i> ● <i>สปาส่งเสริมให้มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายนอกสปา</i> ● <i>สปาส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมทำนุบำรุงศาสนา</i>

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (ต่อ)

<p>มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)</p>	<p>ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ</p>
<p>มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม</p> <p>1. สถานที่และสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การตกแต่งสถานที่ต้องมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยและความเป็นธรรมชาติ ● บริเวณต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจนไม่รบกวนผู้รับบริการ ● สภาพแวดล้อมที่ดีไม่แออัดและปราศจากมลภาวะต่างๆ ● การเข้าถึงจุดต่างๆของการให้บริการอย่างสะดวก ● มีแผนผังแสดงจุดต่างๆของสถานประกอบการแสดงไว้อย่างชัดเจน ● สถานที่มีความสะอาดและมีระบบดูแลรักษาที่ดีอย่างสม่ำเสมอ ● การจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสมเพียงพอตามบริเวณจุดที่ให้บริการ 	<p>มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สปามีการลงทุนและวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม ● การคัดแยกขยะเช่นเศษไม้ ใบไม้ นำไปทำปุ๋ยหรือเศษอาหาร ● การจัดการสิ่งแวดล้อมสปา ตามมาตรฐาน องค์การระหว่างประเทศ เช่น ISO ● สปามีความรู้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ● สปาส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ● สปาส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีความรู้พื้นฐานเรื่องกฎหมายที่ใช้บังคับด้านสิ่งแวดล้อม ● สปาปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับของชุมชนเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ● ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม ● สปาปลูกจิตสำนึกแก่พนักงาน โดยให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและนอกองค์กร ● สปามีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการ Reuse Recycle และ Reduce ทรัพยากรที่ใช้ดำเนินธุรกิจสปา

ตารางที่ 5.2 การเปรียบเทียบตัวชี้วัดมาตรฐานสปาปัจจุบันและตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ(ต่อ)

มาตรฐานสปาแบบเดิม (กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข)	ตัวชี้วัดมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ (ต่อ)
มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	มาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม
<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดบรรยากาศด้วยกลิ่นที่เหมาะสม ● ดนตรีหรือเพลงที่ใช้เหมาะสมฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลายตามลักษณะของจุดที่ให้บริการ ● มีความปลอดภัยและมีระบบแจ้งเตือน <p>2. สิ่งอำนวยความสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีที่จัดเก็บทรัพย์สิน ของใช้ส่วนตัว ● มีบริเวณให้คำปรึกษา ทำสมาธิ พักผ่อน และบริการอาหาร ● การดูแลเอาใจใส่สิ่งแวดล้อม ● มีนโยบายหรือกำหนดด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดสถานที่ให้บริการไม่ขัดต่อจริยธรรม และศาสนา ● ความสะอาด ปลอดภัยของสถานที่ ● การดูแลสิ่งแวดล้อม ● ห้ามค้าประเวณีในสถานประกอบการ ● สปาจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ● สปาส่งเสริมให้มีระบบการดูแล และการจัดการทรัพยากรภายในสปา

หมายเหตุ* ตัวอักษรเอียง หมายถึง ความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธุรกิจสปา

ผู้วิจัยนำเสนอตาราง “ต้นแบบมาตรฐานสปาบนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม” จากตารางข้างต้น ผู้วิจัยได้แบ่งตารางออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกของตาราง นำเสนอมาตรฐานที่ถูกกำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข และตารางส่วนที่ 2 นำเสนอมาตรฐานตัวชี้วัดใหม่ที่ถูกเพิ่มเติมโดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ผู้วิจัย ยังพบว่ายังมีบางมาตรฐานที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เห็นตรงกับมาตรฐานเดิมที่มีอยู่ อันแยกเป็นมาตรฐานสปาด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

มาตรฐานสปาด้านคุณภาพบริการ พบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นตรงกับมาตรฐานเดิม จากประเด็นดังนี้(1) สปาประเมินมาตรฐานผู้ให้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเครื่องมือ“แบบสอบถาม”และมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ(2) แสดงเมนูทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และเมนูต้องแสดงรายละเอียด ประกอบด้วย ระยะเวลาที่ใช้ให้บริการราคาค่าบริการ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับบริการ (3) มีความหลากหลายของโปรแกรมสปาที่ใช้ในการให้บริการ(4) มีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละเมนูบริการมีเอกสารแสดงขั้นตอนของการบริการในแต่ละเมนูชัดเจน (Treatment Manual) (5) สปามีการจัดทำ “Job Descriptions” แก่พนักงาน (6) มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าระหว่างการรับบริการและ มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

มาตรฐานสปาด้านบุคลากร พบว่า เกิดจากความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ใช้บริการที่ให้พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดีและพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1 ภาษาและเป็นผู้มีการให้บริการลูกค้าที่สุภาพอ่อนน้อม สนใจและเอาใจใส่ โดยพนักงานไม่เลือกให้บริการลูกค้า และให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ เต็มใจและจริงใจ

มาตรฐานสปาด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ-อุปกรณ์ พบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เห็นตรงกับมาตรฐานเดิมที่ถูกกำหนดไว้โดยกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องได้มาตรฐานตามเกณฑ์การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) หรือกฎหมายกำหนดหรือระบุแหล่งผลิตที่ชัดเจนสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและนำเข้าจากต่างประเทศ และจะต้องมีหนังสือรับรองผู้ผลิต(Certificate of Manufacturer) หรือหนังสือรับรองการขาย(Certificate of Free Sale) (2) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องไม่มีการโฆษณาคุณภาพเป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริงอันอาจทำให้หลงเชื่อหรือสำคัญผิดในคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังกล่าว (3) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีฉลากที่มีรายละเอียดถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด (4) มีการดูแลรักษาความสะอาดในส่วนของเครื่องมืออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องสม่ำเสมอตามมาตรฐาน และให้อยู่ในสภาพปลอดภัยพร้อมใช้งานมีผู้มีความรู้ดูแลและให้ข้อมูลที่ทีมงานในการเก็บและนำไปใช้ มาตรฐานสปาด้านการบริการและการจัดการองค์การผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แสดงความคิดเห็นที่ตรงกับมาตรฐานสปาแบบเดิมที่กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข มีประเด็นดังต่อไปนี้(1) สปามีระบบการว่าจ้างและผลตอบแทนชัดเจนโปร่งใสถูกต้องตามกฎหมายแรงงานไทย และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า การจ้างงานและผลตอบแทนที่ได้รับต้องตั้งอยู่บนความเท่าเทียมให้พนักงานทุกคน(2) สปามีระบบการพัฒนาบุคลากร (Human Resource Development Plans) ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจโดยส่งเสริมให้ความรู้ อบรมเพื่อเพิ่มทักษะการทำงานและ (3) สปามีระบบควบคุมวัสดุใช้งานทรัพย์สินสินค้าขององค์กร(Inventory control system) และมีการกำหนดมาตรฐานของวัสดุสิ้นเปลืองที่ชัดเจน(Perishable goods) เพื่อ

ควบคุมการจัดซื้อทดแทนและประเมินค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสภาต้องคำนึงถึงการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะลดการใช้ทรัพยากร มาตรฐานสภาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการรับรู้และคาดหวังต่อมาตรฐานสภาด้านนี้ ซึ่งเป็นมาตรฐานเดิมที่ถูกกำหนดขึ้นจากกระทรวงสาธารณสุข ที่มีการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมโดยสภามีการลงทุนและวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อมรวมทั้งมีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและมีการจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ และมีการลดปริมาณของเสียและคัดแยกขยะมูลฝอย

5.5 ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดของงานวิจัย

5.5.1 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

1. แนวทางมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ สามารถนำเสนอต่อหน่วยงานสาธารณสุขที่เป็นผู้รับผิดชอบการตรวจสอบมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อวางนโยบายให้มาตรฐานสปา มีความรับผิดชอบต่อสังคม และครอบคลุมกับทุกๆมาตรฐาน

2. แนวทางมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบ สามารถนำเสนอต่อธุรกิจสปา เพื่อให้ผู้บริหารธุรกิจสปา มีนโยบายในการดำเนินงาน และมีการวางแผนให้สปา มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง

5.5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในอนาคตควรมีการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ ไปศึกษาในเชิงปริมาณเพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็น

2. ควรนำการกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ไปตรวจสอบความน่าเชื่อถือเชิงปริมาณเช่น การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator: KPI) และกำหนดจำนวนการวัดให้ชัดเจน เป็นต้น

3. ควรมีการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจสปารูปแบบอื่นๆด้วย เช่น Day Spa และ สปาที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และสามารถใช้กรณีศึกษาได้มากกว่า 1 กรณี เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

4. ควรเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการต่างชาติ ที่หลากหลายกว่านักท่องเที่ยว/ผู้ใช้บริการสปาชาวไทย เพื่อเพิ่มเปิดมุมมองการรับรู้และความคาดหวังให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้น

5.5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในประเด็นต่อไปนี้

1. เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงฤดู Low Season (ช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556) จึงเสนอให้ผู้วิจัยท่านอื่นขยายเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นช่วงฤดู High Season เพื่อเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และเพิ่มศักยภาพมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น เนื่องจากผู้วิจัยยังขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ จึงควรมีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). 7greens ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2556. จาก <http://www.7green.tourismthailand.org>
- กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล. (2550). ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหาลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการร่วมเอกชนบริการ ชสมก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2547). ธุรกิจบริการ: สป่าและนวดไทยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2556. จาก <http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/images/spa.com>
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักการค้าบริการและการลงทุน. (2555). ธุรกิจบริการสปาและนวดแผนไทย. สป่าและการนวดเพื่อสุขภาพ, หน้า 17-18.
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2552). ประกาศกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคมออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2556. จาก http://www.diw.go.th/csr/pdf/Standard_for_CSRDIW_Website_new.pdf.
- กฤษณ์ แซนทวี. (2553). ความคาดหวังของประชากรต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- จณิน เอี่ยมสะอาด. (2550). รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินตนา บุญบังการ.(2555). จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรพัฒน์ ศิริรักษ์, และ ชไมพร ใจแปง. (2552). ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ในองค์กร. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ชลารินทร์ สมพงษ์. (2553). มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2552). จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: หจก.พรอสเพอร์ เซอร์วิส ซัพพลาย.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2549). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ชาย โพธิ์สิตา. (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

- ฉันทย์มัย เจียรกุล. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับการพัฒนาความยั่งยืน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 31, 3-12.
- นฏกร สถาเจริญกุล, และประสพชัย พสุนนท์. (2554). ความคาดหวังด้านการรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตพื้นที่บางแคเหนือจังหวัดกรุงเทพมหานคร. *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- นิตยา วงศ์ธาดา. (2555). *Starbucks Coffee CSR ในหลากหลายมิติ*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นุชจรี ก้อนนาค. (2555). การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 กับมิติความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน. *นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- บัณฑิต วินิจฉัยกุล. (2542). การรับรู้ในบทบาทของสมาชิกสภาเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 7(4), 100-105.
- เบญญา ยอดดำเนิน-แอ็ดตติภจ, และกาญจนา ตั้งชลทิพย์. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ: การจัดการข้อมูล การตีความและการหาความหมาย*. นครปฐม : สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปจิตราภรณ์ หวังเจริญสุข. (2550). *การศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัทแอดวานซ์อะโกรจำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยรัตน์ ไผขาว. (2554). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทบนเกาะสมุย*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- พิทยะ ศรีวัฒนสาร. (2553). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2549). บทนำ CSR. *วารสารธุรกิจ*, 9, 17-20.
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน. (2541). *พ.ร.บ คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541*ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2556, จาก <http://www.ecot.or.th/2012/images/services/legal>
- มินทร์รัฐตา จิราธรรมวัฒน์. (2553). *การรับรู้และทัศนคติที่ประชาชนมีต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของบริษัทปตท.จำกัด(มหาชน)*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มนตรี พิริยะกุล, และบุญทวารณ วิงวอน. (2554). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของความสามารถขององค์กรและชื่อเสียงขององค์กรที่มีผลต่อการดำเนินงานและการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. *วารสารการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, (46), 1-3.
- โยธิน แสงวดี. (2555). *การวิเคราะห์เนื้อหา Content Analysis*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล, 6.
- รพีพรรณ ฉัตรลิขิต. (2556). *CSR : กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, 33, 1-7.
- รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ. (2547). *องค์กรและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: หจก.วี.เจฟร็ินตั้ง.

- ไลฟ์ สปา. (2552). *Spa life, Beauty & Personal care*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2555. จาก <http://www.bangkokspe.net>
- วนิดา สิงห์โต. (2550). *การพัฒนาคุณภาพการบริการพยาบาลตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลชยันต. วิทยาการบริการและเทคโนโลยีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.*
- วราลี วิริยานันตะ. (2547). *การรับรู้บทบาทและบทบาทที่ปฏิบัติจริงของพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในศูนย์สุขภาพชุมชนภาคตะวันออกเฉียงใต้. พยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- วรุณพันธ์ คงสม. (2548). *การสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.*
- วิภาดา วีระสัมฤทธิ์. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR)ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง. (2556, 10 พฤษภาคม). *ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการร้องเรียนของนักท่องเที่ยวในภาคการท่องเที่ยว. บทความวิจัยเสนอในการประชุมมหาดใหญ่วิชาการมหาวิทยาลัยมหาดใหญ่, หน้า 539.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริณลักษณ์ตานนท์, และศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.*
- ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2549). *โครงการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2556. จาก <http://www.dpu.ac.th/researchcenter>*
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2552). *Corporate Social Responsibility Institute (CSRI)*. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2556. จาก <http://www.csri.or.th/knowledge/csr/194>
- สถาบันไทยพัฒนา. (2553). *ซีเอสอาร์คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2556. จาก <http://www.thaicr.blogspot.com>.*
- สมาคมแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข. (2554). *ความหมายสปา. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.*
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2550). *การศึกษามโนภาพเกี่ยวกับตนความแตกต่างระหว่างตนและความเข้าใจในการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่4. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ลีปคดี บารีย์. (2556). *ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.*
- สุภางค์ จันทวนิช. (2540). *วิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมการส่งออก. (2554). *ธุรกิจสปาไทย. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2556. จาก [http:// www.dtn.go.th](http://www.dtn.go.th)*

- อนันตชัย ยูรประถม. (2550). *เตรียมความพร้อมบริษัทจดทะเบียนในการเขียนรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน.
- อนันตรา โฮเทล รีสอร์ท สปา. (2555). *โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2555. จาก <http://www.sikao.anantara.com>
- อมรรัตน์, มานพ, และนฤมล. (2550). *การสัมภาษณ์เชิงลึก*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2556. จาก <http://home.ku.ac.th/sompong/cm2/indepth.Pdf>
- แอนดรู แจคก้า. (2554). *สมาคมสปาไทยมอบรางวัล: Thailand spa & Well – being Awards ยกย่องผู้ประกอบการดีเด่นแห่งปี*. สืบค้นเมื่อ วันที่ 8 สิงหาคม 2556. จาก <http://www.thaipr.net>
- อรณิชา สุทธิแป้น. (2554). *การรับรู้และอิทธิพลจากการสื่อสารทางการตลาดที่มีผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษาบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- Auger, P., Devinney, M. T., Louviere, J.J., Burke, F.P. (2008). Do Social product features have value to consumer?. *International Journal of research in Marketing*, 25, 183-191.
- Brown, H.R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Brunk, H.K. (2010). Exploring origins of ethical company/brand perceptions – A consumer perspective of corporate ethics. *Journal of Business research*, 63, 255-262.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-47.
- Creyer, E. H., & Ross, W. T. (1997). The influence of firm behavior on purchase intention: do consumers really care about business ethics? *Journal of Consumer Marketing*, 14(6), 419-432.
- Davis, K. & Blomstrom, R. L. (1905). Business and its Environment. *Journal of Business Ethic*, 92, 113-135.
- Hunt, J.G., & Osborn, R.N. (1991). *Managing organizational behavior* 2nd ed. New York: John Wiley.
- Jenkins, H., & Yakovleva, N. (2005). Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14(3-4), 271-284.

- Kotler, Phillip & Lee, Nancy. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for your Company and Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Lee, T-K., Kim, Y.S., Lee, K.H., Li D-X. (2012). The impact of CSR on relationship quality and relationship outcomes: A perspective of service employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 745-756.
- Lui, Liston-Heyes., & Ko, W. (2007). Qualitative Research in organizations. *Journal of Business Ethics*, 92, 21.
- Matten, D., & Moon, J. (2004). Corporate Social Responsibility Education in Europe. *Journal of Business Ethics*, Forthcoming.
- Maxwell A. Joseph. (1996). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Merwe, M. v.d. & Wocke, A. (2006). An investigation into responsible tourism practices in the South African hotel industry. *S.Afr. Journal business management*, 38, 2.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of marketing*, 64, 1-29.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Second Edition. Newbury Park, CA: Sage.
- Prentice Hall., Pickton, D., & Broderick, A. (2001). *Integrated marketing communications*. Harlow, UK: Prentice Hall.
- Polkinghorne, D. (1983). *Methodology for the human sciences: System of inquiry*, Albany, New York: State University of new York press.
- Poolthong, Y. (2009). Customer expectations of CSR, perceived service quality and brand effect in Thai retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 27, 408-427.
- Pope, C., & Mays, N. (1995). Reaching the parts Other Methods Cannot Reach: An Introduction to Qualitative Methods in Health Service Research. *British Medical Journal*, 311, 42-45.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & Society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, December, 78-92.
- Seale, Clive. (1999). *Quality in Qualitative Research*. Goldsmith's College University of London: Qualitative Inquiry. 5: 465

- Sheldon, J.P. & Park, S-Y. (2011). An Exploratory Study of Corporate Social Responsibility in the U.S. Travel Industry. *Journal of Travel Research*, 50, 392-407.
- Shimp, T. A. (1997). *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications*. 4th ed. Orlando, FL: Dryden Press.
- Swaen, V. (2002). Consumers' perceptions, Evaluations and Reactions to CSR Activities. *To be presented at the 10th international conference of the Greening of Industry network*, 23-26.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of business Ethics*, 85, 411-427.
- Wolcott, H. F. (1995). *The Art of Fieldwork*. Walnut Creek. CA: Sage.
- Yang., M-H., Chandlrees, N., Lin, B., Chao, H-Y., (2009). The effect of perceived ethical performance of shopping websites on consumer trust. *The Journal of Computer Information System*, 50, 15.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ:
กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา ติเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นการศึกษานโยบายการสร้างมาตรฐานสปาบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อส่งเสริมคุณภาพสปาและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธุรกิจสปา 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อธุรกิจสปา และ 3) เพื่อพัฒนาต้นแบบมาตรฐานสปาบนความรับผิดชอบต่อสังคม แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้ประกอบการ
- ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพนักงาน
- ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียลูกค้า
- ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชุมชนท้องถิ่น
- ส่วนที่ 5 แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูง ที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้

(นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พนักงานแผนกสปา ลูกค้า ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ

แนวคำถามจะนำไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมี 5 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ พนักงานแผนกสปา ลูกค้า และชุมชนท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีแนวคำถาม จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแนวคำถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แนวคำถามทั่วไป และแนวคำถามตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้ประกอบการ

คำถามทั่วไป

- ชื่อ-นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตำแหน่งงาน
- อายุการทำงาน
- ในความเข้าใจของผู้ประกอบการ “ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR” คืออะไร
- จุดเริ่มต้นของการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมอนันตรา สีเการีสปอร์ต แอนด์ สปา คืออะไร และอะไรเป็นแรงผลักดันหรือแรงจูงใจ
- สิ่งที่ผู้ประกอบการคาดหวังจากการทำ CSR คืออะไร

คำถามตามวัตถุประสงค์

ด้านคุณภาพบริการ

- โรงแรม/แผนกสปา มีวิธีการเพิ่มผลกำไรในการดำเนินธุรกิจได้อย่างไร
- โรงแรม/แผนกสปา มีการวัดความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มผลกำไรแบบใดหรืออย่างไรบ้าง
- มีการควบคุมคุณภาพการบริการอย่างไร เช่น การควบคุมคุณภาพการให้บริการของพนักงาน การควบคุมคุณภาพของเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- มีการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือกฎข้อบังคับใดบ้างจากภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพงานบริการ
- โรงแรม/แผนกสปา มีการจัดทำมาตรฐานที่ครอบคลุมการปฏิบัติงานในด้านใดบ้าง
- ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อการดำเนินการของโรงแรมหรือไม่ อย่างไร การแสดงออกถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะใด มีกิจกรรมประเภทใดบ้าง และทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมบ่อยแค่ไหน สุดท้าย กลุ่มคนที่ได้รับประโยชน์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม/สปา ส่วนใหญ่เป็นคนกลุ่มใด
- มีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยากเพิ่มเติมจากที่มีอยู่หรือไม่ อย่างไร
- กิจกรรม CSR ไหนบ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณภาพงานบริการสปา

ด้านบุคลากร

- ผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมมีการกำหนดกลยุทธ์ระยะยาวหรือไม่ และส่วนใหญ่เป็นการกำหนดกลยุทธ์ระยะยาวในเรื่องใด และกลยุทธ์เรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมกำหนดไว้อย่างไร
- พนักงานที่ปฏิบัติงานในแผนกสปา ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ใด
- โรงแรมมีนโยบายการจ้างงานแรงงานท้องถิ่นมาทำงานสปาหรือไม่ อย่างไร
- ในฐานะเป็นนายจ้าง โรงแรม/แผนกสปา ได้มีวิธีการสร้างความเท่าเทียมในการจ้างงานอย่างไร

- สวัสดิการและการดูแลพนักงานสปาเป็นอย่างไรบ้าง ในส่วนที่นอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ โรงแรมดูแลพนักงานสปาอย่างไรบ้าง
- นโยบายการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรสปาเป็นอย่างไรบ้าง
- การเลื่อนตำแหน่ง และการพิจารณาความดีความชอบพิจารณาจากคุณสมบัติใดบ้าง และมีกลยุทธ์ในการจูงใจ หรือให้รางวัลในการทำงานของพนักงานอย่างไร
- โรงแรม/แผนกสปา มีวิธีการสื่อสาร ในการสื่อสารถึงกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งต่อบุคลากรในโรงแรม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับรู้ คือวิธีการใด
- มีกิจกรรม CSR ใดบ้างที่ให้พนักงานมีส่วนร่วม/ปฏิบัติ/เข้าร่วม และมีกิจกรรมCSR ใดบ้างที่ทำให้พนักงานสปาได้รับประโยชน์โดยตรง

ด้านผลิตภัณฑ์

- โรงแรม/แผนกสปาได้มีการปรับปรุงสินค้าบ้างหรือไม่;ปรับปรุงด้านใดบ้างและมีรอบระยะเวลาในการปรับปรุงหรือไม่ เช่น ทุกๆ 1 ปี 3 ปี หรือ 5ปี
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปานำมาจากแหล่งใด
- ใช้ผลิตภัณฑ์ในชุมชนท้องถิ่นบ้างหรือไม่ อย่างไร
- โรงแรมเคยมีการสำรวจชุมชนท้องถิ่นหรือไม่ ว่ามีผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่สามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในสปาได้
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในแผนก สปา มีมาตรฐานหรือไม่วัดได้อย่างไร
- มีมาตรฐาน อาหารและยาเข้ามาเกี่ยวหรือไม่ ในส่วนใดบ้าง
- โรงแรม/แผนกสปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยบ้างหรือไม่ อะไรบ้าง
- แนวโน้มการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ (สำหรับแผนกสปา) เป็นแบบไหน
- โรงแรม/แผนกสปา มีนโยบาย/มาตรฐานต่างๆในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านใดเพิ่มเติมอีกบ้าง

ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

- โรงแรม/แผนก สปาได้มีการคำนึงถึงการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือไม่ ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องใดบ้าง อย่างไร
- มีเรื่องใดบ้างที่โรงแรม/แผนก สปาได้ต้องระมัดระวังค่าใช้จ่ายเป็นพิเศษ
- สิ่งใดเป็นหลักการสำคัญของการดำเนินงานของโรงแรม/แผนกสปา และเพราะอะไร
- โรงแรม/แผนก สปา มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานในเรื่องใดบ้างมีการเผยแพร่แก่ใครบ้าง (ภายใน/ภายนอก)

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

- โรงแรม/แผนกสปาได้มีการลงทุน หรือวางแผนเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร
- แผนกสปา มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินงานในโรงแรมเรื่องใดบ้าง

- โรงแรม/แผนก สปาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม เรื่องของReuse Recycle หรือไม่ พร้อมอธิบาย
บริษัทมีกิจกรรมอะไรบ้างที่ทำการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเหล่านั้นประสบ
ความสำเร็จมากน้อยแค่ไหนวัดจากอะไร

ลงนาม.....

ผู้จัดการฝ่าย.....

(.....)

...../...../.....

ส่วนที่ 2 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพนักงาน

คำถามทั่วไป

- ชื่อ-นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตำแหน่งงาน
- อายุ
- ภูมิภาค
- ประสบการณ์ในการทำงานด้านสปา
- ในความเข้าใจของพนักงาน “ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR” คืออะไร

คำถามตามวัตถุประสงค์

ด้านคุณภาพการบริการ

- พนักงานถูกตรวจสอบการทำงานอย่างไรบ้าง และพนักงานคิดว่าวิธีการตรวจสอบนั้นมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร
- พนักงานคิดว่าควรมีกฎระเบียบอะไรบ้างที่ต้องกำหนดเพื่อควบคุมคุณภาพการบริการของสปา
- พนักงานรู้สึกว่าการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง มีปัญหาหรืออุปสรรคหรือไม่ อย่างไร
- พนักงานได้รับการดูแลจากองค์กรอย่างไรบ้าง พอใจหรือไม่ และมีอะไรบ้างที่คิดว่าองค์กรต้องดูแลเพิ่มเติมเพื่อแสดงออกถึงความมีจริยธรรม
- โอกาสในการเลื่อนขั้นมีความเป็นธรรมหรือไม่ อย่างไร
- ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญกับพนักงานแผนก สปาหรือไม่ อย่างไร
- พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมที่สปาจัดบ้างหรือไม่ คิดว่าได้อะไรบ้าง

ด้านบุคลากร

- พนักงานคิดว่าสปาต้องทำอะไรบ้างจึงจะเรียกได้ว่าเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น
- พนักงานคิดว่าท่านได้รับการดูแลจากองค์กรเป็นไปตามกฎหมายแรงงานหรือไม่ อย่างไร
- สปาทบมเรื่องกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้องกับพนักงานสปาให้ท่านทราบบ้างหรือไม่
- ก่อนการเริ่มงานสปา/ก่อนที่จะเข้ามาทำงาน พนักงานได้รับการอบรมเกี่ยวกับเรื่องใดบ้างระหว่างที่ทำงานที่นี้มีการอบรมใดบ้างที่ท่านคิดว่า ทำให้ท่านทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- พนักงานรู้สึกถึงการโรงแรม/แผนกสปาได้ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเคารพ (การแสดงออกทางกิริยา และวาจา) และสร้างแรงจูงใจในการทำงานหรือไม่ อย่างไร
- พนักงานถูกส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ทั้งเรื่องการทำงานและการดำเนินชีวิตหรือไม่
- ประเด็นหลักๆที่มักนำมาเป็นหัวข้อที่ใช้ในการอบรมนั้นมีเรื่องอะไรบ้าง
- พนักงานเคยได้รับการฝึกอบรมจากทางโรงแรมในหัวข้ออะไรบ้าง และมีการจัดฝึกอบรมบ่อยครั้งเพียงใด
- พนักงานได้รับสวัสดิการเรื่องอะไรบ้างที่เป็นที่น่าพึงพอใจ

ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

- พนักงานรับรู้หรือไม่ว่าโรงแรม/แผนกสปาพยายามที่จะปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการจ้างงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน และมีการรับรู้นี้เป็นเรื่องใด
- พนักงานตอบสนองต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมต่อโรงแรม/แผนกสปาอย่างไรบ้าง
- พนักงานแผนก สปามีโอกาสได้มีส่วนร่วมต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ อย่างไร
- พนักงานมีชั่วโมงในการทำกิจกรรมอาสาสมัครมาก-น้อยเพียงใด
- พนักงานได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร หรือไม่อย่างไร
- พนักงานคิดว่าโรงแรม/แผนกสปาควรมีนโยบายหรือมาตรฐานต่างๆในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านใดเพิ่มเติมอีกบ้าง

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

- พนักงานเคยได้รับการอบรมเรื่องเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม หรือนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับสปาบ้างหรือไม่
- พนักงานคิดว่าโรงแรมมีการจัดสถานที่ให้บริการสปาที่ไม่เหมาะสม มีการขัดต่อจริยธรรมบ้างหรือไม่อย่างไร
- พนักงานคิดว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่สปาต้องทำเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

ลงนาม.....พนักงานแผนกสปา
 (.....)
/...../.....

ส่วนที่ 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียลูกค้า

คำถามทั่วไป

- ชื่อ-นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์
- เคยใช้บริการสปาที่ไหนบ้าง (ถ้าจำชื่อได้ กรุณาให้ข้อมูล)
- ความถี่ที่ใช้บริการสปา
- ส่วนใหญ่ใช้บริการสปาแบบไหน
- เหตุผลที่ใช้บริการสปา
- โปรแกรมสปาที่มักเลือกใช้บริการ
- ในความเข้าใจของลูกค้า “ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR” คืออะไร

คำถามตามวัตถุประสงค์

ด้านคุณภาพบริการ

- ท่านเคยพบปัญหา หรือมีข้อร้องเรียนจากการรับบริการสปาหรือไม่ และสปามีการตอบสนองต่อการร้องเรียนของลูกค้าอย่างไร
- อธิบายขั้นตอนในการร้องเรียนเป็นอย่างไรและท่านคิดว่าวิธีนั้นสะดวกหรือไม่ อย่างไร
- สปามีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของท่านได้อย่างทันท่วงทีหรือไม่
- ท่านมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมคุณภาพการบริการสปาบ้างหรือไม่อย่างไร
- ท่านมีข้อเสนอ แนะนำสปาควรมีข้อกำหนดอะไรบ้างที่ควรส่งเสริมเป็นกฎหมายเพื่อควบคุมคุณภาพการบริการสปา
- แผนกสปาให้อิสระกับท่านในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการหรือไม่ อย่างไร
- แผนกสปามีเอกสารแสดงขั้นตอนของการบริการในแต่ละเมนูชัดเจนหรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่าบริการของสปา มีจริยธรรม ดูแลลูกค้าอย่างยุติธรรมเป็นอย่างไร
- ท่านคิดว่าจริยธรรมของผู้ประกอบการ และพนักงาน มีความสำคัญต่อคุณภาพสปาอย่างไรบ้าง

ด้านบุคลากร

- ท่านคิดว่า ลูกค้าจะสามารถรับรู้ถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของแผนกสปาได้จากอะไรบ้างเช่น พนักงานมีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานหรือไม่มีการอธิบายขั้นตอน หรือรายละเอียดแก่ลูกค้าได้
- แผนกสปาใช้เครื่องมือใดในการวัดความพึงพอใจของท่านหลังการเข้ารับบริการ
- ท่านคิดว่าลูกค้าควรต้องได้รับการดูแลอย่างไรจากพนักงานให้บริการจึงจะเรียกได้ว่ามีจริยธรรมเช่น การระบุงบราคารการให้บริการที่เห็นได้ชัด
- ท่านคิดว่าสถานประกอบการสปาควรดูแลพนักงานสปาอย่างไรจึงจะเรียกได้ว่ามีเมตตาธรรม

ด้านผลิตภัณฑ์

- ท่านมีความเห็นอย่างไรกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากท้องถิ่นในการบริการสปา
- ท่านรับรู้ถึงความสะอาดของเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีความคาดหวังสิ่งใดเพิ่มเติมจากการ บริการของแผนกสปา ที่นอกเหนือจากการ ให้บริการในปัจจุบัน
- ท่านคิดว่าควรมีข้อกำหนด กฎ หรือระเบียบใดบ้างที่ควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายของลูกค้า
- ผลิตภัณฑ์ของแผนกสปาแสดงฉลากสินค้าครบถ้วน และเชื่อถือได้หรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่าแผนกสปา มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์เกินจริงหรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของแผนกสปาที่จำหน่ายหรือให้บริการมีคุณภาพได้มาตรฐานหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของการบริการอย่างไรบ้าง

ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

- ท่านคิดว่าธุรกิจ สปาส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจชาติอย่างไร
- ท่านคิดว่าโดยภาพรวมควรมีกฎหมายเกี่ยวกับอะไรบ้างในการบริการสปา
- ในความคิดเห็นของท่านการบริการสปาอย่างมีความรับผิดชอบและเป็นสิ่งที่แผนกสปาควร ปฏิบัติเป็นอย่างไร
- ท่านได้มีโอกาสมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของแผนกสปา/โรงแรมหรือไม่
- ท่านทราบหรือไม่ว่า แผนกสปา มีกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
- หากแผนกสปา มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทำกิจการเพื่อสังคม ลูกค้าจะให้การสนับสนุนหรือไม่ และด้วยวิธีการใด

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

- ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับสปาบ้างหรือไม่
- หากจะมีการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ให้บริการสปา ท่านอยากให้มีประเด็นใดบ้าง ที่ถูกกำหนดไว้ในตัวบทกฎหมาย
- การจัดสถานที่ให้บริการสปาอย่างไรจึงจะเรียกว่ารับผิดชอบต่อหลักจริยธรรม
- ท่านคิดว่าแผนกสปาควรมีกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยวิธีการใด

ลงนาม.....ลูกค้า
 (.....)
/...../.....

ส่วนที่ 4 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชุมชนท้องถิ่น

คำถามทั่วไป

- ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์, อาชีพ/ประเภทธุรกิจ (ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเอง)
- ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสปาว่าอย่างไรบ้าง
- มีความเกี่ยวข้องกับโรงแรมและแผนกสปาอย่างไร
- ในความเข้าใจของท่าน “ความรับผิดชอบต่อทางสังคม หรือ CSR” คืออะไร
- ท่านคิดว่า คนในชุมชน ของท่าน เข้าใจ ความรับผิดชอบต่อทางสังคม หรือไม่ อย่างไร
- จุดเริ่มต้นระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับโรงแรมและแผนกสปาเกิดขึ้น

คำถามตามวัตถุประสงค์

ด้านคุณภาพบริการ

- ชุมชนท้องถิ่นรับรู้มาตรฐานสปาในโรงแรมหรือไม่อย่างไร
- ชุมชนท้องถิ่นรู้จัก และให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมหรือไม่ อย่างไร
- ชุมชนรับรู้กิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อทางสังคมของแผนกสปาในโรงแรมหรือไม่ อย่างไร

ด้านบุคลากร

- แผนกสปาเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามาทำงานหรือมีส่วนร่วมหรือไม่ อย่างไร
- แผนกสปามีส่วนร่วมต่อการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อทางสังคมในชุมชนท้องถิ่นหรือไม่ ช่วยเหลือในด้านบ้าง และต่อใครบ้าง
- ชุมชนคาดหวังสิ่งใดกับแผนกสปา ที่จะได้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันกับความรับผิดชอบต่อทางสังคม

ด้านผลิตภัณฑ์

- แผนกสปาใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มาจากชุมชนท้องถิ่นหรือไม่ อะไรบ้าง
- ท่านคิดว่ามีความจำเป็นแค่ไหน อย่างไรที่สถานประกอบการสปาควรเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น
- ชุมชนของท่านมีผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่คิดว่าธุรกิจสปาจะสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบได้

ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร

- แผนกสปาระตุ้นให้ลูกค้าที่ใช้บริการสปาได้มีส่วนสนับสนุนสินค้า/บริการของชุมชนท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่า สปาควรมีแนวทางบริหารจัดการเพื่อสร้างความร่วมมือกับชุมชนอย่างไรบ้าง
- ชุมชนท้องถิ่นมี กฎ/ข้อบังคับที่สำคัญ และใช้ในระดับชุมชนหรือไม่, อะไรบ้าง
- ท่านคิดว่า การทำธุรกิจสปา ของโรงแรม มีผลกระทบต่อชุมชนของท่านอย่างไรบ้าง
- สปาทำกิจกรรมเพื่อสังคมในแก่ชุมชนท่านบ้างหรือไม่อย่างไร
- หากท่านต้องการให้ สปาเข้ามาทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้แก่ชุมชน ควรเป็นกิจกรรมรูปแบบใด
- ท่านคิดว่าคนในชุมชนได้ประโยชน์อะไรบ้างจากการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของสปา

ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

- สป่าปฏิบัติตามกฎ/ข้อบังคับของชุมชนหรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่าธุรกิจสป่าควรเลือกใช้อุปกรณ์/เครื่องมือ และผลิตภัณฑ์แบบใด จึงจะไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- สป่าดำเนินธุรกิจอย่างไรเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- คิดว่าระบบเหล่านั้นจะช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้จริงหรือไม่
- สป่าควรมีกิจกรรมเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อมในรูปแบบใดบ้าง

ลงนาม.....ชุมชนท้องถิ่น
(.....)
...../...../.....

ส่วนที่ 5 หน่วยงานภาครัฐ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง กระทรวงสาธารณสุข

คำถามทั่วไป

- ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์
- ตำแหน่งงาน
- หน้าที่-ความรับผิดชอบ
- วิธีการ-ขั้นตอนในการตรวจสอบมาตรฐานสปาของสถานประกอบการ

คำถามตามวัตถุประสงค์

- มาตรฐานสปามีความจำเป็นหรือความสำคัญต่อธุรกิจมาตรฐานสปามาก-น้อยเพียงใด
อย่างไร
- มีนโยบายหรือกฎหมายอื่นๆอีกหรือไม่ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา
- หน่วยงานภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่
- นโยบาย/มาตรฐานสปาอื่นใดบ้างที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม
- หน่วยงานภาครัฐได้นำเอาความรับผิดชอบต่อสังคมมาเกี่ยวข้อง หรือมีส่วนร่วมกับมาตรฐาน
สปาบ้างหรือไม่ อย่างไร

ลงนาม.....เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ
(.....)
...../...../.....

ภาคผนวก ข

การให้รหัสข้อมูล

ตัวอย่างการให้รหัสข้อมูลพร้อมนิยามการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ Carroll (1991) ได้เสนอตัวแบบของแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ชื่อรหัส	คำนิยาม
Organization	หน้าที่ขององค์กรที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรม และควรปฏิบัติต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร
Environment	การให้ความสำคัญด้านสภาพแวดล้อม การดูแล สิ่งแวดล้อม
Community	การทำกิจกรรมใดๆ เพื่อเป็นการสร้างผลกระทบ ในทางที่ดี เป็นประโยชน์ต่อชุมชน
Resource	การใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างประหยัด และคุ้มค่า

การรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

รหัสพร้อมนิยามการรับรู้มาตรฐานสพบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ

1. ผู้ประกอบการ

มีวิธีการเพิ่มผลกำไรอย่างไร และมีการควบคุมคุณภาพกับวัดความสำเร็จที่เกิดจากการเพิ่มผลกำไรอย่างไร

มาตรฐานด้านบริการ	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Internal	การเพิ่มผลกำไรจากการดำเนินงานภายในองค์กร ใช้การควบคุมและความสำเร็จจากงบประมาณที่ใช้
External	การเพิ่มผลกำไรจากความพึงพอใจของลูกค้า ใช้การควบคุมและวัดความสำเร็จจาก แบบสำรวจ ความพึงพอใจ

มีการกำหนดกลยุทธ์เรื่องความรับผิดชอบต่อทางสังคมไว้อย่างไร

มาตรฐานด้านบุคลากร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Strategy	การกำหนดกลยุทธ์ระยะยาว และการกำหนดนโยบายเพื่อการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กร

สปามีการปรับปรุงสินค้าหรือไม่, ผลิตภัณฑ์ในสปามาจากแหล่งใด, ใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร และสปาเคยมีการสำรวจผลิตภัณฑ์/วัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้ได้

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Product	การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทุก 3 ปี ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีทั้งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ-ภายในประเทศ รวมถึงการใช้น้ำผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากท้องถิ่น แต่ยังไม่เคยมีการสำรวจชุมชนที่ผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างจริงจัง

สปาคำนึงการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือไม่ เรื่องใดบ้าง

มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Cost saving	ลดการใช้ทรัพยากร และระมัดระวังค่าใช้จ่าย เรื่องการใช้น้ำ-ไฟ

สปาได้มีการลงทุนหรือวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร

มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Planning	มีการลงทุนและวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การคัดแยกขยะ ระบบการจัดการน้ำ

รหัสพร้อมนิยามการรับรู้มาตรฐานสปาบนพื้นฐานความรับผิดชอบทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

2. พนักงานสปา

พนักงานถูกตรวจสอบการทำงานอย่างไรบ้าง และคิดว่าวิธีนั้นมีประสิทธิภาพหรือไม่

มาตรฐานด้านบริการ	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Standard testing	ผู้บริหาร/ผู้จัดการสปาตรวจสอบการทำงานจากปฏิบัติงานจริง วิธีนี้มีประสิทธิภาพทำให้พนักงานรู้ข้อดี และข้อบกพร่องขณะให้บริการ
Comment's customer	ลูกค้าให้คำติชม หลังจากเข้ารับบริการสปา วิธีนี้มีประสิทธิภาพทำให้พนักงานรู้ข้อดี และข้อบกพร่องหลังให้บริการ

รหัสพร้อมนิยามการรับรู้มาตรฐานสปาบนพื้นฐานความรับผิดชอบทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

3. ลูกค้า

ลูกค้าพบปัญหา/ข้อร้องเรียนจากการบริการสปาหรือไม่ อย่างไร

มาตรฐานด้านบริการ	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Spa therapist	ปัญหาที่พบเกิดจากการให้บริการของพนักงาน

อธิบายขั้นตอนการร้องเรียน และสปามีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือไม่อย่างไร

มาตรฐานด้านบริการ	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
ร้องเรียน	แจ้งปากเปล่ากับพนักงาน และสปาจะตอบสนองต่อข้อร้องเรียนทันที
ไม่ร้องเรียน	ไม่ร้องเรียน และจะหลีกเลี่ยงไม่ใช้บริการสปาที่นั่นอีกต่อไป

ลูกค้ารับรู้ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสปาจากอะไรบ้าง

มาตรฐานด้านบุคลากร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Employee	ลูกค้ารับรู้ประสิทธิภาพจากการให้บริการของพนักงาน
Product & Tools	ลูกค้ารับรู้ประสิทธิภาพจากผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์-เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้วัดความพึงพอใจจากลูกค้า

มาตรฐานด้านบุคลากร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Oral	วัดด้วยการซักถามด้วยปากเปล่า
Customer Satisfaction	วัดด้วยการใช้แบบสอบถาม

มีความคิดเห็นอย่างไร หากสปาใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากท้องถิ่น

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
เห็นด้วย เพราะ	เห็นด้วย เพราะเป็นการแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น
	เห็นด้วย เพราะช่วยสนับสนุนในการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ท้องถิ่น
	เห็นด้วย เพราะเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นจากธรรมชาติ มีความปลอดภัย

ธุรกิจสปาส่งเสริมชุมชนและเศรษฐกิจชาติอย่างไร

มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Occupation & income Identity	ส่งเสริมการสร้างอาชีพ และรายได้แก่ชุมชน จุดขายส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ

รหัสพร้อมนียมการรับรู้มาตรฐานสปาบนพื้นฐานความรับผิดชอบทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

4. ชุมชนท้องถิ่น

สปาเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้าทำงาน หรือมีส่วนร่วมหรือไม่ อย่างไร

มาตรฐานด้านบุคลากร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Opportunity	สปาเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้าทำงานในแผนกสปา และแผนกอื่นๆของโรงแรม

สปาใช้วัตถุดิบในการผลิตของชุมชนหรือไม่ อย่างไร

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
Yes.	สปาใช้วัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน
No.	โรงแรมไม่เคยใช้ หรือนำวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังไม่ได้มาตรฐาน - ยังไม่เคยมีการติดต่อ หรือสื่อสารกัน

จำเป็นแค่ไหนที่สถานประกอบการควรเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น สปาสามารถนำผลิตภัณฑ์/วัตถุดิบไปใช้ได้บ้าง

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
	จำเป็น เพราะเป็นการช่วยเหลือ และเป็นการสร้างชื่อเสียงให้ชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ

สปาระตุ้นให้ลูกค้าที่ใช้บริการสปาได้มีส่วนสนับสนุนสินค้า/บริการ ของชุมชนท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร

มาตรฐานด้านบริหารและการจัดการองค์กร	
ชื่อรหัส	คำนิยาม
ชุมชน 1 & ชุมชน 2	สนับสนุน โดยการให้รายละเอียดข้อมูลของสินค้าและชุมชน รวมถึงกระตุ้นให้ลูกค้าอุดหนุนซื้อสินค้าของชุมชน
ชุมชน 3	ยังไม่เคยได้รับแรงกระตุ้นจากโรงแรม

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

1. ดร.นนทิกค์ เพียรโรจน์

ตำแหน่ง

อาจารย์ประจำหลักสูตรพัฒนารัฐกิจ

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

31 หมู่ 6 ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000

Email: sala_oil@yahoo.com

2. ดร.ณัฐมน ราชรักษ์

ตำแหน่ง

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

31 หมู่ 6 ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000

Email: nratcharak@gmail.com

3. ดร. พิมพัลภัส พงศกรรังศิลป์

ตำแหน่ง

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวและ

อุตสาหกรรมบริการ สำนักวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ

สำนักวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 222 9. ไทยบุรี อ.ท่าศาลา

จ.นครศรีธรรมราช 80160

E-mail: kpimlapa@wu.ac.th

ภาคผนวก ง

ใบขออนุญาตทดสอบเครื่องมือและเก็บข้อมูล



ที่ ศธ. ๐๕๒๑.๔.๐๑/ ๖๐

วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ตู้ ปณ. ๘ ไปรษณีย์ขุนทะเล
อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายบุคคล โรงแรมอนันตรา สิการีสอร์ทแอนด์สปา

ด้วยนางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม รหัสนักศึกษา ๕๕๔๕๕๒๑๐๐๒ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดยวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “บทบาทขององค์กรกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมกับการส่งเสริมมาตรฐานสปาของโรงแรมอนันตรา สิการีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดตรัง” ซึ่ง ดร.วิษชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี จึงขออนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวข้างต้น ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในโรงแรมของท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กานดา ค้าชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี

สำนักงานวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี
โทรศัพท์/โทรสาร ๐ ๗๗๓๕ ๕๔๕๔



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี โทร. ๒๐๙๖
 ที่ มอ ๙๐๐.๑/ว ๑๓๙ วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๕๗
 เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม)

เรียน ดร.นนท์ศักดิ์ เพียรโรจน์

ด้วย นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม รหัสประจำตัว ๕๕๔๕๕๒๑๐๐๒ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดยวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการสร้างมาตรฐานสถาบันพื้นฐานความรับผิดชอบต่อทางสังคม เพื่อส่งเสริมคุณภาพสพและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา สีกา รีสอร์ทท แอนด์สปา” ซึ่ง ดร.วิชชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ได้แก่ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย พร้อมขอความกรุณาแจ้งผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามให้แก่นักศึกษาเพื่อดำเนินการต่อไปด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

(ดร.กานดา ค้าชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
 ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี โทร. ๒๐๙๖
 ที่ มอ ๙๐๐.๑ /ว ๑๗๙ วันที่ ๒๗ มกราคม ๒๕๕๗
 เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม)

เรียน ดร.ณัฐมน ราชรักษ์

ด้วย นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม รหัสประจำตัว ๕๕๔๕๕๒๑๐๐๒ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
 มหาลัยบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดย
 วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการสร้างมาตรฐานสถาบัน
 พื้นฐานความรับผิดชอบต่อทางสังคม เพื่อส่งเสริมคุณภาพสพและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน
 เสีย: กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์สปา” ซึ่ง ดร.วิษชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
 เป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย
 ได้แก่ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ
 ปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย พร้อมขอความกรุณาแจ้งผลการตรวจสอบคุณภาพ
 แบบสอบถามให้แก่นักศึกษาเพื่อดำเนินการต่อไปด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

(ดร.กานดา ค้าชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
 ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี



ที่ ศธ. ๐๕๒๑.๔.๐๑/ ๕๐

วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ตู้ ปณ. ๘ ไปรษณีย์ขุนทะเล
อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๒๗ มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม)

เรียน ดร. พิมพลภัส พงศกรรังศิลป์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถาม

จำนวน ๑ ชุด

๒. คำโครงวิทยานิพนธ์

จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม รหัสประจำตัว ๕๕๔๕๕๒๑๐๐๒ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดยวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการสร้างมาตรฐานสถาบันพื้นฐานความรับผิดชอบต่อทางสังคม เพื่อส่งเสริมคุณภาพสปลาและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์สปา” ซึ่ง ดร.วิชชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ได้แก่ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย พร้อมขอความกรุณาแจ้งผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามให้แก่นักศึกษาเพื่อดำเนินการต่อไปด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กานดา คำชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี

สำนักงานวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี
โทรศัพท์/โทรสาร ๐ ๗๗๓๕ ๕๔๕๔

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นางสาวกนกอร แซ่ลิ้ม	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	5545521002	
วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2553

ทุนการศึกษา (ที่ได้รับระหว่างการการศึกษา)

ทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2557

ตำแหน่งงาน

ปี พ.ศ. 2553-2555 พนักงานต้อนรับโรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

กนกอร แซ่ลิ้ม และ วิชชุดา มาชู. (2558). *แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ:กรณีศึกษาโรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา*. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2558.