



การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของพนักงานในโรงแรมสีเขียวที่มีต่อความพึงพอใจในงาน

An investigation into the influence of employees' perceptions about and involvement  
in green hotels' corporate social responsibility on job satisfaction

ละออง รังสีมันตุชาติ

Laong Rungsimantuchart

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

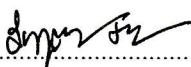
ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานในโรงแรมสีเขียวที่มีต่อความพึงพอใจในงาน


ผู้เขียน นางละออง รังสีมันตุชาติ

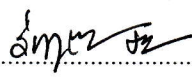
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

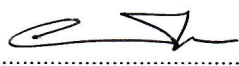
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

  
.....  
(ดร.วิชชุตตา มาชู)

  
..... ประธานกรรมการ  
(ดร.สมจินตนา คุ่มไทย์)

  
..... กรรมการ  
(ดร.วิชชุตตา มาชู)

  
..... กรรมการ  
(ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

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

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณ  
บุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(ดร.วิษุตา มาซู)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


ลงชื่อ.....

(นางละออง รังสีมันตุชาติ)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ  
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางละออง รังสีมันตุชาติ)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานในโรงแรมสีเขียวที่มีต่อความพึงพอใจในงาน
ผู้เขียน	นางละออง รังสิมันตุชาติ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2557

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ (1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม (2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม (3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม และ (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคือพนักงานที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการโรงแรมซึ่งเป็นสมาชิกมูลนิธิใบไม้สีเขียวอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 318 ตัวอย่าง ผลจากการศึกษาพบว่าพนักงานในโรงแรมสมาชิกมูลนิธิใบไม้สีเขียวมีการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่โรงแรมดำเนินการใน 3 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อด้านการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานโรงแรมในความรับผิดชอบต่อสังคมมี 2 ด้าน คือการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม

ผลการทดสอบอิทธิพลของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจในงาน และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความพึงพอใจในงาน โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่าการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม 2 ด้านส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน ดังนี้ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรมส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด ตามมาด้วยการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านการศึกษา ในขณะที่ยังไม่พบว่าการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม สำหรับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน แต่การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน

**Thesis Title** An investigation into the influence of employees' perceptions about and involvement in green hotels' corporate social responsibility on job satisfaction

**Author** Laong Rungsimantuchart

**Major Program** Business Administration

**Academic Year** 2014

### ABSTRACT

The purposes of this research were to investigate (1) the components of perception and involvement on corporate social responsibility of the green hotel employees, (2) the level of perception and involvement on corporate social responsibility (3) the level of job satisfaction, and (4) the relationship between perception and involvement with the job satisfaction of the hotel' employees. The study employed a quantitative approach. The data was collected using a self-administered questionnaire with convenience sampling. The samples were 318 respondents who work in the hotels which are members of the Green Leaf Foundation, Koh Samui District, Surat Thani Province.

There were 3 key findings. Firstly, the results showed that green hotel employees' perceptions about corporate social responsibility were indicated in 3 components including perception about economic responsibility, perception about ethical responsibility, and perception about philanthropic responsibility. Moreover, the 2 components of employees' involvement in corporate social responsibility were found. There were an involvement in planning and policy setting and an involvement in social responsibility activities.

Thirdly, the results from multiple regression tests indicated a positive relationship between perception of corporate social responsibility and job satisfaction, and also between involvement in corporate social responsibility and job satisfaction. For the relationship between perception and job satisfaction, the results showed that 2 among 3 components of perceptions had influences on job satisfaction at different levels. That is, perception about ethical responsibility had the strongest effect, followed by perception about philanthropic responsibility. However, it was found that perception about economic responsibility did not have significant

effect on job satisfaction. For the relationship between involvement and job satisfaction, the results presented that only CSR involvement at operational level had positive effect on job satisfaction. However, CSR involvement at planning and policy setting level did not show significant effect on job satisfaction.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาของ ดร.วิชชุดา มาชู อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ผู้ซึ่งเสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของผลงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้อย่างละเอียดตั้งแต่ต้นจนจบ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.สมจินตนา คุ่มภัย ประธานกรรมการ และ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ และอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานีทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดจนแง่คิดในด้านต่างๆ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานวิทยาลัยชุมชน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานีทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือ บริการประสานงานด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการศึกษา

ขอขอบคุณผู้จัดการ/หัวหน้างาน และพนักงานโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลามาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา คณะญาติ เพื่อนร่วมงาน และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ให้โอกาสให้การช่วยเหลือสนับสนุนด้านต่างๆ ในการทำงาน ให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจที่ดีแก่ผู้จัดทำวิจัยเสมอมาจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.นันทวรรณ ช่างคิด และ อาจารย์นินธนา เอี่ยมสะอาด ในการให้ความช่วยเหลือและให้ข้อเสนอแนะในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

และสุดท้ายขอขอบคุณ คุณพ่อประยูร ทองส่งโสม คุณสานิตย์ รังสิมันตุชาติ ด.ญ.เพลงภู รังสิมันตุชาติ และ ด.ช.ภูทิ รังสิมันตุชาติ ผู้เป็นกำลังใจและแรงบันดาลใจสำคัญในการศึกษาต่อจนสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาอันดียิ่ง จากทุกท่านที่ได้กล่าวนามมา หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ตามความเหมาะสมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจข้อมูล ผู้วิจัยขอแสดงความดีใจอันเกิดจากการศึกษาครั้งนี้แต่บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับความผิดพลาดบกพร่องที่พึงมีผู้วิจัยต้องขออ้อมรับมาแก้ไข และขออภัย ณ ที่นี้ด้วย

นางละออง รังสิมันตุชาติ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTRACT	(7)
กิตติกรรมประกาศ	(8)
สารบัญ	(9)
รายการตาราง	(13)
รายการภาพประกอบ	(14)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 ขอบเขตการวิจัย	6
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
<b>บทที่ 2 เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>9</b>
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรกับความรับผิดชอบทางสังคม	9
2.1.1 แนวคิดและความหมายของความรับผิดชอบทางสังคม	9
2.1.2 งานวิจัยด้านองค์กรกับความรับผิดชอบทางสังคม .	13
2.2 ภาครัฐกิจโรงแรมกับความรับผิดชอบทางสังคม	15
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจโรงแรม	15
2.2.2 มุลินธิใบไม้สีเขียว	17
2.2.3 บทบาทความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจโรงแรมบนเกาะสมุย	18
2.3 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของพนักงาน	22
2.4 การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน	24
2.5 ความพึงพอใจในงาน	27
2.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>29</b>
3.1 การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	29
3.2 ตัวแปรและการวัด	31
3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	32
3.3.1 เครื่องมือวิจัย	32
3.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)	35
3.3.3 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)	35
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	36
3.5.1 การเตรียมข้อมูล	36
3.5.2 การทดสอบขั้นพื้นฐาน	37
3.5.3 สถิติที่ใช้การวิเคราะห์	39
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>41</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล	41
4.1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	44
4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม	46
4.2.1 องค์ประกอบของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม	46
4.2.2 องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม	49
4.2.3 ความพึงพอใจในงาน	51
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงาน	52
4.3.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม	52
4.3.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน	54
4.3.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน	56

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความ รับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานกับความพึงพอใจในงาน	57
4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและ ความพึงพอใจในงาน	57
4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและ ความพึงพอใจในงาน	58
4.5 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากปัจจัยส่วนบุคคล	
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>61</b>
5.1 ผลสรุปการวิจัย	61
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	63
5.2.1 องค์ประกอบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อ สังคมของพนักงานโรงแรม	63
5.2.2 ผลกระทบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน	65
5.3 ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปสู่การปฏิบัติ	68
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของ พนักงาน	68
5.3.2 ข้อเสนอแนะการส่งเสริมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อ สังคมของพนักงาน	70
5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป	71
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>73</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>83</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	84
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	91
ภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ	110
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการทำ Pretest	116
ภาคผนวก จ การแปลผลค่า Factor Loading	119
ภาคผนวก ฉ หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าถึงข้อมูลแบบสอบถาม	125

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ซ ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ : Correlations of the Independent Variable	129
ประวัติผู้เขียน	131

## รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
2.1 ตัวอย่างรายชื่อโรงแรมสีเขียวและตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมสีเขียว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	20
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.3 องค์ประกอบของการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	47
4.4 องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม (Involvement) ในความรับผิดชอบต่อสังคม	50
4.5 ความพึงพอใจในงานของพนักงาน	51
4.6 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม	52
4.7 ระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน	54
4.8 ระดับความความคิดเห็นเกี่ยวกับพึงพอใจในงาน	56
4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจ ในงาน	58
4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจ ในงาน	59
5.1 แผนปฏิบัติการเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	69
5.2 แผนปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อ	70

## รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 พีระมิตความรับผิดชอบต่อสังคม (The Pyramid of Corporate Social Responsibility)	11
2.2 สัญลักษณ์ Green leaf	18
2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	29
3.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง	32
4.1 ผลกระทบของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน	61

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) เป็นประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางสำหรับภาคธุรกิจในปัจจุบัน ด้วยความเชื่อที่ว่า กิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อภาพลักษณ์ของกิจการ (Popoli, 2011) และผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น รายได้ ความไว้วางใจจากลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า (Bhattachaya, Korschun, & Sen, 2009) และข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ กิจการประสบความสำเร็จ (Porter & Kramer, 2006)

อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นเรื่องที่มีการตีความกันหลากหลาย โดยย้อนกลับไปเมื่อประมาณ 60 ปีที่แล้ว Bowen (1953) ได้เขียนไว้ในหนังสือเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจ (Social Responsibilities of the Businessman)” ว่าหน้าที่ของนักธุรกิจ คือ การดำเนินงานในธุรกิจให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กำหนดไว้ โดยยึดแนวปฏิบัติที่ คำนึงถึงคุณค่าทางสังคม และการตีพิมพ์หนังสือเล่มดังกล่าวของ Bowen ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของ การอภิปรายถกเถียงของนักวิชาการถึงแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ยกตัวอย่างเช่น องค์กร World Business Council for Sustainable Development (2011) กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ คำนึงของบริษัทในการ พัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัวรวมถึง คุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน และสังคมโดยรวม” สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2554) ได้นิยามความ รับผิดชอบต่อสังคมคือ การทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายและจรรยาบรรณ เช่น ไม่หลบเลี่ยง กฎหมาย การทำให้พนักงานในองค์กรมีความสุข ได้รับค่าจ้างที่เหมาะสม มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ไม่เบียดเบียนทำร้ายสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวคิดที่ถือได้ว่าเป็นต้นแบบของ การศึกษาเรื่ององค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ แนวคิดเรื่องพีระมิดความรับผิดชอบต่อ สังคม (The Pyramid of CSR) ที่นำเสนอโดย Carroll (1991) โดย Carroll กล่าวว่าธุรกิจควรมี ความรับผิดชอบต่อสังคมใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) (2) ด้านกฎหมาย (Legal responsibility) (3) ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) และ (4) ด้านการมีเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility)

ในบริบทของประเทศไทย Ratanamongkol (2006) กล่าวว่า ภาคธุรกิจต่างๆ มีแนวโน้มในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสูงขึ้น และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กร ตัวอย่างเช่น ในธุรกิจการเงินการธนาคาร (Poolthong & Mandhachitara,

2009; Chomvilailuk & Butcher, 2010) ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าลูกค้าเชื่อมโยงการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ การบริการของธนาคารกับกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบทางสังคมที่ธนาคารทำ และกิจกรรม ดังกล่าวยังมีผลต่อความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อธนาคาร ความจงรักภักดี และทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร และกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เช่น การสื่อสารและโทรคมนาคม การค้าปลีก การปริโตรเลียม และธุรกิจอาหาร สัตว์ ซึ่งส่วนใหญ่แสดงความรับผิดชอบโดยการช่วยเหลือทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลักของธุรกิจ (Srisuphaolarn, 2013) ทั้งนี้ในภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ ก็พบว่าการดำเนินกิจกรรมทางสังคมกันแพร่หลาย โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม

ภาคธุรกิจโรงแรมเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลจาก สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) ชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนโรงแรมและ รีสอร์ทเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยภาคได้มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด คือร้อยละ 36.2 (จากปี 2555 - 2556) สร้างรายได้ให้กับประเทศได้มากกว่า 9 แสนล้านบาท นอกจากนั้นการเติบโตของธุรกิจ โรงแรมยังส่งผลการพัฒนาทางด้านสาธารณสุข ปลอดภัย การคมนาคม การจ้างงานในท้องถิ่น และการช่วยลดปัญหาการว่างงาน โดยอัตราการจ้างงานสาขาโรงแรมและภัตตาคารในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2556 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 หรือ 136,970 คน ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ต่างชาติในปีเดียวกัน (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, 2556)

การขยายตัวของภาคธุรกิจโรงแรมแม้จะส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ใน ขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นอันเกิดจากสาเหตุสำคัญ ได้แก่ การปล่อยน้ำเสีย จากสถานประกอบการลงสู่แม่น้ำและทะเล การกำจัดขยะมูลฝอยที่ไม่มีประสิทธิภาพ การบุกรุก พื้นที่เพื่อสร้างบ้านพักตากอากาศ โรงแรมและรีสอร์ท การทำลายแหล่งน้ำจืด ซึ่งปัญหาเหล่านี้ เกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีการเติบโตทางการท่องเที่ยวแทบจะทุกที่ รวมทั้งเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มี ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการขยายตัวของภาคธุรกิจโรงแรมเช่นเดียวกัน (นครินทร์ อาสะไวย์, 2552) เมื่อทรัพยากรธรรมชาติขาดการดูแลรักษาที่จริงจังจะทำให้ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวด้าน เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนขาดจิตสำนึกร่วมกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หน่วยงานส่วนท้องถิ่นไม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และภาครัฐขาดการรณรงค์ด้านการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้เตาเผาขยะ ซึ่งก่อให้เกิด มลพิษทางอากาศ หรือปัญหาน้ำท่วม ซึ่งเกิดจากการปรับถมพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าของที่ดินที่กระทบต่อ ทางไหลของน้ำ นอกจากนี้โครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมและระบบสาธารณสุข (ไฟฟ้า- น้ำประปา) ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)



เกาะสมุยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยจะเห็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวของเกาะสมุยระหว่างเดือนมกราคม – กันยายน พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 1,563,718 คน เมื่อจำแนกตามสถานที่พัก พบว่าสถานที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าพักได้แก่โรงแรม บังกะโล และรีสอร์ท ในอัตราประมาณร้อยละ 87 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวทำให้นักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจโรงแรมบนเกาะสมุยเป็นจำนวนมากขึ้นในทุกปี และข้อมูลล่าสุดพบว่าโรงแรมที่เปิดดำเนินการอยู่ในอำเภอเกาะสมุย มีทั้งที่เป็นของคนไทยและเป็นสาขาจากต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 441 แห่ง มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 14,653 ห้อง (กรมการท่องเที่ยว, 2558) และการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของเกาะสมุย

ภาคส่วนต่างๆ ในเกาะสมุยทั้งชุมชน ภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐจึงได้ริเริ่มโครงการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหา เช่น โครงการ 7 Greens ซึ่งประกอบด้วย เที่ยวด้วยใจคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Heart) เที่ยวใกล้-ไกลเลือกใช้ (พาหนะ) พลังงานสะอาด (Green Logistics) จัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความยั่งยืน (Green Attraction) เลือกรูปแบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Activity) เที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาเอกลักษณ์ชุมชน (Green Community) จัดการธุรกิจ ตระหนักคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service) และจิตอาสา พาโลกสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Green Plus) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ซึ่งเริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 นำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สร้างความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ทั้งเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดภาวะโลกร้อน และรักษาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ภาคธุรกิจโรงแรมได้ร่วมกันจัดทำโครงการกรีน ไอส์แลนด์ (Green Island - เกาะสีเสียด) โดยร่วมกันลงนามปฏิญญาเกาะสมุย เพื่อช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และภาคธุรกิจโรงแรมก็ตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมกันทำกิจกรรมซึ่งแสดงออกให้เห็นถึงความรับผิดชอบที่องค์กรมีต่อสังคม โดยเฉพาะต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างดังกล่าวได้แก่ โครงการกรีนโปรเจกของโรงแรมบ้านทองทราย ซึ่งเป็นต้นแบบในการรักษาสิ่งแวดล้อมและการเป็นโรงแรมสีเขียวและขยายผลไปยังโรงแรมอีกหลายแห่ง และนำไปสู่ความร่วมมือกับสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ฝั่งตะวันออก (THA-Green) ในการเดินทางกิจกรรมโรงแรมสีเขียวบนเกาะสมุย (นครินทร์ อาสะไวย์, 2552) นอกจากนั้นยังมีโครงการอื่นๆ เช่น Green Leaf Hotel โดยปัจจุบันมีสถานที่พักแรมที่เป็นสมาชิกโครงการใบไม้สีเขียว (Green Leaf) จำนวน 19 โรงแรม และมีโรงแรมที่มีชื่อเสียงในการเป็นโรงแรมที่มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม (Green Policy) ทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรมมาเป็นระยะเวลายาวนานตั้งแต่

การเริ่มก่อตั้ง ได้แก่ โรงแรมบ้านทองทราย โรงแรมดิอิมพีเรียล สมุย โรงแรมโนรา บีช รีสอร์ทแอนด์ สปา

ผลตอบรับของนักท่องเที่ยวจากการที่ภาคธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุยให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อทางสังคม มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับธุรกิจ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ศักยภาพในการแข่งขันเรื่องความสามารถทางธุรกิจ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การมีส่วนร่วมและการให้การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น (Bhattachaya et. al., 2009) แต่เนื่องจากความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจเป็นกิจกรรมที่ค้ำึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วน ไม่เพียงแต่เฉพาะสิ่งแวดล้อม ลูกค้า ชุมชนท้องถิ่น หรือผู้ถือหุ้น แต่รวมไปถึงพนักงานขององค์กร ที่เป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญต่อการดำเนินงานด้านการบริการของธุรกิจโรงแรม เพราะพนักงานถือเป็นบุคลากรสำคัญในการขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรธุรกิจ (Popoli, 2011; ธัญชนก วงใส, 2553; พวงชมพู โจนส์, 2557; สถาบันไทยพัฒนา, 2555) ดังนั้น แนวคิดสำคัญสำหรับธุรกิจที่ต้องการแสดงความรับผิดชอบต่อทางสังคม คือการสร้างพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลให้มีความมั่นคงในอาชีพการงาน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของการบริหารทรัพยากรบุคคลและความรับผิดชอบต่อสังคมจึงมีความสำคัญและควรได้รับการพัฒนา (ธนากร มูลพงศ์, 2553)

งานวิจัยและงานด้านวิชาการเกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมในบริบทของการบริหารงานบุคคลที่พบในปัจจุบันมีความหลากหลาย เช่น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามแนวทางความรับผิดชอบต่อทางสังคม (सानิตย์ หนูนิล, 2556) ความรับผิดชอบต่อทางสังคมในฐานะที่เป็นเครื่องมือในระบบควบคุมทางการจัดการ (Management Control) (Costas & Karreman, 2013) ปัจจัยด้านคุณค่าที่ผู้จัดการองค์กรยึดถือเกี่ยวกับการสร้างกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อทางสังคม (Merali, 2010) บทบาทของนักทรัพยากรบุคคลต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคม (จิระพงศ์ เรืองกุล, 2556; ธนากร มูลพงศ์, 2553) ปัจจัยที่ทำให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร (Voluntary activities) (Longenecker, Beard, & Scazzero, 2013) ผลกระทบจากการให้พนักงานร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร (Paco & Nave, 2013; Barkay, 2012) การตอบสนองของพนักงานต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กร (Vlachos, Epitropaki, Panagopoulos, & Rapp, 2013) ความรับผิดชอบต่อทางสังคมกับการสร้างความพึงพอใจของพนักงาน (Bauman & Skitka, 2012) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมขององค์กรที่มีผลต่อการสมัครงาน (Evans & Davis, 2011) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อทางสังคมที่มีต่อความผูกพันในงาน (ชมพูนุท บุญประเสริฐ, 2012) เป็นต้น

การศึกษาในบริบทที่เกี่ยวข้องกับพนักงานในองค์กรได้รับความสนใจในวงกว้าง เพราะการส่งมอบคุณค่าความรับผิดชอบต่อทางสังคมไปสู่กลุ่มพนักงานซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรสามารถทำได้ผ่านกิจกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคล (ธนากร มูลพงศ์, 2553) และการให้พนักงานได้รับปลูกฝังการสร้างคุณประโยชน์ให้สังคม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมจะเป็น

ผลดีต่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ และความสามารถในการแข่งขัน (อภิชัย ศรีเมือง, 2008) ในขณะที่ สานิตย์ หนูนิล (2556) กล่าวว่าประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมประการสำคัญประการหนึ่งของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมคือ ประโยชน์ที่จะเกิดแก่พนักงาน กล่าวคือ พนักงานเกิดความภาคภูมิใจและมีความสุขกับการทำงานในองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นความสุขที่นอกเหนือจากตัวเงิน งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงาน อันจะนำไปสู่ความรู้สึกรักผูกพันและความเชื่อมั่นที่พนักงานมีต่อองค์กร รวมทั้งความพึงพอใจในงาน (ชมพูนุท บุญประเสริฐ, 2012; Lee, Kim, Lee, & Li, 2012; Lee, Park, & Lee, 2013)

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน เพื่อนำไปสู่แนวทางในการเสนอแนะกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรบุคคลบนฐานความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้แก่พนักงาน ทั้งนี้งานวิจัยมุ่งเน้นไปยังพนักงานในภาคธุรกิจโรงแรม ซึ่งยังมีการศึกษาในจำนวนน้อยในบริบทของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคธุรกิจโรงแรมในมุมมองอื่นๆ เช่น การบริหารจัดการ รูปแบบการดำเนินงานด้านสังคม (เช่น พวงชมพู โจนส์, 2557; Khunon & Muangasame, 2013; Henderson, 2007)

## 1.2 คำถามการวิจัย

การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรมส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานหรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

(1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

(2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

(3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม

(4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ และการมีส่วนร่วม ในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (Hypothesis 1: H1) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 4 ด้าน

สมมุติฐานที่ 2 (Hypothesis 2: H2) การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 2 ด้าน

สมมุติฐานที่ 3 (Hypothesis 3: H3) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจการทำงาน

สมมุติฐานที่ 4 (Hypothesis 4: H4) การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) ทราบว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน

(2) ทราบว่าการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน

(3) เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลตามแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อส่งเสริมความพึงพอใจในงาน

### 1.6 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และกำหนดขอบเขตการวิจัย 4 ด้าน ประกอบด้วย

(1) **เขตเขตด้านประชากร** คือพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่หรือทำงานประจำในโรงแรมที่เป็นสมาชิกโครงการใบไม้เขียว (Green Leaf) ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 19 โรงแรม ซึ่งมีจำนวนพนักงานที่จะเป็นกลุ่มประชากรประมาณ 1,900 คน และกลุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 318 คน

#### (2) ขอบเขตด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง (Self-administered questionnaire) คำถามที่ใช้ในแบบสอบถามมี 2 ประเภท ได้แก่ คำถามแบบเปิดและคำถามแบบปิด โดยใช้มาตรวัดแบบสเกลทัศนคติ (Likert Scale) กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็นไว้ 7 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยค่อนข้างเห็นด้วย เฉยๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

#### (3) ขอบเขตด้านพื้นที่

อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถูกเลือกให้เป็นพื้นที่วิจัย เพราะเกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของโรงแรมที่มีความโดดเด่นในกิจกรรมเพื่อสังคม ที่เป็นสมาชิกของโรงแรมสมาชิก มูลนิธิใบไม้สีเขียว (Green leaf hotels)

#### (4) ขอบเขตด้านเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาข้อมูล เก็บข้อมูลประชากรและสรุปผลการศึกษา ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2556 ถึงเดือนพฤษภาคม 2558

### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้นิยามศัพท์ในขอบเขต ดังนี้

#### ตารางที่ 1.1 นิยามศัพท์

คำศัพท์	ความหมาย
ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social responsibility: CSR)	การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านการมีเมตตาธรรม (Carroll, 1991)
การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคม (Perception about CSR)	ระดับที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่องค์กรดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคม (Lee et al., 2013)
การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม (Involvement in CSR)	การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม (กรณีศึกษา อังคทาภิวัฒน์, 2552)
ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction)	ความรู้สึกยินดีหรืออารมณ์ที่แสดงออกในด้านบวกอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการทำงาน (Lee et al., 2012)
พนักงาน (Employees)	บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่หรือทำงานประจำในโรงแรมสมาชิกมูลนิธิใบไม้สีเขียว
โรงแรมสีเขียว (Green leaf hotel)	โรงแรมที่เป็นสมาชิกมูลนิธิใบไม้สีเขียว

## บทที่ 2

### เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2 นำเสนอการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการอภิปรายออกเป็น 4 ส่วนที่สำคัญได้แก่ (1) แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม (2) ภาครัฐกิจโรงแรมกับความรับผิดชอบต่อสังคม และ (3) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม ความพึงพอใจในงานของพนักงาน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม

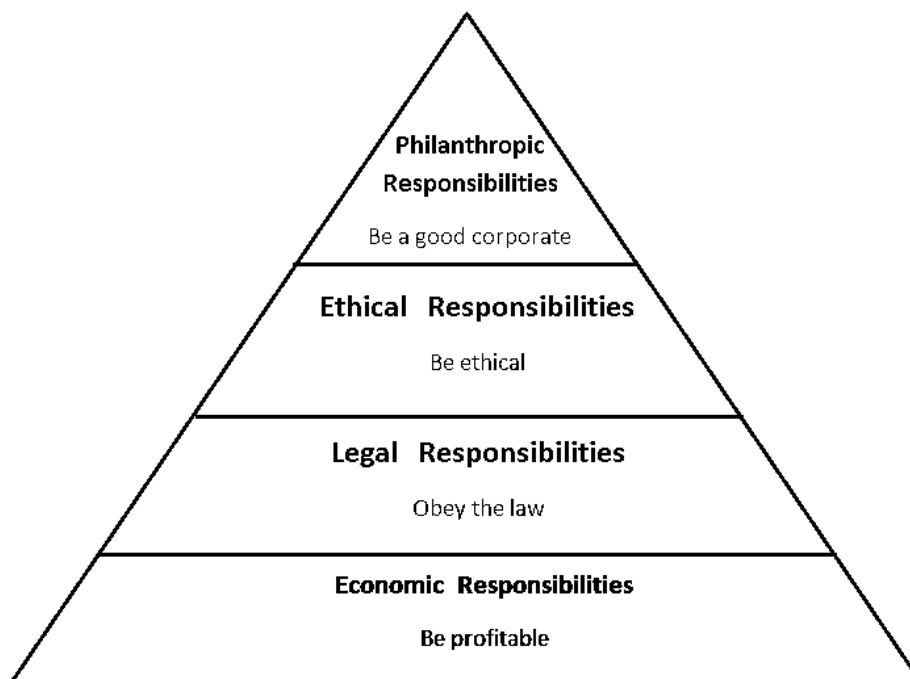
##### 2.1.1 แนวคิดและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม หรือในชื่อภาษาอังกฤษว่า Corporate Social Responsibility (CSR) ไม่ได้มีกรอบความหมายที่ชัดเจน ในความหมายกว้างๆ McWilliams and Sigels (2001) กล่าวว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมคือพฤติกรรมการทำงานขององค์กรที่เป็นมากกว่าการหาผลกำไรและการปฏิบัติตามกฎหมาย” อย่างไรก็ตาม นักวิชาการจำนวนมากเสนอแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมไว้หลากหลายจากมุมมอง ได้แก่

ประการที่หนึ่ง ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการแสดงออกถึงการเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชนที่สถานประกอบการตั้งอยู่ เช่น Baker (2003) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวคิดที่ใกล้เคียงกับแนวคิดเรื่อง ความเป็นพลเมืองของบริษัท (Corporate Citizenship) ซึ่งถือว่าองค์กร คือสมาชิกหนึ่งของสังคมที่ต้องให้ความช่วยเหลือผู้คนในสังคม พนักงานขององค์กร รวมทั้งดูแลสิ่งแวดล้อมชุมชนเพื่อให้สังคมดำเนินไปอย่างมีความสุข

ประการที่สอง นักวิชาการบางส่วนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร (Corporate Sustainability) (วัลลภา เฉลิมวงศาเวช, 2555) แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลของวารสารจากหอการค้าไทย (หอการค้าไทย, 2550) ซึ่งนำเสนอประสบการณ์ของนักธุรกิจชั้นนำของประเทศไทย จำนวน 100 ท่าน โดยผู้บริหารทุกท่านมีนโยบายในการบริหารธุรกิจที่คำนึงถึงหุ้นส่วน ลูกค้า และพนักงานควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งเป็นเครื่องมือในการแสดงความมุ่งมั่นขององค์กรที่มีความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความรับผิดชอบต่อสังคมนี้เองที่เป็นปัจจัยส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

ประการสุดท้าย ได้แก่ แนวคิดในการจำแนกประเภทหรือองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่ออย่างเป็นรูปธรรม (Carroll, 1991; สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552; วีระวัฒน์ ปันนิตามัย, 2553; ธัชวราณ กนิษฐพงศ์, 2552) ตัวอย่างเช่น ธัชวราณ กนิษฐพงศ์ (2552) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มบริษัทเดินโซ่ ประเทศไทย และสรุปว่า ความท้าทายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ ความรับผิดชอบต่อในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม (2) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และ (3) ความรับผิดชอบต่อบุคลากรของบริษัท ในขณะที่ วีระวัฒน์ ปันนิตามัย (2553) แบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมโดยพิจารณาจากกรอบผลประโยชน์จากกิจกรรมเพื่อสังคมออกเป็นสามระดับ ได้แก่ ในระดับบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยสร้างจิตอาสาและส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมแก่พนักงาน ในระดับองค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยสร้างประโยชน์ต่อองค์กรทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน เช่น ความเชื่อมั่นของประชาชน การดึงดูดผู้มีวุฒิสมาชิกเข้ามาทำงาน และการเสริมสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ขององค์กร และในระดับประเทศ ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยลดปัญหาความยากจน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างธรรมาภิบาล ซึ่งสังเกตได้ว่าแนวคิดสุดท้ายนี้มีความเชื่อมโยงกับการบริหารงานบุคคลขององค์กร ในมุมมองที่สะท้อนจากหน่วยงานด้านการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552) ให้ข้อสรุปว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรประกอบไปด้วย (1) การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (2) การรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และ (3) การพัฒนาชุมชนดูแลสิ่งแวดล้อม และแนวคิดการแบ่งประเภทหรือองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีการกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวางแวดวงวิชาการ ได้แก่แนวคิดพีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคม (The Pyramid of CSR) ซึ่งเสนอโดย Carroll (1991) ที่ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจประกอบด้วยความรับผิดชอบต่อ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) ด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) และด้านเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility) ดังปรากฏในภาพที่ 2.1 งานวิจัยฉบับนี้ ใช้องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของ Carroll (1991) เป็นแนวทางในการศึกษา จึงนำเสนอเนื้อหาสาระ และการอภิปรายแนวคิดดังกล่าวดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1: พีระมิตความรับผิดชอบต่อสังคม

(The Pyramid of Corporate Social Responsibility)

แหล่งที่มา : Carroll (1991)

องค์ประกอบด้านแรก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) Carroll (1991) ให้นิยามความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจว่า หน่วยงานธุรกิจจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและบริการโดยมีแรงจูงใจหลักคือผลกำไรและต้องเป็นกำไรสูงสุดกล่าวคือองค์การธุรกิจจะต้องรับผิดชอบต่อสร้างผลกำไรให้เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น (Shareholders) ในขณะเดียวกันการผลิตสินค้าและบริการนั้นต้องดำเนินไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการบริโภคสินค้าของตลาดอย่างเพียงพอ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจนี้ถือเป็นความรับผิดชอบพื้นฐานของธุรกิจทุกประเภท

องค์ประกอบด้านที่สอง ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal Responsibility) ซึ่งตามการนิยามของ Carroll (1991) คือ การดำเนินธุรกิจใดใดก็ตามภายใต้กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่ภาครัฐเป็นผู้กำหนด ถือเป็นสัญญาประชาคม (Social contract) ซึ่งในที่นี้รวมความถึงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับสากล การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายถือเป็นความผิดที่มีบทลงโทษ และเป็นการกระทำอันขาดความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างร้ายแรง ด้วยเหตุนี้้องค์กรธุรกิจจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาเรื่องของตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ ตัวอย่างงานวิจัยของ วิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) ที่พบว่า ธุรกิจต้องผลิตสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้โดยไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค



ต่อมางานวิจัยของ Lee et al. 2012 ศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีมุมมองเกี่ยวกับองค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการจ้างงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน ต้องไม่ลืมที่จะจัดอบรมความรู้กฎหมายแรงงานให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ งานวิจัยของ จณิน เอี่ยมสะอาด (2550) ศึกษาเรื่องรูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย พบว่าธุรกิจควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดแนวปฏิบัติคือการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต การให้ความสำคัญกับการอบรม และมีนโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ และ อภิชัย ศรีเมือง (2549) พบว่า องค์กรธุรกิจไม่ว่าจะใหญ่หรือจะเล็กก็ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น องค์กรธุรกิจจะละเมิดกฎหมายไม่ได้

ประกอบด้านที่สาม คือความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรม (Ethical Responsibility) ในขณะที่การปฏิบัติตามกฎหมายคือเป็นความรับผิดชอบต่อภาคบังคับของธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรมไม่ได้ถูกกำหนดเป็นภาคบังคับอย่างชัดเจน แต่เป็นสิ่งที่สังคมคาดหวังจากองค์กร (Carroll, 1991) ความมีจริยธรรมเป็นสิ่งที่ดีอันควรกระทำ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความมีศีลธรรม (Moral) คุณธรรม (Virtue) และความยุติธรรม (Justice) จริยธรรมเป็นพื้นฐานของการกำหนดกฎหมาย (Lantos, 2000) และที่สำคัญการทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเป็นสิ่งที่คนในสังคมให้ความคาดหวังที่จะได้รับจากองค์กรธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรมจึงเป็นความรับผิดชอบต่อในระดับสูง เช่นเดียวกับ จินตนา บุญบงการ (2555) ที่แสดงแนวคิดที่ว่า จริยธรรมธุรกิจ (Business Ethics) คือสิ่งที่ธุรกิจควรยึดมั่นและเช่นเดียวกับที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม รูปแบบพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรมเช่น ความเสมอภาคในการจ้างงาน การไม่ติดสินบน สวัสดิการที่มีความเป็นธรรม การไม่โฆษณาเกินจริง เป็นต้น

องค์ประกอบด้านสุดท้าย ได้แก่ความมีเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่อยู่บนยอดสุดของปลายพีระมิด แต่นั่นไม่ได้ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ได้รับการตีความว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญที่สุด ในทางตรงกันข้าม Carroll (1991) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมนี้ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกบังคับด้วยกฎหมาย ไม่ถูกตีกรอบด้วยความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหมือนความรับผิดชอบต่อเชิงจริยธรรม และนั่นหมายความว่า เป็นกิจกรรมที่องค์กรเลือกที่จะดำเนินการหรือไม่ก็ได้ หากองค์กรไม่ได้ทำกิจกรรมในเชิงความช่วยเหลือสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตา และความใจบุญ องค์กรก็จะไม่ถูกสังคมกล่าวโทษว่าทำผิดจริยธรรมแต่อย่างใด Carroll ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า การดำเนินการด้านนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมขององค์กรในส่วนของทรัพยากรเช่น เงิน และกำลังคน กิจกรรมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมและความใจบุญ เช่น การส่งเสริมสวัสดิภาพของประชาชน การลดหย่อนค่าใช้จ่ายด้านศิลปะ การช่วยเหลือด้านเงินทองหรือสิ่งของ การช่วยเหลือด้านการศึกษา การอาสาช่วยเหลือสนับสนุนโครงการด้านคุณภาพชีวิต ทั้งนี้พบว่ารูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมนี้เป็นกิจกรรมที่

ธุรกิจจำนวนมากทำและใช้ประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อองค์กร โดยเห็นได้จากการสื่อสารองค์กรผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจจำนวนมาก และมองว่าความรับผิดชอบต่อในรูปแบบนี้ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดี (Porter & Kramer, 2002)

### 2.1.2 งานวิจัยด้านองค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม

งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจมีผลต่อทั้งองค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนการดำเนินงานของธุรกิจ สถาบันไทยพัฒนา (2555) กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือ การใช้ทรัพยากรจากภายนอกเพื่อสร้างสังคมที่จะทำให้มนุษย์อยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุขภายใต้เงื่อนไขของความถูกต้อง โปร่งใส และการมีจริยธรรมที่ดี มุ่งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการ รวมถึงสังคมโดยรวม ในขณะที่เดียวกัน พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2555) พบว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรและการมีกิจกรรมการดำเนินงานเพื่อสังคมจะเพิ่มความโดดเด่นและเป็นการเพิ่มคุณค่า ซึ่งเป็นเครื่องมือในการแสดงความมุ่งมั่นขององค์กรที่มีต่อความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการรวบรวมข้อมูลของวารสารของหอการค้าไทย (หอการค้าไทย, 2550) ในการประมวลผลประสพการณ์ของ 100 นักธุรกิจชั้นนำของไทย เพื่อที่จะประคับประคององค์กรให้ยั่งยืน โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และการดำเนินกิจการด้วยความไม่ประมาทและยั่งยืน

ในประเด็นถัดมา ความรับผิดชอบต่อสังคมมีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร รพีพรรณ ฉัตรเลิศยศ (2556) พบว่า การที่องค์กรเสียสละทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกองค์กรในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม อันแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อลูกค้า พนักงาน ชุมชน ผู้ลงทุน หรือแม้กระทั่งพนักงานภาครัฐ จะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และยังช่วยให้องค์กรมีความเจริญก้าวหน้าด้วยความมั่นคงและยั่งยืน ตัวอย่างจากการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) พบว่า เมื่อบริษัทแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น 1) โครงการซีพีเอฟเพื่อชีวิตยั่งยืน ซีพีเอฟร่วมกับองค์กรสาธารณกุศล คือ มูลนิธิพัฒนาชีวิตชนบท เพื่อสานต่อเจตนารมณ์ การดำเนินกิจกรรมด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนให้สอดคล้องกับแนวพระราชดำริ ผ่านการประสานงานกับทุกหน่วยงานในองค์กร และหน่วยงานภายนอกหลายภาคส่วน ตลอดจนอาสาสมัคร องค์กรเอกชนและสาธารณกุศล 2) โครงการรวมพลังหนุนชุมชน ลดไฟฟ้า ลดหมอกควัน โดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม 3) การส่งพนักงานเข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ อาทิ โครงการพัฒนาบริษัทจดทะเบียนด้านการจัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม และโครงการอบรม CSR หลักสูตรการบริหารความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และ 4) โครงการประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงปัญหาและร่วมมือกันแก้ไข จะนำไปสู่ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท ในอนาคต พร้อมนำภาคเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สู่ความยั่งยืนไปบนเส้นทางเดียวกัน ในการจัดทำโครงการต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค และสุดท้ายส่งผลต่อการ

การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ (วรทัย ราวินิจ, 2549) ซึ่งนั่นเป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจจำนวนมากกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ผ่านการเชื่อมโยงกับทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและบริการ ทัศนคติต่อพนักงาน และความน่าเชื่อถือขององค์กร ดังที่ปรากฏกับบริษัทสิงห์ คอร์ปอเรชั่น (นิสากร โลกสทธิ, 2551)

ประเด็นที่สาม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อลูกค้า คู่ค้า และชุมชน สถาบันไทยพัฒนา (2555) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในประเทศไทย พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับของลูกค้า สามารถดำเนินการได้ในหลายรูปแบบ ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่ามากกว่ามูลค่า ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค การให้ข้อมูลขององค์กรและตัวผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอและอย่างถูกต้องเที่ยงตรง มีการให้บริการลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับของคู่ค้า ได้แก่ การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันหรือการรวมกลุ่มในแนวตั้งตามสายโซ่อุปทาน ความรอบคอบระมัดระวังในการประสานประโยชน์อย่างเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบเปรียบต่อคู่ค้า และความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับของชุมชนและสภาพแวดล้อม ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ได้แก่ การสงเคราะห์เกื้อกูลชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ การส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในตำแหน่งงานต่างๆ ในองค์กร การสนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สุดท้ายแล้ว จะเป็นการสร้างคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและชุมชน รวมถึงภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือขององค์กร (ปจิตราภรณ์ หวังเจริญสุข, 2550)

สุดท้าย ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลกระทบต่อพนักงานองค์กร จากกรณีศึกษาของนิคมอุตสาหกรรมนวนคร พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงาน รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้าและพนักงาน ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรมทำให้บริษัทเป็นองค์กรที่ถูกต้อง ทำให้บุคคลในบริษัทรู้สึกที่ตนเองได้มีส่วนร่วมในด้านต่างๆ และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การทุ่มเทของพนักงานเกิดจากการที่พนักงานเชื่อว่าอนาคตการทำงานขึ้นอยู่กับบริษัท และเต็มใจที่จะเสียสละเพื่อองค์กร ยิ่งบริษัททุ่มเทให้การเอาใจใส่ดูแลพนักงานมากเท่าใด พนักงานก็จะยิ่งใส่ใจและรักองค์กรมากเท่านั้น การที่องค์กรมีการบริหารงานอย่างมีจริยธรรมมีผลต่อพนักงานมาก ทำให้เกิดความรู้สึกจงรักภักดีต่อนายจ้าง (ธัญชนก วงใส, 2553) พนักงานถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จหรือไม่ จึงขึ้นอยู่กับระดับการมีส่วนร่วมของพนักงาน การให้ความสำคัญของผู้บริหาร การสื่อสารภายในองค์กร และความต่อเนื่องในการดำเนินงาน

(มูลนิธิรักษ์ไทย, 2553) ทั้งนี้ ความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กร นอกจากจะส่งผลในทางบวกต่อความภักดีต่อพนักงานแล้ว ยังส่งผลในทางบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของพนักงาน (สุธร จิตรรุ่งเรือง, 2551) และความเชื่อมั่น ความผูกพันกับองค์กรอันเกิดจากความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน และสุดท้ายจะช่วยลดอัตราการลาออกจากงาน (Lee et al., 2012)

อย่างไรก็ตามงานวิจัยในประเทศไทยที่ศึกษาผลกระทบของความรับผิดชอบต่อพนักงานในบริบทของธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะภาคธุรกิจโรงแรมยังมีจำนวนจำกัด (เช่น ชมพูนุท บุญประเสริฐ, 2012; ธนากร มูลพงศ์, 2553) งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาเพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานในความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน เพื่อนำไปสู่การสร้างแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลที่เชื่อมโยงกับแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมต่อไป

## 2.2 ภาคธุรกิจโรงแรมกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ความตื่นตัวในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้เกิดเฉพาะในกลุ่มภาคธุรกิจอุตสาหกรรมหรือธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค หากแต่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวโดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรมก็หันมาตระหนักถึงความสำคัญ และประโยชน์ของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้น หัวข้อที่ 2.2 นำเสนอเนื้อหาในด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม มูลนิธิใบไม้สีเขียว และบทบาทการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมบนเกาะสมุย

### 2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม

ในปัจจุบัน นักวิชาการให้ความสนใจกับการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในภาคธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจโรงแรม ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า (หงสกุล เมสนุกูล, 2555; Chafe & Honey, 2005; Miller, 2003) และ ผู้ประกอบการ (Merwe & Wocke, 2007; Sodhiban, 2553; Sheldon & Park, 2011)

จากด้านลูกค้า งานวิจัยในประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสนใจกับการเลือกสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่นบริษัททัวร์และโรงแรม ที่มีการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น (Chafe & Honey, 2005; Miller, 2003) ในประเทศไทย หงสกุล เมสนุกูล (2555) ศึกษาแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พักตามมาตรฐานโรงแรมใบไม้สีเขียวของ ซิกเซ็นส์ โฮเทลเวย์ เกาะยาวน้อย จังหวัดภูเก็ต พบว่าแนวคิดเรื่องการสร้างโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel Concept) ได้รับความนิยม และเป็นที่คาดหวังของกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและได้ถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายที่สำคัญของธุรกิจที่พักแรม ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในปัจจุบันจึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องใส่ใจและวางแผนนโยบายการใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการดึงดูดลูกค้า และเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและสร้างความแตกต่างจากการแข่งขันกับธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกันดี เป็นอย่างดี

จากด้านของผู้ประกอบการ ในสหรัฐอเมริกา นักวิจัยพบว่า ธุรกิจทั้งด้านท่องเที่ยวและโรงแรมทำกิจกรรมเพื่อสังคมในหลายด้าน ได้แก่ การดูแลแหล่งท่องเที่ยว (เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น) การใช้นโยบายสีเขียว (เช่น การคัดแยกขยะและนำกลับมาใช้ใหม่ การจัดการของเสีย เป็นต้น) การสนับสนุนชุมชนและสังคม (เช่น กิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ) การทำธุรกิจ (เช่น การยึดความเป็นธรรมจริยธรรม การเลือกทำธุรกิจกับบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น) และการบริหารบุคคล (เช่น การจ้างอย่างเป็นธรรม การจ้างแรงงานท้องถิ่น เป็นต้น) (Sheldon & Park, 2011) นอกจากนี้ การศึกษาการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในแถบแอฟริกา พบว่าโรงแรมส่วนใหญ่ไม่ได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะอุปสรรคที่สำคัญคือการขาดความรู้ความเข้าใจในความหมายของความสำเร็จทางสังคม และขาดการตระหนักถึงความสำคัญที่ต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Merwe & Wocke, 2007) งานวิจัยล่าสุด ในประเทศซิมบับเว ที่ศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ และรายงานผลปฏิบัติการของโรงแรมจำนวน 23 แห่ง แสดงผลการวิจัยที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ โรงแรมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้มากกว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Nyahunzvi, 2013)

ในประเทศไทย Henderson (2007) ศึกษาการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต หลังเหตุการณ์สึนามิทางฝั่งอันดามันของประเทศไทย พบว่ากิจกรรมที่โรงแรมส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงการมีเมตตาธรรม (Philanthropic activities) เช่น การสร้างบ้านและโรงเรียนให้ชุมชน การให้ความช่วยเหลือเด็กกำพร้า เป็นต้น นอกจากนี้ Sodhbiban Pichai (2553) ศึกษาเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ปรัชญาและแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจบริการประเภทที่พักแรมในภาคเหนือ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ภายใต้หลักการการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ด้าน คือ สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ประกอบกับหลักการของ United Nation Global Compact 10 ประการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนมาตรฐานแรงงานสิ่งแวดล้อม และการไม่ยอมรับการโกงกิน- ตัดสินบน และทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียของกิจการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ผู้ถือหุ้นและเจ้าของ ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่งขัน เจ้าหนี้ ชุมชนท้องถิ่น และรัฐบาล และยังใช้กรอบปรัชญาและแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผลจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นแนวคิดเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจแบบเป็นธรรม รับผิดชอบต่อสังคม และยั่งยืน เน้นปรัชญาและหลักการของเศรษฐกิจพอเพียงและล่าสุด Khunon & Muangasame (2013) ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานเพื่อสังคมนระหว่างโรงแรมที่คนไทยเป็นเจ้าของ (ชุมพร คาบาน่า) และโรงแรมในเครือจากต่างประเทศ (บันยันทรี่ กรุงเทพฯ) พบว่า ส่วนที่คล้ายกันของทั้ง 2 โรงแรมคือ การที่ผู้บริหารกำหนดให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นวิสัยทัศน์องค์กร แต่ในส่วนที่แตกต่างกันคือ โรงแรมในเครือต่างประเทศมีความชัดเจน

มากกว่าในเรื่องการวาง พันธกิจ วัตถุประสงค์ และการวางแผนในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะโรงแรมในเครือต่างประเทศมีความเข้มแข็งกว่าโรงแรมในท้องถิ่นในเรื่องของการ บริหารจัดการและทรัพยากร

ในขณะที่งานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจโรงแรมจากมุมมองของ ลูกค้าและผู้ประกอบการมีความหลากหลายในเชิงพื้นที่ แต่งานวิจัยดังกล่าวที่ศึกษาจากมุมมองของ พนักงานโรงแรมนั้นมีจำนวนน้อยมาก โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับ งานวิจัยเกี่ยวกับความ รับผิดชอบต่อทางสังคมและพนักงานในบริบทอื่นๆที่ไม่ใช่ธุรกิจโรงแรม ทั้งในต่างประเทศและใน ประเทศไทย ซึ่งความขาดแคลนงานวิจัยในเรื่องดังกล่าวนี้ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษา เพิ่มเติมเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับองค์กรกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมให้มีหลากหลาย และ ครอบคลุมในทุกภาคธุรกิจ

### 2.2.2 มูลนิธิใบไม้สีเขียว (Green Leaf Foundation)

เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2541 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาคมโรงแรม ไทย โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง ประเทศไทย สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการประปานครหลวง ร่วมกันก่อตั้งมูลนิธิใบไม้ สีเขียว (Green Leaf Foundation) เพื่อเป็นองค์กรที่สนับสนุนธุรกิจที่พักแรมในการอนุรักษ์และดูแล สิ่งแวดล้อม ซึ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงานและพัฒนา คุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยมีการเสนอแนวคิดโรงแรมสีเขียว (Green Leaf Hotel) และได้ร่วมกัน กำหนดมาตรฐาน Green Leaf เพื่อเป็นบรรทัดฐานให้แก่โรงแรมหรือผู้ประกอบการสถานที่พักแรม ประเภทอื่นๆ ที่มีความประสงค์จะเข้าร่วมโครงการ Green Leaf Hotel ได้ดำเนินกิจกรรมตาม มาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้มาตรฐานส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงานตาม วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งองค์กร Green Leaf มาตรฐานดังกล่าว ประกอบด้วย 11 หมวดคือ (1) นโยบายและมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม (2) การจัดการของเสีย (3) ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และน้ำ (4) การจัดซื้อ (5) คุณภาพอากาศภายในอาคาร (6) มลพิษทางอากาศ (7) มลพิษทางเสียง (8) คุณภาพน้ำ (9) การเก็บรักษา ใช้ และจัดการเชื้อเพลิง แก๊ส และสารพิษ (10) ผลกระทบต่อ ระบบนิเวศ และ (11) การมีส่วนร่วมกับชุมชนและองค์กรท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

ในระยะเวลาที่มากกว่าทศวรรษของการจัดตั้งองค์กร Green Leaf และโครงการโรงแรม สีเขียว มีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมให้ความสนใจร่วมเป็นสมาชิกมากกว่า 105 แห่งทั่วประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ลูกค้าและนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวได้ โดยสังเกตจากสัญลักษณ์ Green leaf หรือสัญลักษณ์รูปใบไม้สีเขียว ดังแสดงในภาพที่ 2.2 ซึ่งมี เฉพาะโรงแรมสมาชิกในโครงการเท่านั้นที่มีสิทธิ์ในการใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเป็นโรงแรมที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม



## ภาพที่ 2.2 สัญลักษณ์ Green leaf

แหล่งที่มา : จากเว็บไซต์ [www.greenleafthai.org/th/](http://www.greenleafthai.org/th/)

นอกจากการร่วมจัดตั้งและสนับสนุนโครงการ Green Leaf Foundation แล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อในอีกหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมอบรางวัล Best Practice ให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมที่มีความโดดเด่นในการบริหารธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ เช่นรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้าน CSR (Corporate Social Responsibilities Awards) และในระดับอาเซียนเช่นรางวัล ASEAN Green Hotel Award และรางวัล Stickiest Green Booth เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

### 2.2.3 บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมบนเกาะสมุย

เกาะสมุยเป็นอำเภอหนึ่งในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่จำนวน 53 เกาะ มีเนื้อที่รวมทั้งหมดประมาณ 314 ตารางกิโลเมตร ในบรรดาเกาะต่างๆเหล่านี้ เกาะสมุยเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีผู้นอนอาศัยอยู่มากที่สุด โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเกาะสมุย คือการทำเกษตรกรรมโดยพืชเศรษฐกิจที่สำคัญคือมะพร้าว ซึ่งมีผลผลิตรวม 66,436.24 ตัน/ปี (สำนักงานเกษตรอำเภอเกาะสมุย, 2554) รองลงมา คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การค้า และบริการ ซึ่งการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเห็นได้จากรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 11,314.59 ล้านบาท (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกาะสมุย, 2556)

ในบริบทของภาคธุรกิจโรงแรม จากการสำรวจล่าสุด พบว่า โรงแรมและรีสอร์ทบนเกาะสมุยมีจำนวน 426 แห่ง รวมจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 15,449 ห้อง (บรรยายสรุปอำเภอเกาะสมุย, 2556) และยังคงขยายตัวออกไปอย่างต่อเนื่อง การเติบโตดังกล่าวเป็นการเติบโตแบบก้าวกระโดดที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนชาวเกาะ ก่อให้เกิดวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมมากมาย ทั้งปัญหาน้ำเสียจากสถานประกอบการที่ไหลลงสู่แม่น้ำและทะเล ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหา

การบุกรุกที่ดินป่าบนภูเขา เพื่อสร้างบ้านพักตากอากาศ โรงแรม และรีสอร์ท การทำลายแหล่งน้ำจืด และปัญหาน้ำท่วมในทศวรรษที่ผ่านมา จากการตระหนักถึงผลกระทบเหล่านี้ คนในท้องถิ่นจึงได้ประสานความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหา โดยการจัดทำโครงการ Green Island และร่วมกันลงนามปฏิญญาเกาะสมุย เพื่อช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ (นครินทร์ อาสะไวย์, 2552)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำโครงการ 7 Greens Concept มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ซึ่งถือเป็นแนวทางให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ทั้งเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้ร่วมมือกันในการดำเนินการเพื่อลดภาวะโลกร้อนและรักษาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้การส่งเสริมในการเพิ่มความตระหนักรู้การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ซึ่งโครงการ 7 Greens ประกอบด้วย เที่ยวด้วยใจคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Heart) เที่ยวใกล้-ไกลเลือกใช้ (พาหนะ) พลังงานสะอาด (Green Logistics) จัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความยั่งยืน (Green Attraction) เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Activity) เที่ยวอย่างรู้ค่ารักษาเอกลักษณ์ชุมชน (Green Community) จัดการธุรกิจ ตระหนักคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Service) และจิตอาสา พาโลกสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Green Plus) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) และตั้งแต่ปลายปี 2551 เป็นต้นมากลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะสมุยได้ร่วมมือกันจัดโครงการ “Green Island Project Koh Samui” โดยความหมายของ Green Island ครอบคลุมทุกส่วนบนเกาะสมุย ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ พรรณไม้ที่ช่วยให้เกาะสมุยสวยงาม มีอากาศสดชื่น พื้นดินอุดมสมบูรณ์ ความกลมกลืนของสิ่งปลูกสร้างกับสภาพแวดล้อม ระบบรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสำนึกของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ประชาชนผู้อยู่อาศัย หน่วยงานราชการ ซึ่งต่างมีหน้าที่และมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและรักษาธรรมชาติที่สวยงามและวิถีชีวิตท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยให้กลับมาดังเดิม รวมถึงแสวงหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีโครงการที่ทำให้มีส่วนร่วมในการทำให้เกาะสมุยเป็นเกาะสีเขียว เช่น โครงการกำจัดขยะ โครงการลดการใช้พลาสติก โครงการประหยัดพลังงาน โครงการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและผลิตภัณฑ์รีไซเคิล รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานขององค์กรและลูกค้า

โรงแรมบนเกาะสมุยจำนวน 19 แห่ง ให้ความสำคัญกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจัง โดยการร่วมเป็นสมาชิกของโครงการด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการใบไม้สีเขียว ตารางที่ 2.1 แสดงตัวอย่างชื่อโรงแรมและตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมสมาชิกโครงการใบไม้สีเขียว (Green Leaf) บนเกาะสมุย



**ตารางที่ 2.1** ตัวอย่างรายชื่อโรงแรมสีเขียวและตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมสีเขียว  
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โรงแรม	กิจกรรมเพื่อสังคม
<p>โรงแรม ท้องทราย เบย์ (www.tongsaibay.co.th)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ออกกฎหมายห้ามฆ่าสัตว์และตัดต้นไม้ในพื้นที่ของโรงแรม</li> <li>● ลดการใช้พลาสติก และเลือกวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ ผ้า ขวดแก้ว เซรามิก และกระดาษ</li> <li>● ใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้เศรษฐกิจที่มีการปลูกทดแทน ไม้ใช้ไม้ที่ตัดมาจากป่า</li> <li>● รณรงค์การคัดแยกขยะอย่างจริงจังในทุกระดับของโรงแรม</li> <li>● ปลูกผักปลอดสารพิษเพื่อการบริโภคภายในโรงแรม</li> </ul>
<p>โรงแรม แฟร์เฮาส์ วิลล่า แอนด์ สปา (www.fairhousevillas.com)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ปลูกปะการังพร้อมกับปล่อยสัตว์ทะเลนานาชนิด</li> <li>● มีการแยกขยะ การลดการใช้พลาสติก การประหยัดพลังงานน้ำและไฟฟ้า การอนุรักษ์ต้นไม้ การรณรงค์ลด ละ เลิกบุหรี่ยาสูบ อาหารเพื่อสุขภาพ และการใช้ผลิตภัณฑ์ทางชีวภาพ</li> <li>● ใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น</li> <li>● ปลูกผักปลอดสารพิษ</li> </ul>
<p>โรงแรมปัญญาคารา รีสอร์ท แอนด์ สปา (www.bandararesortsamui.com)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กิจกรรมเพิ่มความฝันให้กับเด็กๆ โดยเปิดโอกาสให้ลูกคามีส่วนร่วมในการนำสิ่งของมามอบให้กับเด็กด้อยโอกาส</li> <li>● กิจกรรมวันเด็ก มีการทำอาหารร่วมกิจกรรมวันเด็กในโรงเรียนวัดบ่อผุด</li> <li>● พนักงานไปกวาดขยะชายหาดในวัน Big Greening</li> </ul>

**ตารางที่ 2.1** ตัวอย่างรายชื่อโรงแรมสีเขียวและตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมสีเขียว  
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ต่อ)

โรงแรม	กิจกรรมเพื่อสังคม
โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ บีช รีสอร์ท สมุย (www.centralhotelsresort.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีการนำเครื่องมือการปฏิบัติงานของแอร์โฮสเตสมาใช้สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนได้ออกไซด์ให้น้อยที่สุด</li> <li>● เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>
โรงแรม ดิ อิมพีเรียล สมุย (www.imperialhotels.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ร่วมโครงการ Smoke free hotel หรือโรงแรมปลอดบุหรี่</li> <li>● ทำความสะอาดและปลูกต้นไม้ในวันคุ้มครองโลก (Earth Day)</li> </ul>
โรงแรม เซ็นทารา วิลล่า สมุย (www.centralhotelsresort.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ร่วมโครงการ Smoke free hotel หรือโรงแรมปลอดบุหรี่</li> <li>● โครงการปลูกป่าชายเลน 200,000 ต้น ถวายพ่อของแผ่นดิน 84 พรรษา</li> <li>● กิจกรรมคืนต้นไม้พรวัว 99,999 ต้นให้กับเกาะสมุย เพื่อเป็นการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป พร้อมช่วยลดภาวะโลกร้อน</li> <li>● กิจกรรมปลูกหญ้าแฝก เพื่อฟื้นฟูทรัพยากรดินและอนุรักษ์ดิน และน้ำ</li> </ul>
โรงแรม พาราไดซ์ บีช รีสอร์ท (www.samui-paradisebeach.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ร่วมโครงการ Smoke free hotel หรือโรงแรมปลอดบุหรี่</li> </ul>
โรงแรม ซาซ่า โฮเทล (www.info@shasahotels.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงการ อควาเรียส แอนด์ ซาซ่า แซริตี้ สร้างห้องสมุด และอุปกรณ์กีฬาให้โรงเรียน</li> </ul>
โรงแรม บ้านตลิงงาม รีสอร์ท & สปา (www.baan-taling-ngam.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริจาคให้กับมูลนิธิเด็กโรคหัวใจพระอุปถัมภ์ฯ</li> </ul>

**ตารางที่ 2.1** ตัวอย่างรายชื่อโรงแรมสีเขียวและตัวอย่างกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมสีเขียว  
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ต่อ)

โรงแรม	กิจกรรมเพื่อสังคม
โรงแรม อิมพีเรียลเรือ และบ้าน สมุย (www.imperialboathouse.com)	<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนชุดของขวัญในวันคนพิการจังหวัด สุราษฎร์ธานี</li> </ul>

**แหล่งที่มา :** ข้อมูลจากเว็บไซต์ของแต่ละโรงแรม

**หมายเหตุ :** สำหรับโรงแรมที่ไม่แสดงข้อมูล คือ ไม่ปรากฏการนำเสนอข้อมูลกิจกรรมบนเว็บไซต์

### 2.3 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

การรับรู้ (Perceptions) ได้รับการให้นิยามจากหลายมุมมอง ในเชิงวิชาการ Schiffman และ Kanuk (1987) อ้างใน เลิศพร ภาระสกุล (2555) ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้คือ กระบวนการที่ปัจเจกบุคคลคัดเลือก จัดระเบียบและตีความสิ่งเร้าให้เกิดเป็นภาพของสิ่งต่าง ๆ ในโลกอย่างมีความหมายสอดคล้องกัน ซึ่งใกล้เคียงกับความหมายของ ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) ที่ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการ ซึ่งบุคคลจัดระเบียบและตีความรู้สึกประทับใจของตนเองเพื่อให้ ความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม นอกจากนี้การรับรู้ของบุคคลอาจถูกตีความได้แตกต่างไปจาก ความเป็นจริง ในขณะเดียวกัน โชติรัตน์ ศรีสุข (2554) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึงกระบวนการที่ บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ความหมายและ ได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา และ ดารา ทีปะपाल (2546) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็น กระบวนการที่บุคคลเลือกรับจัดองค์ประกอบแล้วแปลความหมายของสิ่งเร้าเข้ามาทางประสาท สัมผัส โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องมือ

ในมุมมองทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2546) ให้ความหมายการรับรู้ในด้านเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ว่าเป็นกระบวนการ อันซับซ้อนในการรับรู้ข้อมูล การตีความหมายของข้อมูล และการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบต่างๆในสถานที่ท่องเที่ยว เลิศพร ภาระสกุล (2555) ยังกล่าวอีกว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ทั้งจิตวิสัย (Subjective) กล่าวคือ ความหมายของวัตถุหรือ เหตุการณ์ต่างๆจะถูกตีความแตกต่างกันออกไปตามมุมมองของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ในอีกด้านหนึ่ง นั้น การรับรู้เป็นเรื่องของวัตถุวิสัย (Objective) กล่าวคือ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดจาก ประสบการณ์เดิมหรือข้อมูลถูกเก็บไว้ในความทรงจำ

สุดท้าย ในมุมมองของการจัดการทรัพยากรบุคคล Lee et al. (2013) ศึกษาการรับรู้ของพนักงานในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทในประเทศเกาหลี โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 168 คน ในการวิจัยของนักวิจัยกลุ่มนี้ การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม ถูกให้นิยามว่าเป็น “ระดับที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่องค์กรดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือ” (หน้า 1717) และงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน ของ Lee et al. (2012) ใช้นิยามดังกล่าว และวัดการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมใน 4 ด้านตามที่ปรากฏใน Carroll (1991) คือ เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และเมตตาธรรม

นอกเหนือจากนิยามของการรับรู้อยังมีการศึกษาวิจัยผลกระทบอันเกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวอย่างเช่น การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้า เช่น ปนัดดา ใจเขียนดี (2554) ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคต่อกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไทยของบริษัทไทยและบริษัทข้ามชาติ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ของความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภค และงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร ส่งผลกระทบต่อพนักงาน เช่น งานวิจัยในประเทศเกาหลี เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการสำรวจพนักงานในภาคธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม เกี่ยวกับการรับรู้ในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านต่างๆ ได้แก่ ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อเมตตาธรรม และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ส่งผลต่อความผูกพันกับองค์กรซึ่งแสดงออกในรูปแบบของความรัก ความทุ่มเท และพึงพอใจในองค์กร (Lee et al., 2013) อีกทั้งยังส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน (Lee et al., 2012)

ธนกร มุลพงศ์ (2553) ศึกษาความตระหนักต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของนักทรัพยากรบุคคลที่ปฏิบัติงานองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและภาครัฐวิสาหกิจ โดยการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง พบว่า การที่นักทรัพยากรบุคคลมีความรอบรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เกี่ยวกับเศรษฐกิจและกฎหมาย และเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของประชากร จะส่งผลให้นักทรัพยากรบุคคลมีความตระหนักต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และความตระหนักต่อความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อการแสดงบทบาทของนักทรัพยากรบุคคลต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรในระดับที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักทรัพยากรบุคคลแสดงบทบาทตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริหารและองค์กรในระดับที่สูงที่สุด กล่าวคือมุ่งพัฒนางานทรัพยากรบุคคลเพื่อความมั่นคงขององค์กร ในระดับรองลงมาคือการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน พบว่าเมื่อนักทรัพยากรบุคคลมีความตระหนักในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม พวกเขาจะให้การดูแลพนักงานในองค์กร ในการส่งเสริมพัฒนา

ความรู้ทักษะ การจัดเตรียมค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม การรักษาผลประโยชน์ของพนักงาน การรับฟังปัญหาและสำรวจความพึงพอใจสม่ำเสมอ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ธนากร มูลพงษ์ ไม่ได้ศึกษาต่อเนื่องจาก เมื่อพนักงานได้รับการตอบสนองจากนักทรัพยากรบุคคลที่มีความตระหนักรู้ความรับผิดชอบทางสังคมแล้วนั้น พนักงานจะเกิดการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กรในระดับไหน อย่างไร และประเด็นที่ขาดหายไปดังกล่าวนี้มีความสำคัญเนื่องจากการให้ความรู้และการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ให้พนักงานเกิดการรับรู้และความตระหนักรู้ เป็นขั้นตอนลำดับแรกในการวางแผนทรัพยากรบุคคลเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (จิระพงศ์ เรืองกุล, 2556)

การรับรู้เป็นการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคล (รัชสร บันดาลชัย, 2554 อ้างถึงใน ชมพูนุท บุญประเสริฐ, 2012) ชมพูนุท บุญประเสริฐ (2012) ศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y พบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใน 4 ประเด็นคือ การตลาดเพื่อสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การมีข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการ ส่งผลกระทบต่อความผูกพันที่พนักงานกลุ่มนี้มีต่อองค์กร ผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นทั้งหมด ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน กับการแสดงออกซึ่งความผูกพันในองค์กรและความพึงพอใจในงาน อันนำไปสู่สมมติฐานของการศึกษาประเด็นที่คล้ายคลึงกันนี้ในบริบทของธุรกิจโรงแรม ที่ว่าการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม จะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน

## 2.4 การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

การมีส่วนร่วม (Involvement) เป็นแนวคิดที่สำคัญในการบริหารงานบุคคล กรณิภา อังคทาภิณธ์ (2552) ให้นิยามการมีส่วนร่วมของพนักงานว่า คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมของบุคคลในการกำหนดนโยบาย กำหนดกลวิธี ทำการประชาสัมพันธ์ ทำกิจกรรมทางสังคม และการประเมินผล ซึ่งอาจเป็นการเข้าร่วมแบบทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ ในขณะที่ ทัยรัตน์ วิจิตพรชัย (2548) และ Cohen and Uphoff อ้างถึงใน จรัญญา บันเทิง (2548) แบ่งลักษณะการมีส่วนร่วมเป็น 4 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ทั้งนี้ นักวิชาการจากสาขาต่างๆ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทั้ง 4 ด้านนี้ในระดับที่แตกต่างกัน เช่น นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ แต่นักบริหารมักจะเน้นถึงการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ เป็นต้น

ซึ่งสำหรับการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานโรงแรมนี้ จะใช้ความหมายที่ประยุกต์จากความหมายของ กรณิภา อังคทาภิณธ์ (2552) กล่าวคือ การมีส่วนร่วมของพนักงานคือการมีส่วนร่วมใน 2 ระดับ คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม จิระพงศ์ เรืองกุล (2556) เสนอแนะว่า การสร้างตัวแบบการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม ควรให้มีการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในการพัฒนานโยบายและการนำไปปฏิบัติ

ที่ผ่านมาได้มีการศึกษาการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร ทั้งจากมุมมองของผู้บริหาร (Barkay, 2012; Costas & Karreman, 2013; Liu, Liston-Heyes, & Ko, 2010; Merali, 2010) และมุมมองของพนักงาน (Haski-Leventhal, 2013) งานวิจัยโดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารองค์กร พบว่า การให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ โดยสามารถนำชั่วโมงการทำงานกิจกรรมอาสาสมัครนั้นมานับเป็นชั่วโมงทำงาน เป็นการสร้างให้เกิดทัศนคติเชิงบวกของพนักงานต่อองค์กร (Barkey, 2012) อย่างไรก็ตามแนวโน้มที่พนักงานจะเข้าร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมที่องค์กรจัดขึ้นอยู่กับทัศนคติที่พนักงานมีต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งงานวิจัยของ Costas & Karreman (2013) พบว่าสามารถแบ่งพนักงานเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่เชื่อมั่นศรัทธาในความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มที่เห็นด้วยกับความรับผิดชอบต่อสังคมแต่ยังไม่เข้าร่วมเต็มที่ และกลุ่มที่ยังไม่เชื่อมั่นและไม่ร่วมกิจกรรม พบว่าพนักงานในกลุ่มแรกและกลุ่มที่สอง มีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมมากกว่ากลุ่มสุดท้าย

การวิจัยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมจากมุมมองของพนักงาน ยังมีจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาจากมุมมองของผู้บริหาร เช่น ในประเทศออสเตรเลีย Haski-Leventhal (2013) ศึกษาการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบการบริจาคเงินให้องค์กรการกุศลโดยหักเงินเดือนของพนักงาน (Payroll Giving) ของบริษัทจำนวน 24 แห่ง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างพนักงานมากกว่า 4,500 คน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในการบริจาคผ่านเงินเดือน เช่น การเห็นด้วยว่าการบริจาคของตนเองมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการบริจาคขององค์กร และการมองว่าการร่วมบริจาคผ่านการหักเงินเดือน เป็นการแสดงออกซึ่งการเป็นส่วนหนึ่งของทีม เป็นต้น และสำหรับพนักงานที่ไม่ร่วมบริจาคผ่านการหักเงินเดือน พวกเขาไม่เข้าร่วมเพราะมีเงินไม่เพียงพอ และมีความประสงค์จะบริจาคด้วยตนเองภายนอกองค์กร มากกว่าการร่วมบริจาคผ่านองค์กร เป็นต้น อย่างไรก็ตามเมื่อสอบถามพนักงานว่าพวกเขาคิดอย่างไรกับการบริจาคเงินให้องค์กรการกุศลขององค์กร พบว่าพนักงานกลุ่มตัวอย่างทั้งที่ร่วม และไม่ร่วมบริจาคมากกว่าร้อยละ 50 มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรในการช่วยเหลือสังคมและรู้สึกภูมิใจในองค์กร

ในประเทศไทย เริ่มมีการศึกษาวิจัยเรื่ององค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้นโดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยเฉพาะ

(พัชรี นวัตกรรมเจริญชัยกุล, 2546; ลิขิต ลิ้มกาญจน์, 2551; วศินี นพคุณ, 2551, กรณิภา อังกตาทิณณ์, 2552) ตัวอย่างเช่น พัชรี นวัตกรรมเจริญชัยกุล (2546) ศึกษาการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทเทเลคอมเอเชียคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ โดยเน้นศึกษารูปแบบกิจกรรมที่พนักงานเข้าร่วม แรงจูงใจที่ส่งเสริมการเข้าร่วมและอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อแนวทางการมีส่วนร่วม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ารูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานได้เข้าร่วมมากที่สุดคือ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของช่วยเหลือแก่สถานสงเคราะห์ รongลงมาได้แก่ โครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัย ทั้งนี้ยังพบว่า ความต้องการให้สังคมดีขึ้น เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน ในทางตรงกันข้ามพนักงานให้ความเห็นว่า สิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมกิจกรรม คือ การที่พนักงานไม่เห็นประโยชน์และความสำคัญของกิจกรรมเพื่อสังคมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Costas & Karreman (2013) และพนักงานให้ข้อเสนอแนะว่า บริษัทควรส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมโดยผ่านทางกิจกรรม 5 ด้านคือ (1) การกำหนดนโยบายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน (2) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง (3) การเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น (4) การมอบรางวัลจูงใจให้พนักงาน และ (5) สนับสนุนการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม

นอกจากนี้ ลิขิต ลิ้มกาญจน์ (2551) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทในเครือสหพัฒน์พิบูล อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่าพนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมในระดับสูงทั้งในกิจกรรมด้านมนุษยธรรม ด้านจริยธรรม ด้านเศรษฐกิจและด้านกฎหมาย เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านกฎหมายมากที่สุด รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจ ด้านจริยธรรมด้านมนุษยธรรมตามลำดับ ในภาคธุรกิจการเงินการธนาคาร กรณิภา อังกตาทิณณ์ (2552) ศึกษาการมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยเข้าร่วมโครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยและส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับสูง

แต่งานวิจัยข้างต้นนี้ ไม่ได้ศึกษาว่าการได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรนั้น จะส่งผลกระทบต่อความรู้สึกที่มีต่องานของพนักงานอย่างไรบ้าง และยังไม่พบการศึกษาในประเด็นดังกล่าวในบริบทของธุรกิจโรงแรม งานวิจัยฉบับนี้จึงตั้งสมมติฐานที่ว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานจะมีผลต่อความพึงพอใจในงาน

## 2.5 ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)

โดยทั่วไป ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกดีที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และมีการตอบสนองต่อสิ่งนั้นในทางบวก (อุทัยวรรณ สุดใจ, 2545; สายจิตร เฉลิมพล, 2546) ทั้งนี้ ความพึงพอใจสามารถถูกกระตุ้นได้จากทั้งปัจจัยพื้นฐาน เช่นความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค และการถูกกระตุ้นจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ความพึงพอใจตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธ เกลียด เป็นต้น (กฤษณ์กมล กมลลาศน์, 2546)

ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมองค์กร ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) หมายถึง ความยินดี หรืออารมณ์ทางด้านบวก ที่เป็นผลมาจากการประเมินค่างาน หรือประสบการณ์จากการทำงานของคุณบุคคล (Locke, 1976 หน้า 1300 อ้างถึงใน Lee et al., 2012) โดยการศึกษาความพึงพอใจในงาน อันเป็นผลมาจากการรับรู้ และการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม จะถูกนิยามตามความหมายดังกล่าวนี้

ความพึงพอใจในงาน มีความเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานและผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรเป็นตัวแปรที่มักถูกศึกษาในการเป็นผลที่เกิดจากการปฏิบัติงาน (Lee et al., 2012) และเป็นตัวชี้วัดความผูกพันที่พนักงานมีต่อองค์กร (ชมพูนุท บุญประเสริฐ, 2012; Lee et al., 2013) และ Bauman and Skitka(2012) เสนอว่า การรับรู้ของพนักงาน เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กรในด้านความมีศีลธรรม จริยธรรม และการทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่ตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน เช่น ความปลอดภัยในที่ทำงาน การมีสภาพแรงงาน การมีประกันชีวิตให้พนักงาน การให้พนักงานเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือสังคม และการเป็นอาสาสมัคร จะนำไปสู่ความพึงพอใจในงาน

จากพื้นฐานงานวิจัย และข้อมูลทางวิชาการเหล่านี้ นำไปสู่การศึกษา ความพึงพอใจในงาน ของพนักงานโรงแรมสีเขียว อันเป็นผลมาจากการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมที่โรงแรมดำเนินการ ในงานวิจัยฉบับนี้

## 2.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆที่ศึกษาในการวิจัยการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคลที่จะมีผลต่อความแตกต่างในระดับของการรับรู้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม อันนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัย ซึ่งเสนอไว้ในภาพที่ 2.3 กล่าวคือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน (Employees' perceptions of a hotel's



CSR) และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน (Employees' involvement in a hotel's CSR) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ซึ่งในที่นี้คือตัวแปรตาม (Dependent Variable)

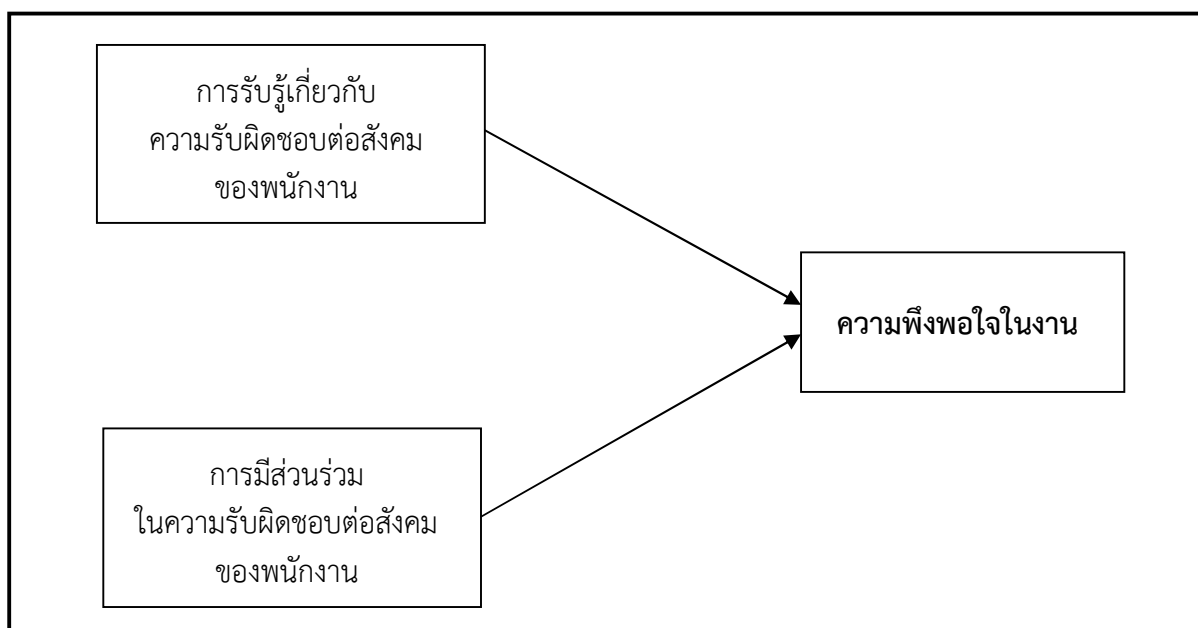
สมมติฐานการวิจัยในงานวิจัยนี้ได้แก่

สมมติฐานที่ 1 (Hypothesis 1 : H1) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 4 ด้าน

สมมติฐานที่ 2 (Hypothesis 2 : H2) การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 2 ด้าน

สมมติฐานที่ 3 (Hypothesis 3 : H3) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจการทำงาน

สมมติฐานที่ 4 (Hypothesis 4 : H4) การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

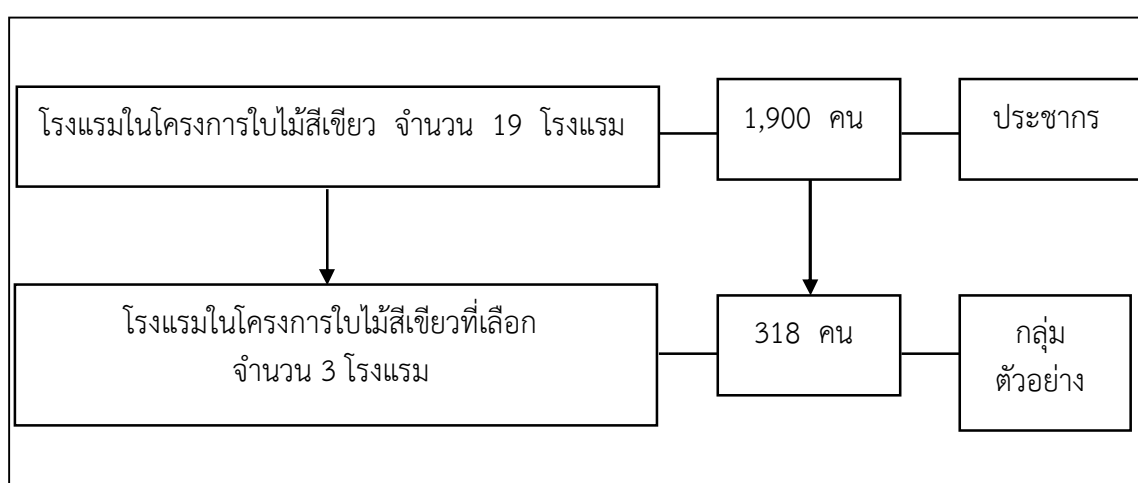
คำถามการวิจัยในงานวิจัยฉบับนี้ คือ “การรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรมส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานหรือไม่ อย่างไร” และได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยตามที่ปรากฏในหัวข้อ 1.3 และสมมติฐานการวิจัยตามที่ปรากฏในหัวข้อ 1.4 (หน้า 5) วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ถูกนำมาใช้เพื่อการหาคำตอบให้คำถามวิจัยดังกล่าว วิธีการวิจัยเชิงปริมาณมีความเหมาะสมกับบริบทของงานวิจัยนี้เนื่องจากสมมติฐานวิจัยที่กำหนดอย่างชัดเจน โดยอาศัยกระบวนการที่อยู่บนรากฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ และมีขั้นตอนที่มีระเบียบแบบแผน เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและข้อสรุปต่างๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถาม

เนื้อหาในบทนี้ครอบคลุมประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ (1) การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (2) ตัวแปรและการวัด (3) การสร้างเครื่องมือวิจัย (4) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ (5) การวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นสมาชิกมูลนิธิใบไม้สีเขียว (Green Leaf) อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 19 โรงแรม (ดูตารางที่ 2.1 หน้า 20) ซึ่ง ณ ช่วงเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลพบว่ามีจำนวนพนักงานที่สามารถเป็นประชากรได้จำนวน 1,900 คน โดยประชากรทั้งหมดถูกเลือกใช้ในการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ถึงแม้ว่าจะมีการถกเถียงถึงความไม่เหมาะสมเมื่อพิจารณาถึงโอกาสความน่าจะเป็นที่ประชากรจะถูกเลือกอย่างไม่เท่าเทียมกันหากใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก แต่ ชาย โปธิสิตา (2549) แสดงความเห็นว่าการเลือกตัวอย่างตามความสะดวกนี้ ไม่ได้หมายถึงวิธีการที่ไม่ต้องใช้ในการวางแผนที่ดี ไม่ใช่การเลือกใครก็ได้มาเป็นผู้ให้ข้อมูลตามความพึงพอใจของนักวิจัย หากแต่วิธีการดังกล่าวต้องถูกปฏิบัติอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้นๆเป็นอย่างดี และพบว่างานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารการท่องเที่ยวชั้นนำในระดับนานาชาติ เช่น Journal of Tourism Research, Journal of Travel and Tourism Marketing, Tourism Management จำนวนมากใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก ผู้วิจัยจึงใช้เหตุผลทางวิชาการ และการ

ยอมรับในขั้นตอนการเผยแพร่ผลงานวิจัย ดังกล่าวสนับสนุนการใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรจากโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ที่มีจำนวนห้องพักใกล้เคียงกัน และเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงโดดเด่นในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีจำนวนกิจกรรมและรูปแบบกิจกรรมที่ใกล้เคียงกัน (ดังแสดงในตารางที่ 2.1 หน้า 20) จำนวน 3 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมท่องเที่ยว ราย เบย์ โรงแรมแฟร์เฮาส์ วิลล่า แอนด์ สปา และโรงแรมปัญญาตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา โดยวางแผนการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนดังแสดงในภาพที่ 3.1 ดังนี้



ภาพที่ 3.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีข้อพิจารณาคือ (1) ความสอดคล้องระหว่างขนาดกลุ่มตัวอย่างและขนาดประชากรอื่นเนื่องมาจากต้องให้ความมั่นใจได้ว่า กลุ่มตัวอย่างตามขนาดที่กำหนดจะมีความเป็นตัวแทนของประชากร ในการนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น ประมาณ 95% เพื่อหาจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย  
 $e$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่า

$$n = \frac{1,900}{1 + (1,900 \times 0.05^2)}$$

$$= 330 \text{ ตัวอย่าง}$$

ซึ่งจากการคำนวณพบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 330 ตัวอย่าง ในขณะที่เดียวกันได้พิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) พบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 205 ตัวอย่าง (2) ขนาดกลุ่มตัวอย่างต้องสอดคล้องกับสถิติอ้างอิงที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลในงานวิจัยนี้ถูกวิเคราะห์โดยสถิติอ้างอิงต่อไปนี้เป็น การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) การเปรียบเทียบด้วย Independent t-test ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน และ One-Way ANOVA ซึ่ง Coakes, Steed, and Ong (2009) เสนอแนะว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการใช้สถิติวิเคราะห์ดังกล่าวคืออย่างน้อย 200 ตัวอย่าง

โดยสรุป จากข้อพิจารณาในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ประเด็น พบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่าง 318 ตัวอย่าง ที่ใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยฉบับนี้มีความเหมาะสม

### 3.2 ตัวแปรและการวัด

ตัวแปรที่ทำการศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้ ได้แก่

ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ

- 1) การรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม
- 2) การมีส่วนร่วม (Involvement) ในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

โรงแรม

โดยที่การรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวแปรที่ใช้มาตรการวัดแบบอันดับ (Ordinal Level of Measurement)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของพนักงานโรงแรม เป็นตัวแปรที่ใช้มาตรการวัดแบบอันดับ (Ordinal Level of Measurement)

ตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่อยู่ในระดับการวัดแบบอันดับ (Ordinal Level of Measurement) ทั้ง 3 ตัวแปร จะถูกวัดโดยใช้มาตรวัดแบบสเกลทัศนคติ (Likert Scale) 7 ระดับ โดยที่

การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Perception about CSR) หมายถึง ระดับที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่องค์กรดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคม (Lee et al., 2013) การวัดการรับรู้ใช้ตัวชี้วัดที่ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ Lee et al. (2013) และ Lee et al. (2012) โดยปรับให้เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นการวัดที่ครอบคลุมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และเมตตาธรรม ตัวอย่างคำถามซึ่งเป็นตัวชี้วัด

(Scale Item) อาทิ โรงแรมมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง; ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดการดำเนินงานของโรงแรม; โรงแรมประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้; โรงแรมติดตามประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด; พนักงานได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมเป็นอย่างดี; โรงแรมให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีในทุกประเด็น; เจ้าของโรงแรมปฏิบัติตามกฎหมายที่ระบุไว้ทุกประเด็น; ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบที่โรงแรมอาจทำให้เกิดกับชุมชน; โรงแรมได้รับการยอมรับในเรื่องความน่าเชื่อถือ; การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม; โรงแรมให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม; โรงแรมมีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม และโรงแรมช่วยสร้างประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม (Involvement in CSR) หมายถึง การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม (กรณีศึกษา อังคทาภิวัฒน์, 2552) ซึ่งถูกวัดโดยใช้คำถาม (Scale Item) ที่ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ กรณีศึกษา อังคทาภิวัฒน์ (2552); Barkey (2012) และ Liu et al. (2010) ตัวอย่างเช่น ท่านมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบายกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม; ท่านมีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบต่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม ; ท่านมีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม; ท่านมีส่วนร่วมจัดกลุ่มย่อยๆ เป็นกิจกรรมของแผนกหรือฝ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม; ท่านร่วมสนับสนุนหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาให้เวลาหรือโอกาสแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม เป็นต้น

ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกยินดีหรืออารมณ์ที่แสดงออกในด้านบวก อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการทำงาน (Lee et al., 2012) ความพึงพอใจในงานจะถูกวัดโดยใช้คำถาม (Scale Item) ที่ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ Lee et al. (2012) ตัวอย่างเช่น งานของข้าพเจ้าเป็นงานที่น่าพอใจ; ข้าพเจ้ารู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน; ข้าพเจ้ารู้สึกค่อนข้างพึงพอใจในงานที่ทำ; ข้าพเจ้ารู้สึกมีความสุขในงานที่ทำ; ข้าพเจ้าชอบงานของข้าพเจ้า; ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นในงาน และงานของข้าพเจ้ามีความน่าสนใจ เป็นต้น

### 3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

#### 3.3.1 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบประเมินตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบโดยใช้แนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัย

ที่เกี่ยวข้องดังที่ได้อธิบายไว้ในหัวข้อ 3.2 เป็นพื้นฐาน อย่างไรก็ตามในขั้นตอนของการพัฒนาเครื่องมือวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ (ดูภาคผนวก ก สำหรับแบบสัมภาษณ์) ผู้จัดการฝ่ายบุคคล/ผู้จัดการทั่วไปของโรงแรม เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม และใช้ข้อมูลดังกล่าวมาประกอบเพื่อทำการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยให้เหมาะสมกับสภาพองค์กรและพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษประกอบด้วย 4 ส่วน (ดูภาคผนวก ข สำหรับตัวอย่างแบบสอบถาม) ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน แผนกงานที่ทำ จำนวนปีที่เข้าทำงาน โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-ended question) แบบให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว นอกจากนี้จะเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะ/พฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ประกอบด้วยข้อมูลเคยเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ทั้งที่จัดโดยโรงแรมหรือองค์กรอื่นๆ เคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) บ่อยแค่ไหน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่เข้าร่วมเป็นรูปแบบใด และทราบการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของโรงแรมจากแหล่งใด ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน

คำถามในส่วนที่ 2-4 เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบสเกลทัศนคติ (Likert Scale) จำนวน 7 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย เฉยๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (Likert Scale อ้างใน Numtip Trakulmaykee, 2013) ดังนี้

ระดับ 7	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 6	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับ 5	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
ระดับ 4	หมายถึง	เฉยๆ
ระดับ 3	หมายถึง	ไม่ค่อยเห็นด้วย
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายจากระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบมาตราอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยนำคะแนนมาแบ่งเป็น ช่วงเท่าๆ กัน ตั้งแต่ 1-7 คะแนน จำนวน 7 ชั้น โดยมีความกว้างเท่ากับ 0.86 คะแนน เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามผู้ศึกษายึดหลักเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.86 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 1.87 – 2.72 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.73 – 3.58 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ค่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 3.59 – 4.44 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉย ๆ

ค่าเฉลี่ย 4.45 – 5.30 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 5.31 – 6.16 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 6.17 – 7.00 หมายถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวัดระดับการรับรู้ในความรับผิดชอบต่อสังคม ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม วิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม และนำมาแปลความหมายจากระดับความคิดเห็นแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยนำคะแนนมาแบ่งเป็น 2 ช่วงไม่เท่ากัน คือ

ช่วงที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 1.00 – 4.44 กล่าวคือ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่ค่อยเห็นด้วย และเฉย ๆ

ช่วงที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.45 – 7.00 กล่าวคือ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 4.44 หมายถึงไม่มีการรับรู้/การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่มีความพึงพอใจในงาน

ค่าเฉลี่ย 4.45 – 7.00 หมายถึง มีการรับรู้/การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความพึงพอใจในงาน

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

### 3.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

ในกระบวนการออกแบบเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งหมายถึง ความสามารถของเครื่องมือในการวัดได้ตรงและครอบคลุมเนื้อหาหรือสาระสำคัญในสิ่งที่ต้องการตรวจสอบ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ควรเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นตอนการให้นิยามตัวแปรที่ศึกษา (Conceptualization) และการกำหนดตัวชี้วัดของตัวแปร (Operationalization) วิธีการหนึ่งที่จะทำให้ผู้วิจัยมั่นใจได้ว่าตัวชี้วัดของตัวแปรมีคุณลักษณะในการวัดตัวแปรนั้นๆ ตามนิยามหรือความหมายที่ให้ไว้ คือ การใช้นิยามตัวแปรและเลือกตัวชี้วัดที่มาจากความหมายที่เคยมีผู้นิยามและทำการวัดตัวแปรนั้นมาก่อนแล้ว สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ใช้นิยามและการวัดตัวแปร จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรม และสรุปนิยามความหมายของตัวแปรไว้ในข้อ 3.2

ถึงแม้ว่านิยามของตัวแปรและตัวชี้วัดจะถูกประยุกต์มาจากงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษามาแล้ว แต่งานวิจัยในอดีตเหล่านั้นไม่ใช่งานวิจัยในบริบทธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยจึงทำการสัมภาษณ์ผู้จัดการโรงแรม/ผู้จัดการฝ่ายบุคคลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลยืนยันการวัดของตัวแปรที่ประยุกต์มาจากงานวิจัยที่ผ่านมา

เมื่อเครื่องมือวิจัยถูกออกแบบเสร็จสิ้น จึงมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ เครื่องมือวิจัยในงานวิจัยฉบับนี้ได้รับการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการทำงานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการทำงานวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคำถามตัวชี้วัดในแบบสอบถาม ว่ามีความเหมาะสมเกี่ยวกับเนื้อหาในการวิจัย และตรวจสอบว่าเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ ซึ่งผลการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.94 (ดังแสดงในภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ)

### 3.3.3 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ทำเพื่อทดสอบว่าผลของการวัดจากเครื่องมือมีความคงที่ในการวัดหรือไม่ ซึ่งทดสอบได้โดยการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Scale Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค ( $\alpha$  Coefficients's Cronbach) ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับสูงกว่า 0.7 ( $\alpha \geq 0.7$ ) แสดงให้เห็นว่าตัวชี้วัดที่ใช้ในแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Cronbach, 1970) ในขั้นต้นผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่นในขั้นตอนของการทดสอบก่อนใช้งานจริง (Pretest) โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงแรมสมาชิกมูลนิธิโบไมส์เซียะ จำนวน 3 โรงแรม ได้ข้อมูลจำนวน 63 ชุด ผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในขั้นตอน (Pre-test) พบว่า



ตัวแปรทุกตัวมีความน่าเชื่อถือ (ภาคผนวก ง แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการทำ Pretest รายละเอียดโดยสรุปเกี่ยวกับค่าความเชื่อมั่น) คือ

การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้าน มีระดับค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.7 กล่าวคือ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมในด้านเศรษฐกิจ มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.80 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมในด้านกฎหมาย มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.88 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมในด้านจริยธรรม มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.87 และการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมในด้านการมีเมตตาธรรมมีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.96

การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละด้าน มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.7 กล่าวคือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.90 และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.84

ความพึงพอใจในงาน มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.7 คือ กล่าวคือ มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 0.92

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ในขั้นของการทดสอบพื้นฐาน (Pre-test) แล้ว ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานโรงแรมดังที่ได้ระบุไว้ในข้อ 3.1 โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1) ผลิตแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ใกล้เคียงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

2) ส่งหนังสือแสดงความประสงค์และขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลไปยังโรงแรมที่ใช้เป็นพื้นที่ศึกษา (ภาคผนวก ฉ) เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นไปตามจริยธรรมของการทำวิจัย

3) เข้าชี้แจงแบบสอบถามให้แก่หัวหน้างาน/หัวหน้าแผนก ตอนเนื้อหาที่ชี้แจงคือ องค์ประกอบของแบบสอบถาม การตอบแบบสอบถามคือ ให้พนักงานตอบแบบสอบถามรายบุคคล และการตอบแบบสอบถามไม่มีผลต่อการทำงาน ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามระหว่างเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2557

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.5.1 การเตรียมข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมด คือ 362 ตัวอย่าง ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยควรตรวจสอบข้อมูล การตรวจสอบดังกล่าว ได้แก่ (1) ตรวจสอบความสมบูรณ์เบื้องต้นของแบบสอบถาม ในขั้นนี้ แบบสอบถามที่มีข้อมูลขาดหายไป หรือในอีกความหมายคือ ผู้ตอบ

แบบสอบถามตอบคำถามไม่ครบ แบบสอบถามที่มีลักษณะเช่นนี้จะถูกคัดแยกออกไปเป็นลำดับแรกสุด (2) แบบสอบถามที่เหลือถูกตรวจสอบลักษณะของการตอบคำถาม กล่าวคือ แบบสอบถามที่ผู้ตอบตอบแบบเดียวกันทุกข้อ เช่น เลือกความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ หรือ การมีส่วนร่วม หรือ ความพึงพอใจ ในระดับ 4 ทั้งหมด เป็นต้น แบบสอบถามลักษณะนี้ก็จะถูกคัดแยกออกไป หลังจากขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลดังกล่าว คงเหลือจำนวนข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวนทั้งสิ้น 318 ตัวอย่าง

### 3.5.2 การทดสอบขั้นพื้นฐาน

สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และ 2) การทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) อธิบายได้ดังนี้

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) การพิจารณาค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.) จะมีความสำคัญในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบจากข้อมูล Pre-test พบว่า ค่า KMO ของระดับการรับรู้ มีค่าเท่ากับ 0.7 และค่า KMO ของระดับการมีส่วนร่วม มีค่าเท่ากับ 0.8 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) หากค่าของ Factor Loading ทั้งสองมากกว่า 2 ปัจจัยจะถูกตัดออก โดยดูจากข้อมูลการโหลดใน Factor ใด Factor หนึ่งเกิน 0.5 และโหลดใน Factor อื่นเกิน 0.4 (Coakes et al., 2009)

2) การทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) สถิติที่มีความจำเป็นต้องมีการทดสอบขั้นพื้นฐาน (Preliminary Tests) คือการทดสอบ Normality and Linearity และการทดสอบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวที่ใช้ในการศึกษาต้องเป็นอิสระต่อกัน (Multicollinearity) อธิบายได้ดังนี้

**การทดสอบ Normality** เป็นการทดสอบการกระจายแบบปกติของข้อมูล ตรวจสอบได้โดยการดูกราฟ หรือวิธีการทางสถิติเช่น เช่น ใช้ Kolmogorov-Smirnov Test ในกรณีที่ไม่ทราบค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของประชากร จะใช้ค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการทดสอบค่า Kolmogorov-Smirnov ของกลุ่ม Pre-test ของการรับรู้ พบว่ามีค่า  $p = 0.000$  ซึ่งจะต่ำ ( $p > 0.05$  จึงจะแสดงความเป็น Normality) แสดงว่าข้อมูลกระจายแบบไม่ปกติ ซึ่งเมื่อมาดูค่า Histogram หรือกราฟ พบว่าข้อมูลจะมีความเบ้ (skewness) ทางขวา (บวก) ซึ่งจะสอดคล้องกับข้อมูล Skewness ในภาพรวมค่าต่ำสุดคือ 0.01 และค่าสูงสุด

คือ 1.59 และค่า Kurtosis ในภาพรวมค่าต่ำสุดคือ 0.17 และค่าสูงสุดคือ 6.74 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 ข้อมูลจึงกระจายแบบไม่ปกติ และค่า Boxplot อยู่ด้านบน แสดงว่าข้อมูลกระจายแบบไม่ปกติ (Not Normality)

ผลจากการทดสอบค่า Kolmogorov-Smirnov ของกลุ่ม Pre-test ของการมีส่วนร่วม พบว่ามีค่า  $p. = 0.000$  ซึ่งจะต่ำ ( $p. > 0.05$  จึงจะแสดงความเป็น Normality) แสดงว่าข้อมูลกระจายแบบไม่ปกติ ซึ่งเมื่อมาดูค่า Histogram หรือกราฟ พบว่าข้อมูลจะมีความเบ้ (skewness) ทางขวา (บวก) ซึ่งจะสอดคล้องกับข้อมูล Skewness ในภาพรวมค่าต่ำสุดคือ 0.05 และค่าสูงสุดคือ 1.28 และค่า Kurtosis ในภาพรวมค่าต่ำสุดคือ 0.20 และค่าสูงสุดคือ 4.68 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 ข้อมูลจึงกระจายแบบไม่ปกติ และค่า Boxplot อยู่ด้านบน แสดงว่าข้อมูลกระจายแบบไม่ปกติ (Not Normality) เช่นเดียวกัน

แต่อย่างไรก็ตามการทดสอบดังกล่าวจะไม่มีผลทำให้ข้อมูลเกิดความไม่เหมาะสมในการวิเคราะห์เนื่องจาก สำหรับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ เกิน 200 ตัวอย่างขึ้นไป การกระจายตัวของข้อมูลที่ไม่ปกติอยู่ในระดับที่รับได้ และไม่ทำให้ผลการวิเคราะห์ผิดพลาดในระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้ (Coakes et al., 2009)

**การทดสอบ Linearity** ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง (Linearity) ตรวจสอบได้โดยใช้วิธีการทางสถิติ ซึ่งผลจากการทดสอบ Linearity ของกลุ่ม Pre-test พิจารณาจากตัวชี้วัดทั้งหมดของตัวแปรการรับรู้กับตัวชี้วัดทั้งหมดของตัวแปรความพึงพอใจ และตัวชี้วัดทั้งหมดของตัวแปรการมีส่วนร่วมกับตัวชี้วัดทั้งหมดของตัวแปรความพึงพอใจ พบว่ามี scatter plots ที่เป็นลักษณะวงรี จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่ศึกษามีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

**การทดสอบ Multicollinearity** พิจารณาว่าตัวแปรอิสระทุกตัวที่ใช้ในการศึกษาต้องเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งปัญหา Multicollinearity คือปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ เพราะถ้าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองมากเกินไปจะละเมิดสมมติฐานข้อที่ว่าตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกัน การที่เกิดปัญหานี้ทำให้ค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรอิสระเกิดการผิดพลาดและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทำให้ข้อสรุปเกี่ยวกับ Marginal Effect ของตัวแปรตามที่เกิดจากตัวแปรอิสระตัวนั้น ๆ เกิดความผิดพลาดได้ วิธีที่ใช้ในการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity นั้นมีวิธีตรวจสอบ โดยพิจารณาจากค่า Correlation Coefficient ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ถ้าค่า Pearson Correlation มีค่าน้อยกว่า 0.7 ก็อาจจะถือว่าตัวแปรอิสระคู่หนึ่งๆ มีความสัมพันธ์กันในระดับไม่สูงมาก และยอมรับได้ สำหรับการวิจัยนี้ตัวแปรอิสระทั้งสองตัวถูกทดสอบหาความสัมพันธ์ และพบว่ามีค่า Correlation Coefficient ที่ระดับน้อยกว่า 0.7

### 3.5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม และระดับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม สถิติเบื้องต้นที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 (Hypothesis 1: H1) ที่ว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 4 ด้าน คือ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม และการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีเมตตาธรรม และเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 (Hypothesis 2 : H2) ที่ว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 2 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม

3) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 (Hypothesis 3: H3) ที่ว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจการทำงาน และสมมติฐานที่ 4 (Hypothesis 4: H4) ที่ว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในการทำงาน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 4 ส่วนคือ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม (3) ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงาน และ (4) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจในงานวิจัย ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมและการเข้าร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

##### 4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่วิเคราะห์และนำเสนอประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน แผนกงานที่ทำและจำนวนปีที่เข้าทำงาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตาราง ที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 318)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	133	41.80
หญิง	185	58.20

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 318)	ร้อยละ (%)
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	52	16.40
26 – 30 ปี	88	27.70
31 – 35 ปี	76	23.90
36 – 40 ปี	45	14.20
41 – 45 ปี	24	7.50
46 – 50 ปี	16	5.00
มากกว่า 50 ปี	17	5.30
<b>เชื้อชาติ</b>		
ไทย	304	95.60
อื่นๆ	14	4.40
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	186	58.50
สมรส	118	37.10
ม้าย/หย่าร้าง	14	4.40
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ปวช./เทียบเท่า	141	44.30
ปวส./เทียบเท่า	73	23.00
ปริญญาตรี/สูงกว่า	104	32.70
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	60	18.90
10,001 – 15,000 บาท	122	38.40
15,001 – 20,000 บาท	82	25.80
20,001 – 25,000 บาท	34	10.70
25,001 – 30,000 บาท	3	0.9
มากกว่า 30,000 บาท	17	5.30

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 318)	ร้อยละ (%)
<b>ตำแหน่งงาน</b>		
ระดับหัวหน้างาน	71	22.30
ระดับปฏิบัติการ	247	77.70
<b>แผนกงานที่ทำ</b>		
แผนกครัว	40	12.58
แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม	51	16.04
แผนกแม่บ้าน	93	29.25
แผนกต้อนรับ	35	11.01
แผนกบัญชี	37	11.64
แผนกบริการทั่วไป	20	6.29
แผนกรักษาความปลอดภัย	9	2.83
แผนกขายและการตลาด	4	1.26
แผนกวิศวกร	11	3.46
แผนกสปา	10	3.14
แผนกบุคคล	7	2.20
แผนกประชาสัมพันธ์	1	0.31
<b>จำนวนปีที่เข้าทำงาน</b>		
เริ่มทำงาน – 3 ปี	154	48.40
4 – 6 ปี	73	23.00
7 – 9 ปี	28	8.80
10 ปีขึ้นไป	63	19.80

ตารางที่ 4.1 ชี้ให้เห็นว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย ประมาณร้อยละ 17 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 51.60) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ซึ่งถือว่าเป็นปกติสำหรับแรงงานในวัยทำงาน ด้านเชื้อชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างอายุเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 95 เป็นชาวไทย ข้อมูลในส่วนของการศึกษาพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 67 มีการศึกษา

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ในขณะที่ประมาณร้อยละ 33 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการจ้างแรงงานในธุรกิจโรงแรมอาจจะไม่ต้องการแรงงานในระดับการศึกษาที่สูงมาก เนื่องจากลักษณะงานเป็นทักษะวิชาชีพเฉพาะ สำหรับรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 64 มีรายได้ระหว่าง 10,001–20,000 บาท ซึ่งเป็นระดับเงินเดือนที่สัมพันธ์กับระดับการศึกษาและตำแหน่งงาน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ (ประมาณร้อยละ 77) เช่น แผนกครัว แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้านและแผนกบัญชี และสุดท้ายผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือประมาณร้อยละ 71 มีอายุงานไม่เกิน 6 ปี

#### 4.1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย การเคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งที่จัดโดยโรงแรมหรือองค์กรอื่นๆ หรือไม่ เคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมบ่อยแค่ไหน กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เข้าร่วมเป็นรูปแบบใด รวมทั้งทราบการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมจากแหล่งใด โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 318)	ร้อยละ (%)
<b>ประสบการณ์ร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)</b>		
เคย	263	82.70
ไม่เคย	55	17.30
<b>ความถี่ในการร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)</b>		
ทุกวัน	33	10.40
ทุกอาทิตย์	33	10.40
ทุกเดือน	47	14.80
ทุกปี	205	64.40



ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 318)	ร้อยละ (%)
<b>รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่เข้าร่วม/ปฏิบัติ*</b>		
การรณรงค์การคัดแยกขยะ	176	55.30
ลด ละ เลิกบุหรื	72	22.60
กิจกรรมปลูกป่าชายเลน	63	19.80
การเก็บขยะชายหาด	142	44.70
การอนุรักษ์สัตว์น้ำ	54	17.00
ไม่ฆ่าสัตว์หรือตัดต้นไม้บริเวณโรงแรม	97	30.50
กิจกรรมวันเด็ก	58	18.20
อื่นๆ	11	3.50
<b>ทราบข้อมูลการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) *</b>		
บอร์ดประชาสัมพันธ์	170	53.50
การประชุม	106	33.30
กระจายข่าวผ่านทางหน้าแผนก/ฝ่าย	179	56.30
E-mail	43	13.50
อื่น	7	2.20

\* ให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 82 เคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากโรงแรมมีกิจกรรมโดดเด่นด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 64 เคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกปี โดยโรงแรมกำหนดให้แต่ละปีพนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของการรณรงค์การคัดแยกขยะ การเก็บขยะชายหาด และการไม่ฆ่าสัตว์หรือตัดต้นไม้บริเวณโรงแรม เนื่องจากเกาะสมุยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก การรณรงค์การคัดแยกขยะและการดูแลชายหาดให้สะอาดจึงเป็นภารกิจหลักของโรงแรมในการให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านทางหน้าแผนก/ฝ่าย ในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 56 เนื่องจากใน

ทุกวันก่อนเริ่มทำงานจะมีการนัดประชุมหัวหน้าแผนก/ฝ่ายเพื่อติดตามงานและมอบหมายงานในหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละฝ่าย เพื่อการกระจายงานไปยังพนักงานในสายบังคับบัญชาต่อไป

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ซึ่งรายงานผลการทดสอบในหัวข้อที่ 4.2.1 และ 4.2.2 ตามลำดับ

##### 4.2.1 องค์ประกอบของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย การรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านการมีเมตตาธรรม ผลการทดสอบโดยพิจารณาจากค่าสถิติซึ่งอธิบายรายละเอียดไว้ในหัวข้อ 3.5.3 ได้แก่ ค่า Barlett's Test เท่ากับ 1,921.004 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99.9 และ ค่า KMO เท่ากับ 0.8 ซึ่งให้เห็นว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน “มีความเป็นองค์ประกอบ” และต่อมากการพิจารณาค่า Initial Eigenvalues และ Scree Plot พบว่า องค์ประกอบของการรับรู้ที่ศึกษา มีจำนวน 3 ด้าน ไม่ใช่ 4 ด้านตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ อันเนื่องมาจากตัวชี้วัดของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมายมีลักษณะการกระจายข้ามองค์ประกอบ (Cross Loading) ตัวชี้วัดตกอยู่ในเงื่อนไขจึงถูกตัดทิ้งไป จึงทำให้การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเดิมตั้งสมมติฐานว่ามี 4 องค์ประกอบ มีตัวชี้วัดทั้งสิ้นรวม 30 ตัว มีตัวชี้วัด เหลือเพียง 3 ด้าน 15 ตัวชี้วัด คือ องค์ประกอบการรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ 4 ตัวชี้วัด องค์ประกอบการรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม 4 ตัวชี้วัด และองค์ประกอบการรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านการมีเมตตาธรรม 7 ตัวชี้วัด

การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Cronbach alpha) องค์ประกอบของการรับรู้ ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 ด้าน มีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่า Alpha มากกว่า 0.7 ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

ตารางที่ 4.3 องค์ประกอบของการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการรับรู้	Factor Loading	Reliability ( $\alpha$ )
	<b>ด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility)</b>		<b>0.80</b>
1	โรงแรมมีกระบวนการในการตอบสนองต่อปัญหา ของลูกค้า	0.81	
2	โรงแรมมีการปรับปรุงคุณภาพ ของการบริการอย่าง ต่อเนื่อง	0.67	
3	ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดการดำเนินงาน ของโรงแรม	0.82	
4	โรงแรมประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้	0.68	
5	โรงแรมของเรามีความพยายามลดต้นทุนในการ ดำเนินงาน*	--	
6	โรงแรมของเราติดตามประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างใกล้ชิด*	--	
7	โรงแรมของเรามีการกำหนดกลยุทธ์ระยะยาว*	--	
	<b>ด้านกฎหมาย (Legal Responsibility)</b>		<b>0.85</b>
1	ท่านได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่ เกี่ยวข้องกับโรงแรมเป็นอย่างดี*	--	
2	ผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมของเราได้ มาตรฐานตามที่กฎหมายระบุ*	--	
3	โรงแรมของเราให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีใน ทุกประเด็น*	--	
4	เจ้าของโรงแรมปฏิบัติตามที่กฎหมายระบุไว้ทุก ประเด็น*	--	
5	โรงแรมของเรามีการจ้างงาน และดูแลผลประโยชน์ของ พนักงานบนพื้นฐานของกฎหมาย*	--	
6	โรงแรมมีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนและการเลื่อน ขั้นอย่างเป็นธรรม*	--	

ตารางที่ 4.3 องค์ประกอบของการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (ต่อ)

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการรับรู้	Factor Loading	Reliability ( $\alpha$ )
	<b>ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility)</b>		<b>0.88</b>
1	โรงแรมของเรากำหนดข้อปฏิบัติเชิงจริยธรรมอย่างชัดเจน*	--	
2	สมาชิกของโรงแรมปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพ*	--	
3	ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบที่โรงแรมอาจทำให้เกิดกับชุมชน	0.85	
4	โรงแรมของเราได้รับการยอมรับในเรื่องความน่าเชื่อถือ*	--	
5	การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม	0.69	
6	พนักงานโรงแรมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์แก่ลูกค้าทุกคน	0.63	
7	โรงแรมของเราให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม*	--	
8	โรงแรมของเราจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมให้กับพนักงาน*	--	
9	โรงแรมมีการจัดสวัสดิการให้พนักงานนอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ	0.57	
	<b>ด้านการมีเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility)</b>		<b>0.95</b>
1	โรงแรมให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม	0.71	
2	โรงแรมมีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม	0.65	
3	โรงแรมของเราช่วยสร้างประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น*	--	
4	โรงแรมมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อกิจกรรมทางสังคม	0.75	
5	โรงแรมกระตุ้นให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอาสาสมัครในโครงการต่างๆ	0.70	
6	โรงแรมใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	.78	

ตารางที่ 4.3 องค์ประกอบของการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (ต่อ)

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการรับรู้	Factor Loading	Reliability ( $\alpha$ )
7	โรงแรมกำหนดพันธกิจในการรักษาสิ่งแวดล้อม	0.81	
8	โรงแรมจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	0.80	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

\* หมายถึง ตัวชี้วัดที่ถูกตัดออก

#### 4.2.2 องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ของการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 2 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม ผลการทดสอบโดยพิจารณาจากค่าสถิติซึ่งอธิบายรายละเอียดไว้ในหัวข้อ 3.5.3 ได้แก่ ค่า Barlett's Test เท่ากับ 2,827.426 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99.9 และ ค่า KMO เท่ากับ 0.9 ซึ่งให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน “มีความเป็นองค์ประกอบ” และต่อมาการพิจารณาค่า Initial Eigenvalues และ Scree Plot พบว่า องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมที่ศึกษา มีจำนวน 2 ด้าน มีตัวชี้วัดที่คงไว้คือ 10 ตัวชี้วัด จากทั้งหมด 17 ตัวชี้วัด กระจายไปตามองค์ประกอบจำนวน 2 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม 4 ตัวชี้วัด และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม 6 ตัวชี้วัด

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Cronbach alpha) องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 องค์ประกอบ มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ ( $\alpha > 0.7$ ) (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม (Involvement) ในความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	Factor Loading	Reliability ( $\alpha$ )
	<b>การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบาย</b>		<b>0.94</b>
1	มีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบาย กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	0.89	
2	มีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่ รับผิดชอบต่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	0.89	
3	มีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนิน กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	0.83	
4	มีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางและแผนงานการดำเนิน กิจกรรมเพื่อสังคม*	--	
9	มีส่วนร่วมตัดสินใจในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม*	--	
11	มีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบ การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมให้เป็นที่ น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม	0.64	
12	มีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลความต่อเนื่องของ กิจกรรมเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อ องค์กร*	--	
14	มีส่วนร่วมในกิจกรรมสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชนซึ่งจัด โดยโรงแรม*	--	
16	มีส่วนร่วมในการเป็นอาสาสมัครโดยโรงแรมอนุญาตให้ใช้ เวลาว่าง*	--	
17	จำนวนชั่วโมงที่ทำกิจกรรมอาสาสมัครได้ถูกนับเป็นชั่วโมง ทำงาน*	--	
	<b>การมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติ</b>		<b>0.86</b>
5	มีส่วนร่วมจัดกลุ่มย่อยๆ เป็นกิจกรรมของแผนก หรือฝ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	0.76	

ตารางที่ 4.4 องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม (Involvement) ในความรับผิดชอบต่อสังคม (ต่อ)

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	Factor Loading	Reliability ( $\alpha$ )
6	ร่วมสนับสนุนหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาให้ เวลาหรือโอกาสแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสังคมของโรงแรม	0.79	
7	มีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่จะเข้า ร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	0.80	
8	มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรม เพื่อสังคมของโรงแรม	0.80	
10	มีส่วนร่วมออกแรงในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	0.48	
13	มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของโรงแรม	0.53	
15	มีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่จัดโดยโรงแรม*	--	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

\* หมายถึง ตัวชี้วัดที่ถูกตัดออก

#### 4.2.3 ความพึงพอใจในงาน

ความพึงพอใจในงานมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ ( $\alpha > 0.7$ ) (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ความพึงพอใจในงานของพนักงาน

ตัวชี้วัด ที่	ความพึงพอใจในงาน	Reliability ( $\alpha$ )
	<b>ความพึงพอใจในงาน</b>	<b>0.92</b>
1	งานของข้าพเจ้าเป็นงานที่น่าพอใจ	
2	ข้าพเจ้ารู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน	
3	ข้าพเจ้ารู้สึกค่อนข้างพึงพอใจในงานที่ทำ	
4	ข้าพเจ้ารู้สึกมีความสุขในงานที่ทำ	
5	ข้าพเจ้าชอบงานของข้าพเจ้า	
6	ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นในการทำงาน	
7	งานของข้าพเจ้ามีความน่าสนใจ	

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงาน

ส่วนนี้เป็นการรายงานผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงานของตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งได้แก่ ระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน และระดับความพึงพอใจในงาน

##### 4.3.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อด้านความมีเมตตาธรรม ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัด

ตารางที่ 4.6 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการรับรู้	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility)</b>			
1	โรงแรมมีกระบวนการในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า	5.51	0.650
2	โรงแรมมีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่อง	5.52	0.680
3	ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดการดำเนินงาน ของโรงแรม	5.42	0.747
4	โรงแรมประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้	5.38	0.681
<b>เฉลี่ย</b>		<b>5.49</b>	<b>0.690</b>



ตารางที่ 4.6 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม (ต่อ)

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการรับรู้	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility)</b>			
1	ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบที่โรงแรมอาจทำให้เกิดกับชุมชน	5.23	0.789
2	การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม	5.19	0.860
3	พนักงานโรงแรมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์แก่ลูกค้าทุกคน	5.49	0.588
4	โรงแรมมีการจัดสวัสดิการให้พนักงานนอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ	5.06	0.799
<b>เฉลี่ย</b>		<b>5.24</b>	<b>0.759</b>
<b>ด้านความมีเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility)</b>			
1	โรงแรมให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม	5.21	0.809
2	โรงแรมมีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม	5.21	0.768
3	โรงแรมมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อกิจกรรมทางสังคม	5.28	0.785
4	โรงแรมกระตุ้นให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอาสาสมัครในโครงการต่างๆ	5.26	0.813
5	โรงแรมใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5.36	0.842
6	โรงแรมกำหนดพันธกิจในการรักษาสิ่งแวดล้อม	5.36	0.826
7	โรงแรมจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	5.35	0.835
<b>เฉลี่ย</b>		<b>5.29</b>	<b>0.811</b>

ตารางที่ 4.6 ชี้ให้เห็นว่าผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจและด้านความมีเมตตาธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก สำหรับระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

พิจารณาตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมด้านเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้อยู่ในระดับสูงทุกข้อ ซึ่งเป็นเพราะความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจถือเป็นความรับผิดชอบขั้นพื้นฐานของธุรกิจทุกประเภท สำหรับระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบสังคมด้านจริยธรรม กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับสูงทุกข้อเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะพนักงานโรงแรมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์แก่ลูกค้าทุกคน จะมีระดับการรับรู้สูงสุด และสุดท้ายระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมด้านการมีเมตตาธรรม กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับสูงในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้โรงแรมจะมีการช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและมีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม พนักงานมีระดับการรับรู้ในระดับค่อนข้างสูง

#### 4.3.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของ

##### พนักงาน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัด

ตารางที่ 4.7 ระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	SD
	การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวางแผน กิจกรรม		
1	มีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบาย กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	4.84	0.998
2	มีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่ รับผิดชอบต่อเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	4.84	1.023
3	มีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนิน กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	4.91	0.986

ตารางที่ 4.7 ระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน (ต่อ)

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	SD
4	มีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบ การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมให้เป็นที่ น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม	5.02	0.807
<b>เฉลี่ย</b>		<b>4.90</b>	<b>0.954</b>
<b>การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม</b>			
1	มีส่วนร่วมจัดกลุ่มย่อยๆ เป็นกิจกรรมของแผนก หรือฝ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	4.99	0.855
2	ร่วมสนับสนุนหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาให้ เวลาหรือโอกาสแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสังคมของโรงแรม	5.13	0.823
3	มีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่จะเข้า ร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	5.17	0.717
4	มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรม เพื่อสังคมของโรงแรม	5.12	0.794
5	มีส่วนร่วมออกแรงในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	5.10	0.722
6	มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของโรงแรม	5.28	0.667
<b>เฉลี่ย</b>		<b>5.13</b>	<b>0.763</b>

ตารางที่ 4.7 ชี้ให้เห็นว่าผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าระดับความคิดเห็นการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

พิจารณาตัวชี้วัดในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมให้เป็นที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูงสุด และระดับการมีส่วนร่วม

เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมอยู่ในระดับสูงสุด

ผลวิจัยจะพบว่าระดับรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีเมตตาธรรม กลุ่มตัวอย่างจะมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับสูง ในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกลุ่มตัวอย่างจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม แสดงว่าโรงแรมให้ความสำคัญในด้านการอนุรักษ์และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมจึงทำให้พนักงานเกิดการรับรู้และมีส่วนร่วม

#### 4.3.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพึงพอใจในงาน

ตัวชี้วัด ที่	องค์ประกอบของความพึงพอใจในงาน	$\bar{X}$	SD
1	งานของข้าพเจ้าเป็นงานที่น่าพอใจ	5.49	0.598
2	ข้าพเจ้ารู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน	5.19	0.799
3	ข้าพเจ้ารู้สึกค่อนข้างพึงพอใจในงานที่ทำ	5.45	0.649
4	ข้าพเจ้ารู้สึกมีความสุขในงานที่ทำ	5.41	0.734
5	ข้าพเจ้าชอบงานของข้าพเจ้า	5.43	0.627
6	ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นในการทำงาน	5.56	0.584
7	งานของข้าพเจ้ามีความน่าสนใจ	5.54	0.590
<b>เฉลี่ย</b>		<b>5.44</b>	<b>0.654</b>

พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบพบว่าทุกตัวชี้วัดมีระดับความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับสูงยกเว้นการรู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน ระดับความพึงพอใจน้อยสุดคืออยู่ในระดับค่อนข้างสูง

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจในงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจในงาน พบว่าการรับรู้ทั้ง 3 ด้าน คือ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมทางเศรษฐกิจ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีเมตตาธรรม และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในช่วง 0.29-0.65 อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งหมายความว่าสามารถใช้ตัวแปรในการหาค่าความสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม (ภาคผนวก ข ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ : Correlations of the Independent Variable)

##### 4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงาน โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณแสดงในสมการ 4.1 โดยกำหนดให้ตัวตามคือระดับความพึงพอใจในงาน (S) ตัวแปรอิสระประกอบด้วย การรับรู้ด้านเศรษฐกิจ ( $X_1$ ) การรับรู้ด้านจริยธรรม ( $X_2$ ) และการรับรู้ด้านการมีเมตตาธรรม ( $X_3$ ) จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ทางด้านจริยธรรม ( $X_2$ ) และการรับรู้ด้านการมีเมตตาธรรม ( $X_3$ ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในขณะที่การรับรู้ด้านเศรษฐกิจไม่มีผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน

$$S = 1.927 + 0.123 X_1 + 0.282 X_2 + 0.232 X_3 \quad (4.1)$$

(0.088)      (0.108)\*      (0.112)\*

$$F\text{-statistic} = 15.063$$

$$\bar{R}^2 = 0.361$$

$$df = 83$$

ตารางที่ 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมกับความพึงพอใจ  
ในงาน

การรับรู้	$\beta$	S. E.	t	p.
ค่าคงที่	1.927	0.493	3.912	0.000
1) การรับรู้ด้านเศรษฐกิจ	0.123	0.088	1.393	0.168
2) การรับรู้ด้านจริยธรรม	0.282	0.108	2.607	0.011*
3) การรับรู้ด้านการมีเมตตาธรรม	0.232	0.112	2.068	0.042*

#### 4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและความ พึงพอใจในงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและความพึงพอใจในงาน โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณแสดงในสมการ 4.2 โดยกำหนดให้ตัวตามคือระดับความพึงพอใจในงาน (S) ตัวแปรอิสระประกอบด้วย การมีส่วนร่วมด้านการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม ( $X_1$ ) และการมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม ( $X_2$ ) จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม ( $X_2$ ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในขณะที่การมีส่วนร่วมด้านการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน

$$S = 3.671 + 0.063X_1 + 0.393X_2 \quad (4.2)$$

(0.085) (0.110)\*

$$F\text{-statistic} = 9.161$$

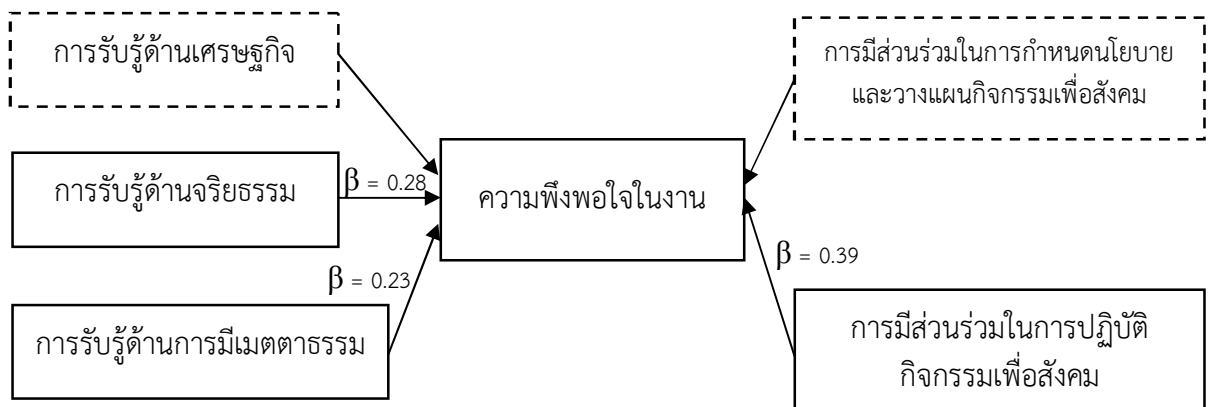
$$\bar{R}^2 = 0.119$$

$$df = 138$$

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจ  
ในงาน

การรับรู้	b	S. E.	t	p.
ค่าคงที่	3.671	0.399	9.192	0.000
1) การมีส่วนร่วมด้านการกำหนด นโยบายและวางแผนกิจกรรม เพื่อสังคม	-0.063	0.085	-0.741	0.460
2) การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ กิจกรรมเพื่อสังคม	0.393	0.110	3.561	0.001*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ภาพที่ 4.1 ผลกระทบของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม  
ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน

## บทที่ 5

### ผลสรุปการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

เนื้อหาบทที่ 5 ครอบคลุม ผลสรุปการวิจัยและการอภิปรายผลเกี่ยวกับ (1) ผลสรุปการวิจัยเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ผลสรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้และการมีส่วนร่วม ผลสรุปการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในงาน ผลสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจในงาน ผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคล (2) การอภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม และผลกระทบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน (3) ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปสู่การปฏิบัติ และ (4) ข้อจำกัดของงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

#### 5.1 ผลสรุปการวิจัย

ผลการวิจัยการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรมสีเขียวที่มีต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 318 คน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

##### ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง โดยสรุปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.20) ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 26-30 ปี (ร้อยละ 27.70) เป็นพนักงานเชื้อชาติไทย (ร้อยละ 95.60) ที่มีการศึกษาค่ากว่าระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 67.30) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–20,000 บาท (ร้อยละ 64.20) ส่วนใหญ่ทำงานในระดับปฏิบัติการในแผนกที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะ เช่น แผนกครัว แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้านและแผนกต้อนรับ (ร้อยละ 68.20) และส่วนใหญ่มีอายุงานไม่เกิน 6 ปี (ร้อยละ 71.40) สำหรับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะ/พฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่โรงแรมจัด (ร้อยละ 82.70) ส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมในทุกปี (ร้อยละ 64.40) รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่เข้าร่วมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมการรณรงค์การคัดแยกขยะ (ร้อยละ 55.30) และกลุ่มตัวอย่างรับทราบข้อมูลการจัดการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ผ่านทางหัวหน้าแผนก/หัวหน้าฝ่าย (ร้อยละ 56.30)



### ผลสรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้และการมีส่วนร่วม

ตัวแปรต้นในการศึกษาครั้งนี้คือ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 คือเพื่อศึกษาองค์ประกอบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ซึ่งตั้งสมมุติฐานการวิจัยภายใต้วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นสมมุติฐานข้อที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ผลสรุปของการศึกษาแต่ละตัวแปร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 ซึ่งตั้งไว้ว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรมสี่ดาวแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม และการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรม สมมุติฐานได้รับการยอมรับเพียงบางส่วน กล่าวคือ พนักงานโรงแรมซึ่งทำงานในโรงแรมสี่ดาวมีการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเพียง 3 ด้าน คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเมตตาธรรม

ในขณะที่สมมุติฐานข้อที่ 2 ซึ่งตั้งไว้ว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม มี 2 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม สมมุติฐานได้รับการยอมรับ กล่าวคือ พนักงานโรงแรมซึ่งทำงานในโรงแรมสี่ดาวมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมใน 2 ด้าน ตามที่ตั้งสมมุติฐานไว้ คือพนักงานโรงแรมมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม

### ผลสรุปการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจในงาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ซึ่งตั้งไว้ว่า เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ผลการวิจัยพบว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ และระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีเมตตาธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก สำหรับระดับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านจริยธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ซึ่งตั้งไว้ว่า เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ซึ่งตั้งไว้ว่า เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานในภาพรวมอยู่ในระดับสูง

## ผลสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจในงาน

สมมุติฐานข้อที่ 3 ซึ่งตั้งไว้ว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจการทำงาน สมมุติฐานได้รับการยอมรับเพียงบางส่วน กล่าวคือ การรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจการทำงาน โดยการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมด้านจริยธรรม และการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมด้านการมีเมตตาธรรมส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในงาน แต่การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมด้านเศรษฐกิจไม่ส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในงาน

สมมุติฐานที่ 4 ซึ่งตั้งไว้ว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน สมมุติฐานได้รับการยอมรับ กล่าวคือ การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน โดยการมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในงาน แต่การมีส่วนร่วมด้านการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมไม่ส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในงาน

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 องค์ประกอบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม

ประการแรกผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ในบริบทของโรงแรมที่ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีความชัดเจนในด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบด้านจริยธรรม และการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบด้านเมตตาธรรม ซึ่งผลการวิจัยนี้มีความแตกต่างจากการนิยามของ Carroll (1991) ที่เสนอว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจประกอบด้วย 4 ด้าน คือความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรม ถึงแม้ว่างานวิจัยที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานจากสถานประกอบการด้านอาหารแฟรนไชส์และทำการศึกษาในประเทศเกาหลีใต้ จะชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมมี 4 ด้าน ดังที่ Carroll นำเสนอ (Lee et al., 2012) แต่การนิยามความรับผิดชอบต่อสังคม 4 ด้านตามแนวทางของ Carroll อาจจะไม่มีความเหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในทุกบริบท ดังที่พบในงานวิจัยนี้ ซึ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานองค์กรด้านธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ผลการวิจัยที่พบว่าการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม เมื่อพิจารณาความรับผิดชอบในแต่ละด้าน พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา กล่าวคือ

ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีระดับการรับรู้ด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจถือเป็นความรับผิดชอบต่อขั้นพื้นฐานของธุรกิจทุกประเภท ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Carroll (1991) ที่ว่าองค์การธุรกิจจะต้องรับผิดชอบต่อสร้างผลกำไรเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น (Shareholders) ในขณะเดียวกันการผลิตสินค้าและบริการนั้นต้องดำเนินไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการบริโภคสินค้าของตลาดอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ วีระวัฒน์ ปันนิตามัย (2553) ได้แบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมโดยพิจารณาจากกรอบผลประโยชน์จากกิจกรรมเพื่อสังคมพบว่าในระดับองค์กรความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยสร้างประโยชน์ต่อองค์กรทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน เช่น ความเชื่อมั่นของประชาชน การดึงดูดผู้มีวุฒิสามารถเข้ามาทำงาน และการเสริมสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ขององค์กร และผลกาวิจัยยังสอดคล้องกับ ลิขิต ลิ้มกาญจน์ (2551) ศึกษาพบว่าความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจมีความสำคัญในลำดับต้นๆ สำหรับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะพนักงานโรงแรมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์แก่ลูกค้าทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Carroll (1991) ความมีจริยธรรมเป็นสิ่งที่ดีอันควรกระทำ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความมีศีลธรรม คุณธรรม และความยุติธรรม การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเป็นสิ่งที่คนในสังคมให้ความสำคัญที่จะได้รับจากองค์กรธุรกิจ ประเด็นต่อมาผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ จินตนา บุญบังการ (2555) ที่ว่าจริยธรรมธุรกิจ คือสิ่งที่ธุรกิจควรยึดมั่น นอกจากนี้สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552) และวีระวัฒน์ ปันนิตามัย (2553) ที่ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม รูปแบบพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม เช่น ความเสมอภาคในการจ้างงาน การไม่ติดสินบน สวัสดิการที่มีความเป็นธรรม การไม่โฆษณาเกินจริง และความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยสร้างจิตอาสาและส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมแก่พนักงาน

ความรับผิดชอบต่อด้านการมีเมตตาธรรม กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับสูงในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรักษาสีสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้โรงแรมจะมีการช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและมีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Carroll (1991) ที่ว่าการดำเนินการด้านนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมขององค์กรในส่วนของทรัพยากรเช่น เงิน และกำลังคน กิจกรรมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมและความใจบุญ เช่น การส่งเสริมสวัสดิภาพของประชาชน การอุดหนุนค่าใช้จ่ายด้านศิลปะ การช่วยเหลือด้านเงินทองหรือสิ่งของ การช่วยเหลือด้านการศึกษา การอาสาช่วยเหลือสนับสนุนโครงการด้านคุณภาพชีวิต

นอกจากนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter and Kramer (2002) กล่าวว่า รูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรมเป็นกิจกรรมที่ธุรกิจจำนวนมากทำและใช้ประชาสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อองค์กรโดยเห็นได้จากการสื่อสารองค์กรผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจจำนวนมาก และมองว่าความรับผิดชอบต่อในรูปแบบนี้ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดี ด้วยเหตุนี้การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานจึงอยู่ในระดับสูง และสุดท้ายสอดคล้องกับแนวคิดของ กรณิภา อังกตาทิณธ์ (2552) พบว่ากลุ่มตัวอย่างของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เคยเข้าร่วมโครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยและส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับสูง

ความรับผิดชอบต่อตามกฎหมาย ซึ่งไม่ปรากฏในงานวิจัยฉบับนี้ อาจจะเป็นเพราะทางโรงแรมไม่ได้มีการฝึกอบรมให้พนักงานได้รับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อตามกฎหมายหรือกฎหมายแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2012) ศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีมุมมองเกี่ยวกับองค์กรในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าบริษัทปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมการจ้างงานและสิทธิประโยชน์ของพนักงาน ต้องไม่ลืมที่จะจัดอบรมความรู้กฎหมายแรงงานให้แก่พนักงาน นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จณิน เอี่ยมสะอาด (2550) ศึกษาเรื่องรูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย พบว่าธุรกิจควรส่งเสริมการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดแนวปฏิบัติคือการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต การให้ความสำคัญกับการอบรม และมีนโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชัย ศรีเมือง (2549) พบว่าองค์กรธุรกิจไม่ว่าจะใหญ่หรือจะเล็กต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น องค์กรธุรกิจจะละเมิดกฎหมายไม่ได้

ประการที่สอง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรม ในบริบทของโรงแรมที่ทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีความชัดเจนในส่วนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคม และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม ผลการศึกษาสอดคล้องกับ กรณิภา อังกตาทิณธ์ (2552) ซึ่งแบ่งแนวคิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 2 ด้านดังกล่าวข้างต้น นอกจากนี้ จิระพงศ์ เรืองกุล (2556) ยังพบว่าระดับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในระดับสูง อาจจะมาจากการที่องค์กรให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในการพัฒนาและการนำไปปฏิบัติ

### 5.2.2 ผลกระทบของการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน

ประการแรกผลการวิจัยพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมจำนวน 2 ใน 3 ด้านมีผลต่อความพึงพอใจในงาน กล่าวคือ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม

ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานในระดับสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Bauman & Skitka (2012) ซึ่งพบว่าการทำงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กรในด้านความมีศีลธรรม จริยธรรม และการทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่ตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน เช่น ความปลอดภัยในที่ทำงาน การมีสภาพแรงงาน การมีประกันชีวิตให้พนักงาน จะนำไปสู่ความพึงพอใจในงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2013) งานวิจัยในประเทศเกาหลี โดยการสำรวจพนักงานในภาคธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรม เกี่ยวกับการรับรู้ในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านต่างๆ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อด้านการมีเมตตาธรรม และความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่าการทำงานที่รับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานส่งผลต่อความผูกพันกับองค์กรซึ่งแสดงออกในรูปแบบของความรัก ความทุ่มเท และความพึงพอใจในองค์กร โดยเฉพาะความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรมส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในการทำงาน

ประเด็นถัดมาผลการวิจัยพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรมส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับรองลงมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท บุญประเสริฐ (2012) ศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y พบว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรใน 4 ประเด็นคือ การตลาดเพื่อสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การมีข้อปฏิบัติทางธุรกิจเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการ ส่งผลกระทบบต่อความผูกพันที่พนักงานกลุ่มนี้มีต่อองค์กร ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานกับการแสดงออกซึ่งความผูกพันในองค์กรและความพึงพอใจในงาน โดยเฉพาะประเด็นการบริจาคเพื่อการกุศลซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรม

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน สอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศชัมบับเว ที่ศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และรายงานผลปฏิบัติการของโรงแรมจำนวน 23 แห่ง พบว่าโรงแรมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้มากกว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Nyahunzvi, 2013) และผลจากงานวิจัยพบว่าพนักงานส่วนใหญ่จะรับรู้ข้อมูลการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านทางกรกระจ่ายข่าวผ่านหัวหน้าแผนก/ฝ่าย จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ และจากการประชุม ซึ่งกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่ที่พนักงานรับรู้จะเป็นกิจกรรมที่ให้พนักงานเข้ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติแทบทั้งสิ้น สำหรับการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจในด้านการประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ของโรงแรม หรือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดการดำเนินงาน

ของโรงแรม เรื่องเหล่านี้พนักงานมีการรับรู้ค่อนข้างน้อย จึงทำให้การรับรู้ความรับผิดชอบทางด้านเศรษฐกิจไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน

ประการที่สองผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบทางสังคมของพนักงานโรงแรมซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมมีผลต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Barkey (2012) ที่พบว่าทำให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ โดยสามารถนำชั่วโมงการทำงานอาสาสมัครนั้นมานับเป็นชั่วโมงทำงาน เป็นการสร้างให้เกิดทัศนคติเชิงบวกของพนักงานต่อองค์กรถึงแม้ว่ามีการแบ่งพนักงานออกเป็นกลุ่มต่างๆตามระดับทัศนคติต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เช่นพนักงานกลุ่มที่มีทัศนคติทางบวกในระดับสูงต่อแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม พนักงานกลุ่มนี้จะยินดีเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมกับองค์กร (Costas & Karreman, 2013) อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ Costas and Karreman ดังกล่าวไม่ได้ทดสอบว่าพนักงานกลุ่มนี้จะมี ความพึงพอใจกับงานหรือไม่ และผลการวิจัยจากงานวิจัยฉบับปัจจุบันนี้ทดสอบความสัมพันธ์นี้ซึ่งผลที่ได้นำเสนอ และสาเหตุที่การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมส่งผลต่อความพึงพอใจ อาจจะสืบเนื่องมาจากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่พบว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับการปฏิบัติกิจกรรม เช่นการเข้าร่วมกิจกรรมทำความสะอาดชายหาด กิจกรรมช่วยเหลือชุมชนต่างๆ ซึ่งไม่ต่างจากภาคธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม (พัชรินวิวัฒน์เจริญชัยกุล, 2546) และสุดท้ายสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญชนก วงศ์ใส (2553) จากกรณีศึกษาของนิคมอุตสาหกรรมนวนคร พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงาน รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้าและพนักงาน ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น การทำธุรกิจมีจริยธรรมทำให้บริษัทเป็นองค์กรที่ถูกต้อง ทำให้บุคคลในบริษัทรู้สึกที่ตนเองได้มีส่วนร่วมในด้านต่างๆ และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ประเด็นถัดมาจากการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน จะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Costos & Karreman (2013) พบว่าพนักงานมีข้อเสนอแนะให้บริษัทควรส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมโดยผ่านทางกิจกรรม 5 ด้านคือ (1) การกำหนดนโยบายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน (2) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง (3) การเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น (4) การมอบรางวัลจูงใจให้พนักงาน และ (5) สนับสนุนการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งประเด็นที่ (1) จะสอดคล้องกับงานวิจัยที่ค้นพบเนื่องจากเมื่อพนักงานได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน และผลจากงานวิจัยพบว่าพนักงานส่วนใหญ่เคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรูปแบบกิจกรรมที่เข้าร่วม คือ กิจกรรมการรณรงค์การคัดแยกขยะ

การเก็บขยะชายหาด การไม่ฆ่าสัตว์หรือตัดต้นไม้บริเวณโรงแรม ลดละ เลิกบุหรี และกิจกรรมปลูกป่าชายเลน เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่ให้พนักงานมีส่วนร่วมปฏิบัติ นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่าพนักงานมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบายกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม การมีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม และมีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม พนักงานมีส่วนร่วมในระดับค่อนข้างน้อย จึงทำให้การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรมจึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน

### 5.3 ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปสู่การปฏิบัติ

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงแรมสีเขียวที่มีต่อความพึงพอใจในงาน ผลการวิจัยพบว่า

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อระบบงานการบริหารทรัพยากรบุคคล จากผลการศึกษาที่พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลกับความพึงพอใจในงาน โดยการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบด้านจริยธรรมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสูงสุด แผนกทรัพยากรบุคคลจึงควรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานบนพื้นฐานของจริยธรรม คุณธรรม และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการมีเมตตาธรรมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน ในขณะที่การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจไม่มีผลต่อความพึงพอใจในงาน อย่างไรก็ตามองค์กรควรมีการส่งเสริมการรับรู้ด้านเศรษฐกิจนี้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาคุณภาพการบริการอันจะนำไปสู่การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ในการนี้ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแผนปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แผนปฏิบัติการเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

แผนงาน/โครงการ	แผนระยะสั้น (เร่งด่วน)	แผนระยะปานกลาง	แผนระยะยาว
1. กำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้านเป็นพันธกิจองค์กร	✓		
2. การจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง	✓		
3. โครงการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานด้านกฎหมายแรงงาน กฎหมายสิ่งแวดล้อม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่พนักงานพึงทราบ		✓	
4. โครงการประชาสัมพันธ์การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมให้พนักงานทราบผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายของโรงแรม		✓	
5. โครงการปฐมนิเทศและให้ความรู้แก่พนักงานใหม่โดยเน้นนโยบายโรงแรมสีเขียวในด้านการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม			✓
6. การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการบนพื้นฐานของจริยธรรมและมีการทบทวนนโยบายอย่างต่อเนื่อง			✓



### 5.3.2 ข้อเสนอแนะการส่งเสริมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน

การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อระบบงานการบริหารทรัพยากรบุคคลเช่นเดียวกัน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งเป็นการทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การทำกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม และร่วมสนับสนุนหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาให้เวลาหรือโอกาสแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ดังนั้นโรงแรมจึงควรมีการส่งเสริม ติดตามผลเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่การมีส่วนร่วมด้านการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงาน แต่อย่างไรก็ตามองค์กรควรมีการส่งเสริมให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมกับการวางแผนกิจกรรมเพื่อสังคมในระดับนโยบายมากยิ่งขึ้น เช่น ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบายกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม ให้พนักงานมีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม และให้พนักงานมีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม จึงเสนอแผนปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 ระดับ ดังปรากฏในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แผนปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อ

แผนงาน/โครงการ	แผนระยะสั้น (เร่งด่วน)	แผนระยะปานกลาง	แผนระยะยาว
1. โครงการระดมความคิดเห็นจากพนักงานในการมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายกิจกรรมเพื่อสังคม ร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคม และมีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	✓		

ตารางที่ 5.2 แผนปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับความรับผิดชอบ (ต่อ)

แผนงาน/โครงการ	แผนระยะสั้น (เร่งด่วน)	แผนระยะปานกลาง	แผนระยะยาว
2. โครงการช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม และมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมตามความพึงพอใจและการเข้าร่วมของพนักงาน		✓	
3. ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม		✓	
4. การจัดสรรเงินรางวัลให้แก่พนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม			✓
5. ทำการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม สี่เขียวให้สาธารณชนรับรู้			✓

#### 5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

การวิจัยในแต่ละครั้งมีข้อจำกัดของการวิจัยที่มากขึ้นแตกต่างกันไป สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดของการทำวิจัย 2 ประเด็น ได้แก่

##### ข้อจำกัดของงานวิจัย

1) ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในกระบวนการเก็บข้อมูล กล่าวคือ การอธิบายให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวิธีการตอบแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยไม่ได้รับอนุญาตให้ชี้แจงกลุ่มตัวอย่างโดยตรง แต่ได้รับอนุญาตให้ชี้แจงผ่านหัวหน้าฝ่าย/หัวหน้าแผนก ซึ่งจะเป็นผู้ชี้แจงการตอบแบบสอบถามให้พนักงานเข้าใจต่อไป ข้อจำกัดนี้จึงอาจจะมีผลต่อความถูกต้อง สมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับ

2) เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงฤดู High Season ของธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย (ช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2557) ซึ่งพนักงานจะไม่ค่อยมีเวลาในการร่วมมือตอบแบบสอบถาม

### **ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งถัดไป และงานวิจัยในอนาคต**

1) ควรมีการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่ามีผลต่อการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ หรือในทางกลับกันควรมีการศึกษาอิทธิพลของการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมว่ามีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่

2) ควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเพื่ออธิบายการรับรู้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงานได้ชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3) ควรศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ทำงานโรงแรมอื่นๆ ที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคมแต่ไม่เป็นสมาชิกมูลนิธิใบไม้สีเขียว ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยสามารถนำไปหาข้อสรุปเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ และการมีส่วนร่วมต่อความพึงพอใจในงาน และ/หรือ ความผูกพันกับองค์กรในรูปแบบอื่นๆ ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

4) ควรศึกษาในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่นอกเหนือจากธุรกิจโรงแรมโดย อาจจะเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ

# บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กฤษณ์กมล กมลลาศน์. (2546). *การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักศึกษาการศึกษานอกโรงเรียนสายสามัญ วิธีเรียนทางไกล ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในการจัดบริการและสวัสดิการทางการศึกษา เฉพาะกรณี : ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- กรมการท่องเที่ยว.(2558). *สถิตินักท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2558,* จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24333>
- กรณีภา อังคทาภิณธ์. (2552). *การมีส่วนร่วมของพนักงานต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ปริญญาโทสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2554). *รายงานประจำปี 2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ.*
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2555). *บทสรุปผู้บริหาร โครงการศึกษาสถานการณ์ลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวของไทย เพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต กรณีศึกษา : ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ.*
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2558). *7 Greens Concept by TAT and Samui Island ABC Model. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2558,* จาก <http://7greens.tourismthailand.org/>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2558). *มาตรฐานใบไม้เขียว. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2558,* จาก [http://www.greenleafthai.org/th/green\\_standard/](http://www.greenleafthai.org/th/green_standard/)
- คณะกรรมการบริหารอำเภอ. (2555). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกาะสมุยแบบบูรณาการ. กบอ.อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.*
- จณิน เอี่ยมสะอาด. (2550). *รูปแบบและการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- จิระพงศ์ เรืองกุน. (2556). *การสร้างแบรนด์นายจ้าง: กลยุทธ์การดึงดูดและรักษาผู้มีความสามารถสูง. วารสารวิทยาการจัดการ, ปีที่ 31 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2557 หน้า 187-209.*
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.*
- จินตนา บุญงการ. (2555). *จริยธรรมทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- จุฑารัตน์ กิตติเชมากร. (2553). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญาโทวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์), กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : ธรรมการพิมพ์.
- ชาย โปธิสิตา. (2549). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ชุตินา วุ่นเจริญ. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม*. วารสารวิทยาการจัดการ, ปีที่ 30 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2556.
- โชติรัตน์ ศรีสุข. (2554). *กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชมพูนุท บุญประเสริฐ. (2012) *ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y*. วารสารการจัดการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (กันยายน – ธันวาคม 2555).
- ดารา ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด Marketing Communication*. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *[ออกกะโน เซซัน บี เฮฟเวีย] Organizational Behavior*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- ธนากร มุลพงค์. (2553). บทบาทของนักทรัพยากรมนุษย์ไทยกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การศึกษาตามกรอบการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: The Role of Thai HR Practitioners in Corporate Social Responsibility (CSR): A Stakeholder Management Perspective. *วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, ปีที่ 32 ฉบับที่ 126 (ต.ค.-ธ.ค.) หน้า 51-84
- ธัญชนก วงศ์ใส. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อแรงงานไทย: กรณีศึกษานิตมอุตสาหกรรมนคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธวัชชัย ศรีพรงาม. (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่นด้าย*. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม), กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นครินทร์ อาสะไวย์. (2552). *ผลงานรางวัลลูกโลกสีเขียว ครั้งที่ 11 ปี 2552*. คณะทำงานภูมิภาค ภาคใต้.
- นิภา วิริยะพิพัฒน์. (2552). *ก้าวทันกระแส CSR: ความพร้อมสู่มาตรฐาน ISO 26000 Trend of CSR: Gearing towards ISO 26000*. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ปีที่ 29 ฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม – กันยายน.
- นิตสาร โลกสุทธิ. (2551). *กลยุทธ์การใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปจิตราภรณ์ หวังเจริญสุข. (2550). *การศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัทแอ็ดวานซ์เอโกร จำกัด (มหาชน) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม*. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปนัดดา ใจเขียนดี. (2554). *การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคต่อกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไทยและบริษัทข้ามชาติ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์.(2555). *คอลัมน์ CSR Talk*.
- พรหมมา งามไพบูลย์, ภัฏญามน อินท่าง และรวงทอง ภาพันธ์. (ม.ป.ป.). *การมีส่วนร่วมของพนักงานต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี*.
- พัชรี นิตมเจริญชัยกุล. (2546). *การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอม เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) และบริษัทในเครือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พวงชมพู โจนส์. (2557). *กิจการเพื่อสังคม: ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร*. วารสาร ธุรกิจปริทัศน์, ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2557).
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2552). *ทัศนคติและการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของชุมชนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. รายงานการวิจัย ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2555). *CSR กับ SD เหมือนหรือต่างกัน*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2556, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/ceo-blogs/pipat/20120607/455567/CSR-กับ-SD-เหมือนหรือต่างกัน.html>.
- มูลนิธิรักไทย. (2553). *CSR นวัตกรรม*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2556, จาก <http://www.raksthai.org/new/csr.pbp>.
- รพีพรรณ ฉัตรเลิศยศ. (2556). *CSR : กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร*. วารสารวิชาการ, ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ลิขิต ลิ้มกาญจน์. (2551). *ความรับผิดชอบต่อสังคม CSR ของบริษัทในเครือสหพัฒน์ปิบูล อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี*.
- เลิศพร ภาระสกุล (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรทัย ราวินิจ. (2549). *ประสิทธิผลของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรุณพันธ์ คงสม. (2551). *การสำรวจพฤติกรรมทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย*. งานวิจัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- วศินี นพคุณ. (2551). *กลยุทธ์เรื่องการสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัลลภา เฉลิมวงศาเวช. (2555). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอุตสาหกรรม*. วิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิภาดา วีระสัมฤทธิ์. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย .(2553). *แนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR)*. สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล สำนักงาน ก.พ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกาะสมุย. (2553). *บรรยายสรุปอำเภอเกาะสมุย ประจำปี 2556*. สืบค้นจาก <http://www.suratthani.go.th/>.
- ไสรยา คงดิษ . (2555). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม*. วิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2552). *Corporate Social Responsibility Institute (CSRI)*. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2556, จาก <http://www.csri.or.th/knowledge/csr/194>.
- สถาบันไทยพัฒนา. (2553). *ซีเอสอาร์คืออะไร*. ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2556, จาก <http://www.thaicr.blogspot.com>.
- สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *บรรยายสรุปอำเภอเกาะสมุย*. สืบค้นจาก <http://www.suratthani.go.th/>.
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี .(2553). *บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท*. ความร่วมมือระหว่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานพัฒนาหน่วยบริการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย .(2553). *สัมมนา CSR Thailand 2011 : ไม่ทำไม่ได้แล้ว (Raising the BAR in CSR, Transforming Businesses in Thailand)* ภาคใต้หัวข้อเสาวนา 3 ผู้นำเคลื่อนที่สำหรับ CSR.
- สานิตย์ หนูนิ. (2556). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร*. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 134-141.
- สุธร จิตรรุ่งเรือง. (2551). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร*. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2556, จาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th>.



- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2553). *บรรยายสรุปอำเภอเกาะสมุย*. สืบค้นจาก <http://www.suratthani.go.th/>.
- สำนักงานเกษตรอำเภอเกาะสมุย. (2554). *บรรยายสรุปอำเภอเกาะสมุย*. สืบค้นจาก <http://www.suratthani.go.th/>.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). *มหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม (University Social Responsibility : USR)*. สืบค้นจาก [http://www.mua.go.th/data\\_pr/data\\_sumate\\_52/Retreat\\_4.pdf](http://www.mua.go.th/data_pr/data_sumate_52/Retreat_4.pdf)
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2556). *บรรยายสรุปอำเภอเกาะสมุย*. สืบค้นจาก <http://www.suratthani.go.th/>.
- หงสกุล เมสนุกุล. (2555). *การศึกษาแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พัก ตามมาตรฐานโรงแรมใบไม้สีเขียวของซิกเซ็นส์ ไฮอเวย์ เกาะยาวน้อย จังหวัดภูเก็ต*. การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต กำแพงแสน ครั้งที่ 9.
- หอการค้าไทย. (2550, ธันวาคม). *เศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์ (Sufficiency economy: A new philosophy in the global world)*. กรุงเทพฯ: หอการค้าไทย.
- อรพรรณ ลือบุญรัชชัย. (2543). *การพยาบาลสุขภาพจิตและจิตเวช*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชัย ศรีเมือง. (2549). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน . *วารสารการบริหารสำหรับนักบริหารงาน บุคคลมืออาชีพ*, 27(3), 36.
- อุทัยวรรณ สุตใจ. (2545). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริหารที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต.
- Sodbhiban Pichai. (2553). *ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบยั่งยืนของผู้ดำเนินธุรกิจบริการประเภทโรงแรมที่พัก ในภาคเหนือ*. สืบค้นจาก [www.thaiblogonline.com/](http://www.thaiblogonline.com/) เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2556.

### ภาษาต่างประเทศ

- Arminda do Paco, Ana Claudia Nave. (2013). Corporate volunteering : A case study centred on the motivations, satisfaction and happiness of company employee. *Employee Relations, Vol. 35(5)*, 547 - 559
- Alastair M. M. (2012). *7 Greens Concept by TAT and Samui Island ABC Model*. สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2558 จาก <https://www.linkedin.com/groups/7-Greens-Concept-TAT-Samui-3783610.S.186944773>.
- Baker, M. (2003). Corporate Social Responsibility in 2003 : Review of the Year. *Business Respect, Issue, 68*, [Online]. Available.
- Barker, T. (2012). Employee volunteering : soul, body and CSR. *Social Responsibility Journal, 8(1)*, 48-62.
- Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate social responsibility : A process model of sensemaking. *Academy of Management Review, 33(1)*, 122-136.
- Bauman, C.W., & Skitka, L.J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organizational Behaviour, 32*, 63-86.
- Best and Kahn James V. (1993). *Research in Education*. 7 th ed. Boston : Allyn and Bacon, 246.
- Bhattachary, C.B., & Korschun, D., & Sen, S. (2009). Strengthening Stakeholder – Company Relationships Beneficial Corporate Social Responsibility Initiatives. *Online Journal of Business Ethics, 85*, 257-272.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the businessman*. New York : Harper & Row.
- Carroll, A.B. (1979). Corporate social responsibility : evolution of a definitional construct. *Business and Society*.
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility : toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons, 34(4)*, 39-48.
- Chafe, Z., & Honey, M. (2005). *Consumer Demand and Operator Support for Socially and Environmentally Responsible Tourism* (Working paper No. 104). Retrieved from Center on Ecotourism and Sustainable Development (CESD), The International Ecotourism Society (TIES) website: [http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Consumer\\_Demand\\_April\\_2005.pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Consumer_Demand_April_2005.pdf)
- Chomvilailun, R., & Butcher, K. (2010). Enhancing brand preference through corporate social responsibility initiatives in the Thai banking sector. *Research paper, Emerald Group Publishing Limited*.

- Chong, M. (2009). Employee participation in CSR and corporate identity : Insights from a disaster-response program in the Asia-Pacific. *Corporate Reputation Review*, 12(2), 106-119.
- Coakes, S.J., & Steed, L., & Ong, C. (2009). *SPSS version 16.0 for windows : Analysis without Anguish*. Queensland : Wiley.
- Costas, J., & Karreman, D. (2013). Conscience as control-managing employees through CSR. *Organization*, 20(3), 394-415.
- Cronbach, L.J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper and Row Publishers.
- Evans, W.R., & Davis, W.D. (2011). An Examination of Perceived Corporate Citizenship, Job Applicant Attraction, and CSR Work Role Definition. *Business & Society*, 50(3), 456-480.
- Gavin, J. J., & Maynard, W. S. (1975). Perceptions of corporate social responsibility. *Personnel Psychology*, 28(3), 377-387.
- Greenwood, M. (2007). Stakeholder engagement : Beyond the myth of corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 315-327.
- Haski-Leventhal, D. (2013). Employee engagement in CSR: The case of payroll giving in Australia. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20, 113-128.
- Henderson, J. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 228-239.
- <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/6223033#sthash.7T3GSwfu.dpuf>  
กรุงเทพฯธุรกิจ สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2558.
- Khunon, S., & Muangasame, K. (2013). The Differences between Local and International Chain Hotels in CSR Management : Empirical Findings from a Case Study in Thailand. *Asian Social Science*, 9(5), 209-225.
- Krejcie, Robert V. and Morgan, Daryle W. (1970). Determinining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. v. 30, 607-610.
- Lee, Y-K., & Kim, 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.
- Lee, E.-M., & Park, S.-Y., & Lee, H.-J. (2013). Employee perception of CSR activities : Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66, 1716-1724.

- Liu, G., & Liston-heyas, C., & Ko, W-W. (2010). Employee Participation in Cause-Related Marketing Strategies : A Study of Management Perceptions from British Consumer Service Industries. *Journal of Business Ethics*, 92, 195-210.
- Clinton O. Longenecker, Sam Beard, Joseph A. Scazzero. (2013). What about the workers? The workforce benefits of corporate volunteer programs. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, Vol. 27(1) , 9-12
- McWilliams, A. and Siegel, D. (2001) Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective, *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127.
- Merail, F. (2010). Does the explicit recognition of the commitment and contribution of staff within an organization’s CSR strategy matter?. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 492-509.
- Merwe, M. v. d., & Wocke, A. (2007). An investigation into responsible tourism practices in the South African hotel industry. *Sustainable African Business Management*, 38(2), 1-15.
- Michael, E. P., & Mark, R. K. (2006). Strategy Society : The like between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review* : [www.hbr.org](http://www.hbr.org).
- Miller, G. A. (2003). Consumerism in Sustainable Tourism: A Survey of UK Consumers. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1), 17-39.
- Nyahunzvi, D.K. (2013). CSR reporting among Zimbabwe’s hotel groups : a content analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(4), 595-613.
- Patnaree Srisuphaolarn (2013). Altruistic to strategic CSR: how social value affected CSR development-a case study of Thailand. *Social Responsibility Journal*, 9(1), 56-75
- Poolthong, Y., & Mandhachitara, R. (2009). Customer expectations of CSR, perceived service quality and brand effect in Thai retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 27(6), 408-427.
- Popoli, P. (2011). Linking CSR strategy and brand image: Different approaches in local and global markets. *Marketing Theory*, 11(4), 419–433.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56-68.
- Porter, M-E., Kramer, M. (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Strategy Society*.

- Ratanamongkol Sunee. (2006) .Corporate social reporting in Thailand : The news is all good and increasing. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 3(1), 67-83.
- Sheldon, P. J., & Park, S-Y. (2011). An Exploratory Study of Corporate Social Responsibility in the U.S. Travel Industry. *Journal of Travel Research*, 50(4), 394-407.
- Siyathorn Khunon & Kaewta Muangasame. (2013). The Differences between Local and International Chain Hotels in CSR Management: Empirical Findings from a Case Study in Thailand. *Published by Canadian Center of Science and Education, Asian Social Science*; Vol. 9, No. 5.
- Srisuphaolarn, P. (2013). From altruistic to strategic CSR: how social value affected CSR development-a case study of Thailand. *Social Responsibility Journal*, 9(1), 56-75.
- World Business Council for Sustainable Development. (2011). *Corporate Social Responsibility (CSR)*. [http://www.wbcsd.org/work program/business-role/previous-work/corate-social-responsibility.aspx](http://www.wbcsd.org/work_program/business-role/previous-work/corate-social-responsibility.aspx) สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2558
- Yamane, Taro. 1967. *Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed.*, New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสัมภาษณ์

ข้อมูลการสัมภาษณ์โรงแรม : วันที่ 18-19 มกราคม 2557

หัวข้อ	โรงแรมแฟร์ เฮ้าส์ วิลล่า แอนด์ สปา เมื่อวันเสาร์ ที่ 18 ม.ค. 57 เวลา 12.30 – 14.00 น.	โรงแรมท่องเที่ยวราย เบย์ เมื่อวันเสาร์ ที่ 18 ม.ค. 57 เวลา 15.00 – 16.30 น.	โรงแรมบัญชาตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา เมื่อวันอาทิตย์ ที่ 19 ม.ค. 57 เวลา 09.30 – 11.30 น.
1. ผู้ให้ข้อมูล	ผู้จัดการฝ่ายบุคคล	General Management	Executive Assistant Manager
2. แนวคิดในการทำ CSR และ โรงแรมสีเขียวเริ่มต้นได้อย่างไร อะไรเป็นแรงผลักดัน	เดิมเป็นโรงแรมบ้านแหลมทราย แอนด์ รีสอร์ท เจ้าของเดียวกับโรงแรมแฟร์ เฮ้าส์ บีช แอนด์ รีสอร์ท และแฟร์เฮ้าส์ บีช แอนด์ โฮเทล (เฉวงน้อย) - เจ้าของโรงแรมตระหนักในเรื่อง สิ่งแวดล้อม	โรงแรมเน้นด้านสิ่งแวดล้อมมาก เน้น 1 ใน 6 ข้อเป็น CSR เพื่อชุมชน	เจ้าของโรงแรมเป็นคนไทย ต้องการ เน้นทางด้านการบริการ และการมี ส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับสังคม ความเป็นอยู่ระหว่างพนักงาน และ ความเป็นอยู่ระหว่างลูกจ้างและ นายจ้างให้เป็นครอบครัวเดียวกัน “ครอบครัว บัญชาตรา”
3. จำนวนพนักงาน	- พนักงานจำนวน 93 คน - ฝ่ายบริหาร 13 คน - นศ.ฝึกงาน 4 คน - แรงงานต่างชาติ 14 คน	- ระดับปฏิบัติการจำนวน 180 คน - ระดับบริหาร 25 คน - เนื้อที่โรงแรมประมาณ 300 ไร่	- พนักงานจำนวน 189 คน - เนื้อที่โรงแรมประมาณ 15 ไร่ - ห้องพัก 150 ห้องและ 18 วิลล่า รวมเป็น 168 ห้อง



หัวข้อ	โรงแรมแฟร์ เฮาส์ วิลล่า แอนด์ สปา	โรงแรมทองทราย เบย์	โรงแรมบัญชาธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา
4. ภาพรวมเกี่ยวกับนโยบายด้านกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	มีนโยบายด้านการตลาดที่ควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อม	เป็นกฎเหล็กของโรงแรมในการเน้นนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่พนักงานทุกคนจะต้องตระหนักและถือปฏิบัติ	เน้นนโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม
5. โรงแรมมีการทำ CSR โดยครอบคลุมความรับผิดชอบต่อ 5.1 ด้านเศรษฐกิจ 5.1.1 การดูแลลูกค้า	-พยายามอบรมพนักงานเพื่อรักษามาตรฐานของโรงแรม -รับ Feedback จากลูกค้าโดยตรง	- มีใบร้องเรียนในห้องพัก - ร้องเรียนผ่าน Lobby มีการเช็คข้อมูลทุกวัน	- เป็นสิ่งที่เน้นกับพนักงานมากที่สุด พนักงานที่มีเข็มรูปดาวหมายถึงผ่านคอร์สในการดูแลลูกค้า ห้ามปฏิเสธลูกค้า (Yes, I can.) และต้องมีการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าภายใน 15 นาที -ปลุกฝังให้ลูกน้องมีใจรักในด้านการบริการก่อน -สร้างความมั่นใจให้ลูกน้องในการปฏิบัติงาน -มีการ Trend พนักงานในการรับมือกับปัญหา, การทำให้ปัญหาน้อยลง - มีการสร้างคนก่อน “งานจะมีคุณภาพอยู่ที่การสร้างคนที่มีคุณภาพ” และมีการเข้าถึงแขกในทุกระื่อง

หัวข้อ	โรงแรมแฟร์ เฮาส์ วิลล่า แอนด์ สปา	โรงแรมห้องทราย เบย์	โรงแรมบัญชาธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา
5.1.2 ชุมชน การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายชื่อพนักงานเป็นกะลามะพร้าว</li> <li>- ของตั้งโชว์เป็นฝีมือของพนักงาน</li> <li>- มีกิจกรรมกับชุมชนบ่อยครั้ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการใช้น้ำฝัสด</li> <li>- มะพร้าวในเกาะสมุย</li> <li>- ผักในท้องถิ่น/ผักที่ปลูกเองในโรงแรม</li> <li>- ดอกไม้ปลูกเองในโรงแรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายชื่อพนักงานเป็นกะลามะพร้าว</li> <li>- มีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน</li> </ul>
5.2 ด้านกฎหมาย	ไม่ได้พูดถึง	ไม่ได้พูดถึง	ไม่ได้พูดถึง
5.3 ด้านจริยธรรม		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการเข้าร่วมกิจกรรมทอดกฐิน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จะเน้นการบริการแขกด้วยความเป็นไทย มีการปลูกฝังให้พนักงานรักในอาชีพของตนเอง ต้องซื่อสัตย์ต่อตนเอง ซื่อสัตย์ต่อแขก</li> <li>- ก่อนเริ่มงานต้องมีการปฐมนิเทศและปลูกฝังความรู้เกี่ยวกับบัญชาธาราให้ครบทุกด้าน</li> </ul>
5.4 ด้านการมีเมตตาธรรม		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการจัดกิจกรรมสำหรับคนพิการและสัตว์พิการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการจัดกิจกรรมเพื่อจัดหารายได้สำหรับคนพิการ</li> </ul>

หัวข้อ	โรงแรมแพร์ เฮ้าส์ วิลล่า แอนด์ สปา	โรงแรมทองทราย เบย์	โรงแรมบัญชาดารา รีสอร์ท แอนด์ สปา
6. กิจกรรมทางสังคมที่โรงแรมทำมีกิจกรรมอะไรบ้าง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการร่วมกับโรงเรียนที่ปราชญ์จัดกิจกรรมให้เด็กๆ</li> <li>- โครงการธนาคารขยะ (กิจกรรมทำต่อเนื่อง)</li> </ul> <p>ปัญหา : บุคลากรมีจำนวนจำกัดและไม่สามารถแข่งขันกับโรงแรมระดับเซนได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมที่นครนายก (Outing นอกสถานที่)</li> <li>- สัตว์พิการ (บ้านป่าสำรวจ)</li> <li>- เด็กพิการ</li> <li>- ออกเรือทำปะการังเทียมที่เกาะแตน</li> <li>- มีโรงปุ๋ย โรงออกแกนิคส์ฟาร์มให้นักเรียนเข้าเรียนรู้</li> <li>- เป็นพี่เลี้ยงให้โรงเรียนปลายแหลมเกี่ยวกับการจัดทำธนาคารขยะ(ทุกปี)</li> <li>- การคัดแยกขยะภายในโรงแรม</li> <li>- งานวันเด็ก (ทุกปี)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กิจกรรมวันเด็ก มีการทำอาหารร่วมกิจกรรมวันเด็กในโรงแรม</li> <li>- วัตถุประสงค์</li> <li>- พาพนักงานไปกวาดขยะชายหาดในวัน Big Greening</li> </ul>
7. โรงแรมได้มีการอบรมหรือให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างไร	มีการส่งพนักงานทุกแผนกไปอบรมภายนอกอยู่เสมอ	- มีการคัดเลือกและส่งพนักงานในแต่ละแผนกไปอบรมภายนอกอยู่เสมอ	- ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะแจ้งมายังฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดคนไปร่วมอบรม
8. โรงแรมมีกระบวนการในการจ้างงานอย่างไร	จ้างเป็นพนักงานประจำของโรงแรมหลังจากผ่านการทดลองงาน 119 วัน	- กฎเหล็กของโรงแรมห้ามพนักงานฆ่าสัตว์ ห้ามตัดต้นไม้ ห้ามใช้ถุงพลาสติกเข้ามาในโรงแรม	- ตามกฎหมายข้อบังคับ - จ้างตามค่าแรงขั้นต่ำ

หัวข้อ	โรงแรมแฟร์ เฮาส์ วิลล่า แอนด์ สปา	โรงแรมทองทราย เบย์	โรงแรมบัญชาธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา
<p>9. การรับรู้</p> <p>9.1 โรงแรมมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้พนักงานทราบในรูปแบบไหนบ้าง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่านบอร์ดการประชุม</li> <li>- บอร์ดประชาสัมพันธ์</li> <li>- การกระจายข่าวผ่านหัวหน้าแผนก</li> </ul> <p>จากการประชุมประจำวันสัปดาห์ละ 5 วันก่อนการปฏิบัติงาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บอร์ดประชาสัมพันธ์</li> <li>- การกระจายข่าวผ่านหัวหน้าแผนก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บอร์ดประชาสัมพันธ์พนักงาน</li> <li>- การกระจายข่าวผ่านหัวหน้าแผนก</li> </ul> <p>โดยการประชุมในทุกวัน (แขก VIP เป็นใคร มาจากไหน แยกแต่ละคน เป็นแขกเก่าหรือใหม่ มีข้อจำกัดของแขกแต่ละคนอย่างไร) เพื่อเป็นข้อมูลในการบริการแขกไม่ให้มีข้อผิดพลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E-Mail ผ่านหัวหน้าแผนก</li> </ul>
<p>10. การมีส่วนร่วม</p> <p>10.1 โรงแรมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างไรบ้าง มากน้อยแค่ไหน</p>	<p>เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมอยู่เสมอ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกลุ่มอนุรักษ์สัตว์ กลุ่มขี่จักรยาน และกลุ่มขยะประจำโรงแรม</li> <li>- การจัด Outing ให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมทุกคน</li> <li>- พนักงานมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อมทั่วไป เช่น การคัดแยกขยะ เป็นต้น</li> </ul>	<p>-เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมใจกิจกรรมด้วยความเต็มใจ</p>
<p>10.2 โรงแรมได้ให้พนักงานมีส่วนร่วมกำหนดกิจกรรม หรือ แสดงความคิดเห็นด้าน CSRหรือไม่</p>	<p>-มีกล่องรับความคิดเห็นจากพนักงานสามารถเสนอกิจกรรมได้</p>	<p>-มีกล่องรับความคิดเห็นจากพนักงานสามารถเสนอกิจกรรมได้</p>	<p>-มีกล่องรับความคิดเห็นจากพนักงานสามารถเสนอกิจกรรมได้</p>

หัวข้อ	โรงแรมแพร์ เฮ้าส์ วิลล่า แอนด์ สปา	โรงแรมทองทราย เบย์	โรงแรมบัญชาธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา
10.3 โรงแรมให้ออกาสพนักงาน เข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR โดย นับเป็นเวลาทำงานหรือเปล่า	-70% เป็นชั่วโมงการทำงาน -30% นอกเหนือเวลางาน (จิตอาสา)	-นับเป็นชั่วโมงการทำงานด้วยในบาง กิจกรรม - บางกิจกรรมก็เป็นจิตอาสา	- เป็นส่วนหนึ่งของเวลางาน - ส่วนหนึ่งเป็นจิตอาสา ไม่ได้บังคับ พนักงาน
11. ความพึงพอใจ 11.1 ในมุมมองผู้บริหาร หลังจากการจัดกิจกรรม CSR มอง ว่าพนักงานรู้สึกอย่างไรบ้าง	ส่วนใหญ่พึงพอใจและให้ความร่วมมือ อย่างเต็มที่ในการเข้าร่วมกิจกรรม	ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ และ เจ้าของโรงแรมจะทำให้พนักงานดู เป็นตัวอย่าง	ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ มีความสุข และโดยเฉพาะเจ้าของโรงแรมจะทำ ให้ให้พนักงานดูเป็นตัวอย่าง เป็น การสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานทุก คน
11.2 มีการประเมินผล กิจกรรม CSR ในรูปแบบไหนบ้าง	มีการบันทึกเก็บข้อมูลและ รายละเอียดกิจกรรมเพื่อภาพลักษณ์ ของโรงแรม มีการสังเกต แต่ไม่ได้ มีการประเมินผลกิจกรรม	มีการบันทึกกิจกรรมเพื่อรายงาน Green Leaf จะเน้นด้านสิ่งแวดล้อม มากกว่า CSR	- ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นฝ่ายเก็บ ข้อมูลเพื่อรวบรวมให้ Green Leaf

**หมายเหตุ** -โรงแรมแพร์ เฮ้าส์ วิลล่า แอนด์ สปา ให้ถ่ายเอกสารโครงการ Green Project ของโรงแรมที่ได้จัดทำโดยนักศึกษาฝึกงาน

จากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จำนวน 1 เล่ม

- โรงแรมบัญชาธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา ได้พาเดินชมส่วนต่างๆของโรงแรมจนครบทุกส่วน และอนุญาตให้ถ่ายภาพได้
- ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากพนักงานโรงแรมทุกคน ผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลขอให้ทำหนังสือถึงโรงแรมอีกครั้ง และในการประชุมหัวหน้าแผนก  
จะกระจายแบบสอบถามให้พนักงานแต่ละแผนกตอบแบบสอบถามให้

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถาม



**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง การศึกษาผลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงาน**  
**เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน**

.....

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการศึกษาผลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม (2) ศึกษาการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรม (3) ศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานที่ทำงานในโรงแรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม และ (5) ศึกษาผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการรับรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม และความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม

แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของพนักงานโรงแรม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อกิจกรรมเพื่อสังคม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในงาน

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูง ที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้

(นางละออง รังสีมันตุชาติ)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของพนักงานโรงแรม  
ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานโรงแรม และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคม  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ  
 ชาย  หญิง
2. อายุ  
 ต่ำกว่า 25 ปี  26 – 30 ปี  
 31 – 35 ปี  36 – 40 ปี  
 41 – 45 ปี  46 – 50 ปี  
 มากกว่า 50 ปี
3. เชื้อชาติ  
 ไทย  อื่นๆ ระบุ.....
4. สถานภาพสมรส  
 โสด  สมรส  ม่าย/หย่าร้าง
5. ระดับการศึกษา  
 ปวช./เทียบเท่า  ปวส./เทียบเท่า  
 ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก
6. รายได้ต่อเดือน  
 ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,001 – 15,000 บาท  
 15,001 – 20,000 บาท  20,001 – 25,000 บาท  
 25,001 – 30,000 บาท  มากกว่า 30,000 บาท
7. ตำแหน่งงาน  
 ระดับหัวหน้างาน  ระดับปฏิบัติการ
8. แผนกงานที่ทำ  
 แผนกครัว  แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม  
 แผนกแม่บ้าน  แผนกต้อนรับ  
 แผนกบัญชี  แผนกบริการทั่วไป  
 แผนกรักษาความปลอดภัย  แผนกขายและการตลาด  
 อื่นๆ ระบุ.....
9. จำนวนปีที่เข้าทำงาน  
 เริ่มทำงาน -3 ปี  4-6 ปี  
 7-9 ปี  10 ปีขึ้นไป



**ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะ/พฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)**

10. ท่านเคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่จัดโดยโรงแรมหรือองค์กรอื่นๆ หรือไม่ (หากเคยร่วม ตอบข้อ 11 หากไม่เคยร่วม ข้ามไปตอบส่วนที่ 2)
- [ ] เคย [ ] ไม่เคย
11. ท่านเคยร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) บ่อยแค่ไหน
- [ ] ทุกวัน [ ] ทุกอาทิตย์  
[ ] ทุกเดือน [ ] ทุกปี
12. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่ท่านเข้าร่วมเป็นรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- [ ] การรณรงค์การคัดแยกขยะ [ ] ลด ละ เลิกบุหรี  
[ ] กิจกรรมปลูกป่าชายเลน [ ] การเก็บขยะชายหาด  
[ ] การอนุรักษ์สัตว์น้ำ [ ] ไม่ฆ่าสัตว์หรือตัดต้นไม้บริเวณโรงแรม  
[ ] กิจกรรมวันเด็ก [ ] อื่นๆ ระบุ.....
13. ท่านทราบการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของโรงแรมจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- [ ] บอร์ดประชาสัมพันธ์ [ ] การประชุม  
[ ] กระจายข่าวผ่านหัวหน้าแผนก/ฝ่าย [ ] E-mail  
[ ] อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม  
(Perception)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยกำหนดให้ 7 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึง 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

การรับรู้	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	7	6	5	4	3	2	1
<b>ด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility)</b>							
1. โรงแรมของเรามีกระบวนการใน การตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า							
2. โรงแรมของเรามีการปรับปรุง คุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่อง							
3. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็น ตัวชี้วัด การดำเนินงานของโรงแรมของเรา							
4. โรงแรมของเราประสบความสำเร็จ ในการสร้างรายได้							
5. โรงแรมของเรามีความพยายามลด ต้นทุนในการดำเนินงาน							
6. โรงแรมของเราติดตามประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด							
7. โรงแรมของเรามีการกำหนดกลยุทธ์ ระยะยาว							
<b>ด้านกฎหมาย (Legal Responsibility)</b>							
1. ท่านได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย สิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม เป็นอย่างดี							
2. ผลิตภัณฑ์และบริการของ โรงแรมของเราได้มาตรฐานตามที่ กฎหมายระบุ							

การรับรู้	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ค่อนข้าง เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	7	6	5	4	3	2	1
3. โรงแรมของเราให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีในทุกประเด็น							
4. เจ้าของโรงแรมปฏิบัติตามที่ กฎหมายระบุไว้ทุกประเด็น							
5. โรงแรมของเรามีการจ้างงาน และดูแลผลประโยชน์ของพนักงานบนพื้นฐานของกฎหมาย							
6. โรงแรมมีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนและการเลื่อนขั้นอย่างเป็นธรรม							
<b>ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility)</b>							
1. โรงแรมของเรากำหนดข้อปฏิบัติเชิงจริยธรรม อย่างชัดเจน							
2. สมาชิกของโรงแรมปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพ							
3. ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบที่โรงแรมอาจทำให้เกิดกับชุมชน							
4. โรงแรมของเราได้รับการยอมรับในเรื่องความน่าเชื่อถือ							
5. การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม							
6. พนักงานโรงแรมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์แก่ลูกค้าทุกคน							
7. โรงแรมของเรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม							

การรับรู้	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ค่อนข้าง เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	7	6	5	4	3	2	1
8. โรงแรมของเราจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมให้กับพนักงาน							
9. โรงแรมของเรามีการจัดสวัสดิการให้พนักงานนอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ							
<b>ด้านการมีเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility)</b>							
1. โรงแรมของเราให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม							
2. โรงแรมของเรามีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม							
3. โรงแรมของเราช่วยสร้างประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น							
4. โรงแรมของเรามีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อกิจกรรมทางสังคม							
5. โรงแรมของเรากระตุ้นให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอาสาสมัครในโครงการต่างๆ							
6. โรงแรมของเราใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม							
7. โรงแรมของเรากำหนดพันธกิจในการรักษาสิ่งแวดล้อม							
8. โรงแรมของเราจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม							

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อกิจกรรมเพื่อสังคม  
(Involvement)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยกำหนดให้ 7 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึง 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

การมีส่วนร่วม	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วม						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	7	6	5	4	3	2	1
1. ท่านมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบายกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
2. ท่านมีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
3. ท่านมีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนิน กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
4. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางและแผนงานการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม							
5. ท่านมีส่วนร่วมจัดกลุ่มย่อยๆ เป็นกิจกรรมของแผนกหรือฝ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
6. ท่านร่วมสนับสนุนหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาให้ เวลาหรือโอกาสแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
7. ท่านมีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
8. ท่านมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							

การมีส่วนร่วม	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วม						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ ค่อย เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	7	6	5	4	3	2	1
9. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
10. ท่านมีส่วนร่วมออกแรงในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม							
11. ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมให้เป็นที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม							
12. ท่านมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลความต่อเนื่องของกิจกรรมเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร							
13. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม							
14. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชนซึ่งจัดโดยโรงแรม							
15. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่จัดโดยโรงแรม							
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเป็นอาสาสมัครโดยโรงแรม อนุญาตให้ใช้เวลาว่าง							
17. จำนวนชั่วโมงที่ท่านทำกิจกรรมอาสาสมัครได้ถูกนับเป็นชั่วโมงทำงาน							

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

โดยกำหนดให้ 7 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึง 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ความพึงพอใจในงาน	ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในงาน						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	7	6	5	4	3	2	1
1. งานของข้าพเจ้าเป็นงานที่น่าพอใจ							
2. ข้าพเจ้ารู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน							
3. ข้าพเจ้ารู้สึกค่อนข้างพึงพอใจในงาน ที่ทำ							
4. ข้าพเจ้ารู้สึกมีความสุขในงานที่ทำ							
5. ข้าพเจ้าชอบงานของข้าพเจ้า							
6. ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นในการ ทำงาน							
7. งานของข้าพเจ้ามีความน่าสนใจ							

#### ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



### Questionnaire for Research

#### An investigation into effect of hotel employees' perceptions and involvement in a hotel's corporate social responsibility on job satisfaction

.....

#### Explanation

The purposes of this study are to (1) To study about the perception of how to take good care of social responsibilities from the hotel. (2) To study about the participation of how to take good care of social responsibilities from the hotel. (3) To study about the satisfaction of hotel's employees of how to take good care of social responsibilities. (4) To study about the relationship between the perception and the participation of how to take good care of social responsibilities from the hotel. And (5) to study the effect of individual factors on the relationship between the level of awareness. Participation in social activities and job satisfaction of staff.

#### There are 5 parts of questionnaires that are following;

1. Part one is about demographic information.
2. Part two is about the perception of hotel's employees through the social responsibilities.
3. Part three is about the attitude of hotel's employees through the social responsibilities.
4. Part four is about the job's satisfaction.
5. Part five is about the comment and the suggestion.

The researcher would like to deeply thank you for your valuable time.

(Mrs. Laong Rungsimantuchart)  
Graduate students MBA. Courses  
Prince of Songkra University



**Part one demographic information.****Personal factors of the hotel staff**

**Instruction:** Please tick (✓) in the appropriate box or complete the answer.

## 1. Sex

1. Male                                       2. Female

## 2. Age

1. Under 25 years                       2. 26 – 30 years  
 3. 31 – 35 years                       4. 36 – 40 years  
 5. 41 – 45 years                       6. 46 – 50 years  
 7. 50 years and above

## 3. Nationality

1. Thai                                       2. Other (please specify)

## 4. Marital status

1. Single                       2. Married                       3. Widowed/ Divorced

## 5. Education level

1. Vocational/Equivalent    2. Diploma/ Equivalent  
 3. Bachelor's Degree    4. Master's Degree    5. Doctoral Degree

## 6. Monthly income

1. Less than 10,000 baht                       2. 10,001 – 15,000 baht  
 3. 15,001 – 20,000 baht                       4. 20,001 – 25,000 baht  
 5. 25,001 – 30,000 baht                       6. More than 30,000 baht

## 7. Position level

1. Supervisors                       2. Staff

## 8. Department

1. Kitchen                       2. Food and Beverage services  
 3. Banquet                       4. Housekeeping  
 5. Front Office                       6. Accounting  
 7. General Services                       8. Security  
 9. Sales and Marketing.    10. Other (please identify) .....

## 9. Working Experience:

1. Less than 3 years                       2. 4-6 years  
 3. 7-9 years                       4. More than 10 years



**Part two** the employees' perception about organization through the social responsibilities.

**Instruction:** Please tick (√) in the box corresponds to your comments.

Please indicate the extent to which you agree or disagree with each of the following statements using the scale as follows:

Perception	level of perception.						
	Extremely Agree	Mostly Agree	Somewhat Agree	Neither Agree nor Disagree	Somewhat Disagree	Mostly Disagree	Extremely Disagree
	7	6	5	4	3	2	1
<b>Economic Responsibility</b>							
1. Our business has a procedure in place to respond to every customer complaint							
2. We continually improve the quality of our products							
3. We use customer satisfaction as an indicator of our business performance							
4. We have been successful at maximizing our profits							
5. We strive to lower our operating costs							
6. We closely monitor employee's Productivity							
7. Top management establishes long- term strategies for our business							
<b>Legal Responsibility</b>							
1. Managers are informed about relevant environmental laws							
2. All our products meet legal standards							
3. Our contractual obligations are always honored							

Perception	level of perception.						
	Extremely Agree	Mostly Agree	Somewhat Agree	Neither Agree nor Disagree	Somewhat Disagree	Mostly Disagree	Extremely Disagree
	7	6	5	4	3	2	1
4. The managers of this organization try to comply with the law							
5. Our company seeks to comply with all laws regulating hiring and employee benefits							
6. Internal policies prevent discrimination in employees' compensation and promotion							
<b>Ethical Responsibility</b>							
1. Our business has a comprehensive code of conduct							
2. Members of our organization follow professional standards							
3. Top managers monitor the potential negative impacts of our activities on our community							
4. We are recognized as a trustworthy Company							
5. Fairness toward co-workers and business partners is an integral part of our employee evaluation process							
6. A confidential procedure is in place for employees to report any misconduct at work							
7. Our salespersons and employees are required to provide full and accurate information to all customers							

Perception	level of perception.						
	Extremely Agree	Mostly Agree	Somewhat Agree	Neither Agree nor Disagree	Somewhat Disagree	Mostly Disagree	Extremely Disagree
	7	6	5	4	3	2	1
8. Our hotel management training to employees on ethics							
9. Our hotel presents in addition to staff welfare of the law							
<b>Philanthropic Responsibility</b>							
1. The corporation tries to improve the image of its product							
2. The corporation tries to improve perception of its business conduct							
3. The corporation tries to improve its Corporate image							
4. The corporation tries to help the poor							
5. The corporation tries to contribute toward bettering the local community							
6. The corporation tries to fulfill its social responsibility							
7. The corporation tries to accommodate governmental request							
8. The corporation tries to accommodate requests for NGOs							

**Part three** the attitude of hotel's employees through the social responsibilities.

**Instruction:** Please tick (✓) in the box corresponds to your comments.

Please indicate the extent to which you agree or disagree with each of the following statements using the scale as follows:

Involvement	level of Involvement.						
	Extremely Agree	Mostly Agree	Somewhat Agree	Neither Agree nor Disagree	Somewhat Disagree	Mostly Disagree	Extremely Disagree
	7	6	5	4	3	2	1
1. You contribute to Social Policy Committee of hotel							
2. You contribute casting directors the working group responsible for society of hotel							
3. You define the issues involved in the operation. Society of hotel							
4. Your participation in the plan proposed, and social activity							
5. You to contribute smaller groups. The activities of the department or division in the social activities of hotel							
6. He joined the department or superiors time or opportunity employees to participate in social activities in the hotel							
7. You contribute to motivating employees to attend the events society of hotel							
8. You contribute comments on the activities of the Society hotel							
9. You decide to participate in social activities in the hotel							

Involvement	level of Involvement.						
	Extremely Agree	Mostly Agree	Somewhat Agree	Neither Agree nor Disagree	Somewhat Disagree	Mostly Disagree	Extremely Disagree
	7	6	5	4	3	2	1
10. The exertion involved in social activities in the hotel							
11. You are involved in the improvement and development of the activities the hotel serves a social interest benefit the overall organization							
12. You contribute to the continuation of monitoring and evaluation. Activities to improve and develop to the benefit of the organization							
13. He has been involved in environmental conservation activities in the hotel							
14. You are involved in activities which support the education of young people catering							
15. You participate in social activities organized by the hotel							
16. How many hours do you volunteer to be counted as hours							
17. How many hours do you volunteer to be counted as hours work							

**Part four** is about the job’s satisfaction.

**Instruction:** Please tick (√) in the box corresponds to your comments.

Please indicate the extent to which you agree or disagree with each of the following statements using the scale as follows:

Job Satisfaction	level of Job Satisfaction.						
	Extremely Agree	Mostly Agree	Somewh at Agree	Neither Agree nor Disagree	Somewhat Disagree	Mostly Disagree	Extremely Disagree
	7	6	5	4	3	2	1
1. I consider my job pleasant							
2. I am relaxed with my job							
3. I feel fairly well-satisfied with my present job							
4. I find real enjoyment in my work							
5. I definitely like my work							
6. I am enthusiastic about my work							
7. My job is pretty interesting							

**Part five** is about the comment and the suggestion.

Comments:.....

.....

.....

.....

.....

.....

Suggestions: .....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for your valuable time.



ภาคผนวก ค  
ผลการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ

**ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ**  
**เรื่อง การศึกษาผลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงาน**  
**เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของโรงแรมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน**

**คำชี้แจง**

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและโครงสร้างโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเรื่องการศึกษาผลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมของโรงแรมที่มีต่อความพึงพอใจในงาน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ ผลปรากฏดังนี้

**ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม(Perception)**

รายการ	ค่าความสอดคล้อง			ΣR	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<b>ด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility)</b>						
1. โรงแรมของเรามีกระบวนการใน การตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
2. โรงแรมของเรามีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่อง	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
3. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็น ตัวชี้วัดการดำเนินงานของโรงแรมของเรา	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
4. โรงแรมของเราประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5. โรงแรมของเรามีความพยายามลดต้นทุนในการดำเนินงาน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6. โรงแรมของเราติดตามประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7. ผู้บริหารระดับสูงกำหนดกลยุทธ์ระยะยาวให้แก่โรงแรมของเรา	-1	1	1	1	0.33	ปรับปรุง

รายการ	ค่าความสอดคล้อง			ΣR	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<b>ด้านกฎหมาย (Legal Responsibility)</b>						
1. ท่านได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมเป็นอย่างดี	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2. ผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมของเราได้มาตรฐานตามที่กฎหมายระบุ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3. โรงแรมของเราให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตาม กฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4. เจ้าของโรงแรมปฏิบัติตามที่กฎหมายระบุไว้ทุกประเด็น	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5. โรงแรมของเรามีการจ้างงาน และดูแลผลประโยชน์ของพนักงานบนพื้นฐานของกฎหมาย	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6. โรงแรมมีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนและการเลื่อนขั้นอย่างเป็นธรรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
<b>ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility)</b>						
1. โรงแรมของเรากำหนดข้อปฏิบัติเชิงจริยธรรม อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2. สมาชิกของโรงแรมปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3. ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบที่โรงแรมอาจทำให้เกิดกับชุมชน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4. โรงแรมของเราได้รับการยอมรับในเรื่องความน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5. การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6. พนักงานโรงแรมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์แก่ลูกค้าทุกคน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7. โรงแรมของเรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
8. โรงแรมของเราจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมให้กับพนักงาน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
9. โรงแรมของเรามีการจัดสวัสดิการให้พนักงานนอกเหนือจากที่กฎหมายบังคับ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

รายการ	ค่าความสอดคล้อง			ΣR	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<b>ด้านการมีเมตตาธรรม (Philanthropic Responsibility)</b>						
1. โรงแรมของเราให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2. โรงแรมของเรามีความมุ่งมั่นในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3. โรงแรมของเราช่วยสร้างประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4. โรงแรมของเรามีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อกิจกรรมทางสังคม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5. โรงแรมของเรากระตุ้นให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอาสาสมัครในโครงการต่างๆ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6. โรงแรมของเราใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7. โรงแรมของเรากำหนดพันธกิจในการรักษาสิ่งแวดล้อม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
8. โรงแรมของเราจัดกิจกรรมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

**ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อกิจกรรมเพื่อสังคม (Involvement)**

รายการ	ค่าความสอดคล้อง			ΣR	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ท่านมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดนโยบายกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2. ท่านมีส่วนร่วมคัดเลือกกรรมการหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3. ท่านมีส่วนร่วมกำหนดประเด็นปัญหาในการดำเนิน กิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางและแผนงานการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

รายการ	ค่าความสอดคล้อง			ΣR	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
5. ท่านมีส่วนร่วมจัดกลุ่มย่อยๆ เป็นกิจกรรมของแผนกหรือฝ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6. ท่านร่วมสนับสนุนหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาให้ เวลาหรือโอกาสแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7. ท่านมีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
8. ท่านมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
9. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
10. ท่านมีส่วนร่วมออกแรงในกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
11. ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของโรงแรมให้เป็นที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
12. ท่านมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลความต่อเนื่องของกิจกรรมเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
13. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
14. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชนซึ่งจัดโดยโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
15. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมที่จัดโดยโรงแรม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
16. ท่านมีส่วนร่วมในการเป็นอาสาสมัครโดยโรงแรม อนุญาตให้ใช้เวลางาน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
17. จำนวนชั่วโมงที่ท่านทำกิจกรรมอาสาสมัครได้ถูกนับเป็นชั่วโมงทำงาน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
18. ท่านรู้สึกอึดอัดกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

## แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)

รายการ	ค่าความสอดคล้อง			ΣR	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. งานของข้าพเจ้าเป็นงานที่น่าพอใจ	1	0	-	1	0.33	ปรับปรุง
2. ข้าพเจ้ารู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3. ข้าพเจ้ารู้สึกค่อนข้างพึงพอใจในงานที่ทำ	1	0	0	1	0.33	ปรับปรุง
4. ข้าพเจ้ารู้สึกมีความสุขในงานที่ทำ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5. ข้าพเจ้าชอบงานของข้าพเจ้า	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6. ข้าพเจ้ามีความกระตือรือร้นในการทำงาน	1	1	-	2	0.67	ใช้ได้
7. งานของข้าพเจ้ามีความน่าสนใจ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รวม	52	49	51	54	0.94	ใช้ได้

หมายเหตุ : ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ .50 ขึ้นไป

สรุป                    ข้อคำถามจำนวน 54 ข้อ ได้ค่า IOC เท่ากับ .94

- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 คือ ดร.สัญญาธ ขุนอ่อน
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 คือ ดร.นนทิภค เพียรโรจน์
- ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 คือ อาจารย์สิริภัทร โชติช่วง

ภาคผนวก ง  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการทำ Pretest

Reliability : Pretest\_Per\_Eco'1 (การรับรู้ด้านเศรษฐกิจ)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	7

Reliability : Pretest\_Per\_Leg'1 (การรับรู้ด้านกฎหมาย)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	6

Reliability : Pretest\_Per\_Eth'1 (การรับรู้ด้านจริยธรรม)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	9

Reliability : Pretest\_Per\_Phi'1 (การรับรู้ด้านการมีเมตตาธรรม)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	8

Reliability : Pretest\_Inv1 (การมีส่วนร่วมด้านการกำหนดนโยบายและวางแผนกิจกรรม)



## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	11

Reliability : Pretest\_Inv2 (การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสังคม)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	7

Reliability : Pertest\_Satisfaction'1 (ความพึงพอใจในงาน)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	7

ภาคผนวก จ  
การแปลผลค่า Factor Loading

ระดับการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (แปลผลแบบไม่ Fix Factor ครั้งที่ 1)

KMO and Bartlett's Test						
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.						<b>.829</b>
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square					1921.004
	df					435
	Sig.					.000
Rotated Component Matrix <sup>a</sup>						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
per_phi7	.805					
per_phi8	.800					
per_phi6	.783					
per_phi4	.729				.307	
per_phi2	.622				.319	
per_phi1	.605			.353	.337	
per_phi5	.603			.307	.362	
per_phi3*	.573			.425		.367
per_eth1	.490		.488			.373
per_eco1		.792				
per_eco3		.744				.382
per_eco2	.307	.648			.391	
per_eco4		.641				
per_eco6*	.340	.455		.321		
per_eth3			.756			
per_eth7		.366	.717			
per_eth6		.338	.648	.391		
per_eth5			.612			

Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component					
	1	2	3	4	5	6
per_leg5*		.342	.463	.345	.327	
per_eth2	.342		.354	.645		
per_leg4	.316	.450		.619		
per_leg6			.316	.596		
per_eth4			.500	.507		
per_leg3*	.313			.434	.335	
per_eth9					.792	
per_eth8				.329	.587	.391
per_leg1*		.446			.561	
per_eco7		.377				.710
per_leg2		.308			.301	.702
per_eco5*		.478	.316			.537

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 15 iterations.

\* หมายถึง Factor Loading ที่บ่งชี้มากกว่า 2 Factor ถูกตัดออก

ระดับการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (แปลผลแบบไม่ Fix Factor ครั้งที่ 2)

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		<b>.855</b>
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1255.720
	df	231
	Sig.	.000

#### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component				
	1	2	3	4	5
per_phi6	.832				
per_phi7	.827				
per_phi8	.807				
per_phi4	.655				.416
per_phi2	.574				.374
per_phi1	.569			.372	.393
per_phi5	.525			.323	.441
per_eco3		.772			
per_eco1		.751			
per_eco2		.693			.373
per_eco4		.659			.305
per_eth6			.773		
per_eth7*		.436	.696		
per_eth3			.685		.359
per_eth5			.580		.322
per_eco7*		.420		.739	
per_leg2*		.420		.612	

Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component				
	1	2	3	4	5
per_eth2*	.389		.417	.523	
per_leg4*	.309			.493	
per_leg6*			.401	.476	
per_eth9					.814
per_eth8*				.520	.535

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

\* หมายถึง Factor Loading ที่ซับซ้อนมากกว่า 2 Factor ถูกตัดออก

ระดับการมีส่วนร่วมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (แปลผลแบบไม่ Fix Factor)

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		<b>.930</b>
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2827.426
	df	136
	Sig.	.000

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
involve1	.841		
involve2	.838		
involve3	.823		.332
involve4*	.772		.449
involve14*	.719	.458	
involve9*	.666	.495	
involve12*	.613	.403	.301
involve11	.606	.381	
involve15*	.413	.747	
involve13		.722	
involve17*	.408	.715	
involve10		.698	
involve16*	.611	.657	
involve7			.851
involve6			.808
involve5	.354		.749
involve8		.397	.707

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

\* หมายถึง Factor Loading ที่ซับซ้อนมากกว่า 2 Factor ถูกตัดออก

ภาคผนวก ฉ  
หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าถึงข้อมูลแบบสอบถาม









ภาคผนวก ข  
ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ : Correlations of the Independent  
Variable

ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Correlations of the Independent variables)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)				
	1	2	3	4	5
1. การรับรู้ด้านเศรษฐกิจ	1				
2. การรับรู้ด้านจริยธรรม	.418**	1			
3. การรับรู้ด้านการมีเมตตาธรรม	.491**	.651**	1		
4. การมีส่วนร่วมด้านการกำหนดนโยบาย	.299**	.413**	.290**	1	
5. การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ	.361**	.568**	.635**	.650**	1

\*\* ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นางละออง รังสิมันตุชาติ	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	5545521044	
วุฒิการศึกษา	วุฒิ	ชื่อสถาบัน
	ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต	สถาบันราชภัฏสุราษฎร์ธานี
		ปีที่สำเร็จการศึกษา
		2542

## ทุนการศึกษา (ที่ได้รับระหว่างการศึกษา)

ทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2557

## ตำแหน่งงาน

พ.ศ. 2543 - ปัจจุบัน	นักวิชาการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
----------------------	---

## การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

ละออง รังสิมันตุชาติ และ วิชชุดา มาชู. (2558). ผลกระทบการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบทางสังคมต่อความพึงพอใจในงาน. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2558.



ที่ ศธ.๐๕๒๑.๔.๐๑/ว. ๕ ๓

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

๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการโรงแรมบัญชาธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา

ด้วย นางละออง รังสิมันตชาติ รหัสนักศึกษา ๕๕๔๕๕๒๑๐๔๔ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดย  
วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการรับรู้  
และการมีส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน”  
ซึ่ง ดร.วิชชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี จึงขออนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวข้างต้น ดำเนินการเก็บข้อมูล  
เพื่อการวิจัยในเขตพื้นที่ของท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กานดา คำชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน  
ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี

สำนักงานวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐ ๗๗๓๕ ๕๔๕๔



ที่ ศธ. ๐๕๒๑.๔.๐๑/ ๖ ๕๗

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

๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน General Management

ด้วย นางละออง รังสีมันตุชาติ รหัสนักศึกษา ๕๕๔๕๕๒๑๐๔๔ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดยวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการรับรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน” ซึ่ง ดร.วิษชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี จึงขออนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวข้างต้น ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในเขตพื้นที่ของท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กานดา คำชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน  
ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี

สำนักงานวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐ ๗๗๓๕ ๕๔๕๔





ที่ ศธ.๐๕๒๑.๔.๐๑/ว. ๕๖

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

๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการโรงแรมแฟร์ เฮาส์ วิลล่า แอนด์ สปา

ด้วย นางละออง รังสีมันตุชาติ รหัสนักศึกษา ๕๕๔๕๕๒๑๐๔๔ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการหลักสูตร โดย  
วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการรับรู้  
และการมีส่วนร่วมของพนักงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม ที่มีต่อความพึงพอใจในงาน”  
ซึ่ง ดร.วิษชุดา มาชู เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี จึงขออนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวข้างต้น ดำเนินการเก็บข้อมูล  
เพื่อการวิจัยในเขตพื้นที่ของท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กานดา คำชู)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน  
ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี

สำนักงานวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐ ๗๗๓๕ ๕๔๕๔