

# อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณลักษณะ : กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 27 เมษายน 2561  
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 25 กรกฎาคม 2561  
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 10 สิงหาคม 2561

สุธิรา ลิ้มรสเจริญ

ดร.มัทนชัย สุทธิพันธ์

อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (วิทยาเขตหาดใหญ่)

จาริณี คงแก้ว

ณัฐชนน น่านิรัตศัย

ปิยาภรณ์ วิทยนิพลี

สุปราณี แสงเขียว

นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (วิทยาเขตหาดใหญ่)

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม 5 ด้านคือ ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคม และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณลักษณะ ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจำนวน 82 โรงแรม ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ด้านคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคม และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้สามารถนำมาใช้เป็นมาตรฐานของแบบอย่างที่ดี และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ อันจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กร

**คำสำคัญ :** ความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดผลเชิงคุณลักษณะ ธุรกิจโรงแรม

# The Influence of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance from the Balanced Scorecard Perspectives: A Case Study of Hotels in Phuket, Krabi and Phang Nga Provinces

Received: April 27, 2018

Revised: July 25, 2018

Accepted: August 10, 2018

Sutira Limroscharoen

Dr.Muttanachai Suttipun

Lecturer of Department of Accountancy, Faculty of Management Sciences,  
Prince of Songkla University (Hat Yai Campus)

Charinee Khongkaew

Nutchanon Naniruttisai

Piyaporn Wainiphlee

Supraanee Sangkeaw

Student, Master of Accountancy Program, Faculty of Management Sciences,  
Prince of Songkla University (Hat Yai Campus)

## ABSTRACT

The aims of this study are to examine the level and nature of corporate social responsibility in 5 dimensions including human rights and fair labor, customer, environment, community and society, and fair operating practice; and to test the influence of corporate social responsibility on organizational performance from the balanced scorecard perspectives of hotels located in Phuket, Krabi and Phang Nga provinces, which are the major tourist provinces in the South Andaman area of Thailand. The primary data were collected from the questionnaires distributed to the sample hotels derived from stratified sampling, totalling 82 hotels. The results obtained from multiple regression analysis indicated that corporate social responsibility in 3 dimensions including environment, community and society, and fair operating practice had a statistically significant positive influence on the organizational performance. The suggestions arisen from this study can be employed as best practices as well as guidance for policy setting and social responsibility operations that are in accordance with business strategy and will ultimately lead to the creation of corporate sustainable performance.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Balanced Scorecard, Hotel Business

## 1. บทนำ

การดำเนินธุรกิจขององค์กรในปัจจุบันนั้นต้องไม่เพียงแต่มุ่งบริหารธุรกิจเพื่อให้เกิดผลกำไร แต่องค์กรยังจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบของการดำเนินงานที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย นับเป็นเวลากว่าครึ่งศตวรรษที่องค์กรต่าง ๆ ได้นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจทางธุรกิจ เพื่อให้องค์กรสามารถเติบโตและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน เหตุเพราะแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมนี้เน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สังคมและคุณภาพชีวิต ในขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ (Thaipat Institute, 2017) แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นที่สนใจของหลากหลายองค์กรทั่วโลก และได้นำไปสู่การพัฒนามาตรฐาน หลักเกณฑ์ รวมทั้งแนวทางในการดำเนินงานและการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานในระดับสากล อาทิ ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Global Compact: UNGC) องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) องค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI)

สำหรับในประเทศไทยการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากทั้งหน่วยงานภาคเอกชน รัฐบาล และองค์กรสนับสนุนภาครัฐ โดยมีสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เป็นผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสนับสนุนสถาบันไทยพัฒนาในการจัดทำดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินระดับการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามกรอบการรายงานความยั่งยืนของ GRI ฉบับ G3.1 (Thaipat Institute, 2012) เพื่อให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และบริษัทอื่น ๆ สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และนำผลการประเมินจากตัวชี้วัดไปพัฒนาการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ถึงแม้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้แก่องค์กร แต่องค์กรโดยส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังคงแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นการบริจาคหรือการจัดกิจกรรมอาสาสมัครตามโอกาส (Prayukvong & Olsen, 2009) การที่องค์กรไม่ได้ตระหนักถึงคุณค่าของการนำความรับผิดชอบต่อสังคมไปเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อการพัฒนาองค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมก็อาจเป็นเพียงต้นทุนที่อาจไม่ก่อให้เกิดรายได้หรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนในระยะยาวได้ (Arunruangsirilert, 2012)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย แนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่เพียงแต่ส่งผลให้เกิดการเติบโตเพิ่มขึ้นทั้งในแง่ของจำนวนธุรกิจโรงแรมและปริมาณของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศน์ชุมชน และสังคมโดยรอบเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากการดำเนินธุรกิจโรงแรมโดยทั่วไปย่อมมีการใช้ทรัพยากรที่หลากหลาย รวมทั้งมีการสร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก (Noonin, Jadesadalug, & Sansook, 2017) ดังนั้นการที่ธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจการให้บริการและมีความเกี่ยวข้องกับสังคมในวงกว้างจะประสบความสำเร็จได้นั้น จึงจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมด้วย ทั้งนี้โดยการนำเอาการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในเชิงบวกขององค์กร ทั้งยังมีผลต่อความอยู่รอดและผลการดำเนินงานขององค์กร (Wuncharoen, 2013) เมื่อพิจารณาพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย จะเห็นได้ว่าเป็นภูมิภาคที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพัฒนา

การท่องเที่ยวอันดามัน ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งตะวันตก ได้แก่ จังหวัดกระบี่ ตรัง พังงา ภูเก็ต และสตูล ล้วนแล้วแต่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามันเป็นเขตที่มีมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวและมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่สูงที่สุดในประเทศไทย (Economic Tourism and Sports Division, 2017) จากฐานข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมซึ่งตั้งอยู่บริเวณจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งตะวันตกของประเทศไทยพบว่า 3 จังหวัดที่มีสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าพักสูงสุด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ตามลำดับ (Ministry of Tourism and Sports, 2017)

ในอดีต การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งในบริบทของประเทศไทย (Raksasuk, 2011; Somset, 2011; Somset, Sanbudda, & Phadoongsitthi, 2013; Suksin, 2005) และต่างประเทศ (Claver-Cortés, Molina-Azorin, Pereira-Moliner, & López-Gamero, 2007; Kang, Lee, & Huh, 2010; Kirk, 1995; Lee & Park, 2009; Nicolau, 2008; Rodríguez & Cruz, 2007) โดยส่วนใหญ่แล้วจะมุ่งเน้นผลการดำเนินงานทางการเงิน และผลจากการศึกษาข้างต้นก็พบลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกันที่มีความหลากหลาย จึงยังไม่สามารถนำไปสู่ข้อสรุปที่ชัดเจนได้ นักวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ (Hoque & James, 2000; Jirawuttinunt, 2014; Kang, Chiang, Huangthanapan, & Downing, 2015; Pattanachak, 2011) ต่างก็เล็งเห็นถึงข้อดีของการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงอย่างเดียว จึงมีการพิจารณาการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรในหลากหลายมิติ รวมทั้งมีการนำหลักการวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ซึ่งมีตัวชี้วัดทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินมาใช้ร่วมกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต (Kaplan & Norton, 1992) โดยองค์กรสามารถใช้หลักการวัดผลเชิงดุลยภาพเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ไปสู่มิติด้านต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างเป้าหมายระยะสั้นกับเป้าหมายระยะยาว (Hoque & James, 2000; Kaplan & Norton, 1996) สอดคล้องกับความต้องการงานวิจัยที่ไม่เพียงศึกษาตัวแปรทำนาย ตัวแปรผล และตัวแปรกระตุ้นในการจัดให้มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แต่มีการศึกษากระบวนการและกลไกเชิงลึกว่ากิจกรรมหรือนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านใดจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้ (Aguinis & Glavas, 2012) นอกจากนี้ การศึกษาที่มีการชี้ให้เห็นความแตกต่างของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมที่มีลักษณะการบริหารต่างกันโดยการอธิบายผ่านทฤษฎีสถาบันและพิจารณากิจกรรมที่ผลักดันให้องค์กรมีลักษณะเหมือนกับองค์กรอื่น ๆ ในกลุ่มธุรกิจเดียวกันที่ประสบความสำเร็จ จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมเข้าใจ รวมทั้งสามารถนำองค์ความรู้ไปกำหนดเป็นนโยบายและกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ด้วยปัญหาวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับและลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย และทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมข้างต้น ซึ่งนำมาสู่คำถามงานวิจัย 2 คำถามหลักคือ (1) ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่ ในกรณีที่มี ระดับและลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างไร และ (2) ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพหรือไม่ ในกรณีที่มี อิทธิพลดังกล่าวเป็นไปในทิศทางใด ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับและลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา และ (2) เพื่อทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

## 2. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theory)

สถาบัน เป็นการรวมตัวของกฎระเบียบและแบบแผนการปฏิบัติซึ่งกำหนดให้มนุษย์และองค์กรเกิดการกระทำที่เหมาะสมตามบทบาทหน้าที่และสถานการณ์ที่เป็นแบบอย่างพฤติกรรมที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาในสังคม ภายใต้ทฤษฎีสถาบัน การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกรอบบรรทัดฐานและค่านิยมทางสังคมและสมมติฐานที่ได้รับเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมหรือที่เป็นที่ยอมรับ (Oliver, 1991; Scott, 1987) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นสิ่งที่หนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่าองค์กรปฏิบัติตามระเบียบและขั้นตอนของสถาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากการดำเนินงานขององค์กรถูกควบคุมอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะด้วยกฎหมาย ข้อกำหนดเฉพาะของอุตสาหกรรม หรือกลุ่มองค์กรอิสระอื่น ๆ องค์กรแต่ละองค์กร จึงจำเป็นต้องเพิ่มและแสดงถึงความชอบธรรมในการดำเนินกิจการ รวมทั้งเกิดพฤติกรรมที่ลอกเลียนแบบกันขององค์กร เพื่อความอยู่รอดหรือเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคม (Campbell, 2007; Meyer & Rowan, 1977)

การศึกษาของ Amran and Siti-Nabiha (2009) นำทฤษฎีสถาบันมาใช้ในการทำความเข้าใจและการตีความ ผลการศึกษาการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารชาวมาเลเซียโดยใช้ทฤษฎีสถาบัน โดยเชื่อมโยงการจัดให้มี ความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลไกแรงผลักดันทั้งสามของทฤษฎีสถาบัน หรือ Institutional Isomorphism ซึ่งเป็นกระบวนการ ที่ผลักดันให้องค์กรมีลักษณะเหมือนกับองค์กรอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกัน (DiMaggio & Powell, 1983) ประกอบด้วย (1) แรงผลักดันเชิงบังคับ (Coercive Isomorphism) โดยพื้นฐานแล้วมาจากอิทธิพลทางการเมือง การใช้อำนาจบังคับผ่าน ข้อกำหนด กฎหมายและสังคมทั่วไป (2) แรงผลักดันเชิงเลียนแบบ (Mimetic Isomorphism) ภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนเกี่ยวกับวิธีการหรือข้อกำหนดที่ชัดเจนว่าองค์กรควรปฏิบัติอย่างไร จึงผลักดันให้องค์กรเลียนแบบโดยใช้ แนวทางปฏิบัติจากองค์กรอื่นที่ประสบความสำเร็จ (3) แรงผลักดันที่พึงปฏิบัติ (Normative Isomorphism) เป็นแรงผลักดัน ทางวัฒนธรรม เพื่อให้องค์กรมีแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม ซึ่งอาจมีข้อแตกต่างสำหรับแต่ละวิชาชีพ โดยอาจมีกฎเกณฑ์ หรือธรรมเนียมปฏิบัติสำหรับแต่ละวิชาชีพ ขึ้นอยู่กับการพัฒนาผ่านการศึกษารับรู้และเครือข่ายของวิชาชีพ ทั้งนี้ Amran and Siti-Nabiha (2009) พบว่า การปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการปฏิบัติตามแนวโน้มการจัดทำรายงาน บริษัทต่าง ๆ มีความคาดหวังว่าจะได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ แนวทางปฏิบัติของบริษัทในประเทศมาเลเซีย จึงมีการอ้างอิงและลอกเลียนแบบรายงานประจำปีของบริษัทข้ามชาติในการจัดทำรายงานประจำปีของตนเอง โดยแรงจูงใจในการ ดำเนินการนี้สะท้อนมาจากความกดดันในประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ทฤษฎีสถาบัน ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจโรงแรม เข้าใจถึงการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมที่เกิดจากการผลักดันให้องค์กรของตนเองมีลักษณะเหมือนกับ องค์กรอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน จึงได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเพื่ออธิบายตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย พร้อมทั้งสะท้อนเห็นถึงอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจโรงแรมที่มีลักษณะ การบริหารงานที่แตกต่างกัน ซึ่งประเมินจากตัวชี้วัดทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินผ่านมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ

### 2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหน้าที่ที่องค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญ เน้นย้ำถึงการดำเนินกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กรที่ไม่ได้เพียงให้ความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสียหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณรวมถึงการเอื้อประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม อีกทั้งยังร่วมส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและชุมชน (Thaipat Institute, 2017; The Stock Exchange of Thailand, 2013)



ภายใต้ภาวะการณ์แข่งขันที่สูง การจัดให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ ธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง และต้องแบกรับความคาดหวังของสังคม ที่ต้องการให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย หากการดำเนินธุรกิจไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และ คุณภาพชีวิตของพนักงานภายในองค์กร ก็ย่อมมีผลกระทบต่อการดำรงอยู่ของธุรกิจเช่นกัน ดังนั้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจึงถือเป็นการลงทุนที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี จนเป็นผลทำให้ได้รับการยอมรับเชื่อถือจากสังคม และสามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข อันจะนำไปสู่ความยั่งยืน ขององค์กรต่อไป (Kaewkumsan, 2014; Wuncharoen, 2013) ทั้งนี้บริษัทสามารถใช้ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อมเป็นตัวบ่งชี้การดำเนินงานหลักในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามกรอบการรายงานความยั่งยืนของ GRI ฉบับ G3.1 ซึ่งถูกเรียบเรียงขึ้นโดยสถาบันไทยพัฒนา (Thaipat Institute, 2012) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

### 2.3 การวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

การวัดผลการดำเนินงานในอดีตมักจะมุ่งเน้นการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน จึงอาจทำให้องค์กรประสบกับ ปัญหาภาวะวิกฤตและขาดความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การวัดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่จะสามารถช่วยให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืนจะต้องพิจารณารายการที่เป็นตัวเงินและรายการที่ไม่เป็นตัวเงินด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงและเพิ่มมากขึ้น (Kaplan & Norton, 1992; 1996) จากการที่ Robert S. Kaplan และ David P. Norton เล็งเห็นถึงข้อดีของการวัดผลการดำเนินงานโดยใช้ผลการดำเนินงานด้านการเงินเพียงอย่างเดียว และได้นำเสนอแนวคิดการวัดผลเชิงดุลยภาพ หรือ Balanced Scorecard (Kaplan & Norton, 1992) ซึ่งเป็นการวัดผล การดำเนินงานที่ประกอบด้วยตัวชี้วัดในด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต อย่างไรก็ตาม การวัดผลเชิงดุลยภาพไม่ใช่เพียงแค่การเพิ่มจำนวนตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน แต่เป็นการพิจารณาความสมดุลของทั้ง 4 ด้านของการวัดผลเชิงดุลยภาพ (Hoque & James, 2000) แล้วจึงนำมาใช้เป็นตัวช่วยให้องค์กรสามารถเชื่อมโยงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ไปสู่มิติด้านต่าง ๆ ขององค์กร อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความสมดุลระหว่าง เป้าหมายระยะสั้นกับเป้าหมายระยะยาวด้วย (Kaplan & Norton, 1996)

## 3. การพัฒนาสมมติฐานการศึกษา

จากการที่คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมอง ของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระจบ และพังงา คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมโดยวัดจากตัวชี้วัดซึ่งประยุกต์จากงานวิจัยในอดีตและกรอบการรายงานความยั่งยืนของ GRI ฉบับ G3.1 (Suttipun & Nuttaphon, 2014; Thaipat Institute, 2012) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านคือ 1) ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 2) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 3) ด้านสิ่งแวดล้อม 4) ด้านชุมชนและสังคม และ 5) ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวมซึ่งวัดจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และเติบโต (Kaplan & Norton, 1996) นอกจากนั้นการศึกษานี้ใช้ตัวแปรควบคุมคือ ลักษณะการบริหารงานของโรงแรม โดยการศึกษาที่มีการพัฒนาสมมติฐาน ดังนี้

### **3.1 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม**

จากการศึกษาประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบริษัทข้ามชาติไทยของ Suksin (2005) และการศึกษาปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการจ้างงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของ Somset et al. (2013) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของ Raksasuk (2011) ที่พบความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในเรื่องการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน รวมทั้งการสร้างและรักษาความปลอดภัยในงานกับมูลค่าองค์กร นอกจากนี้ Jirawuttinunt (2014) ยังชี้ให้เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้งในแง่ของด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งวัดโดยตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นตัวเงินของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Pattanachak (2011) ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ซึ่งวัดโดยหลักการวัดผลเชิงคุณภาพ จะเห็นได้ว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขององค์กรย่อมส่งผลให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถและทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่น่าพอใจมากขึ้นด้วย จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H1: ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

### **3.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค**

จากการศึกษาของ Suksin (2005) ไม่พบว่า ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบริษัทข้ามชาติไทย อาจเป็นเพราะว่าองค์กรมีการให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค แต่ยังคงไม่ได้มีการปรับปรุงให้เป็นไปตามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคจึงทำให้ไม่ส่งผลที่ชัดเจนต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร ซึ่งขัดแย้งกับงานของ Pattanachak (2011) ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในด้านการดูแลลูกค้า โดยการจัดให้มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและคุ้มค่า การมีระบบการให้บริการลูกค้าที่ดี รวมถึงการจัดให้มีกระบวนการจัดการคำร้องเรียนของลูกค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมซึ่งวัดโดยหลักการวัดผลเชิงคุณภาพ เนื่องจากลูกค้าคือปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่มีผลโดยตรงให้ผลการดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมาย จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H2: ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

### **3.3 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม**

จากการศึกษาของ Suksin (2005) ไม่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบริษัทข้ามชาติไทย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Raksasuk (2011) ศึกษาการปฏิบัติงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งวัดจากคุณภาพของนโยบาย ระบบการจัดการ และรายงานทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่ไม่พบว่า มีผลกระทบต่อมูลค่าองค์กร เหตุเพราะผลจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมอาจจะไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีเมื่อเริ่มลงมือทำ ถึงแม้ว่า

องค์กรจะมีการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องก็ตาม ทั้งนี้ขัดแย้งกับ Somset et al. (2013) ที่พบว่า ปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งวัดจากตัวชี้วัดเช่นเดียวกับ Raksasuk (2011) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ในขณะที่ Pattanachak (2011) สรุปว่าการที่ธุรกิจโรงแรมมีการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน แต่การจัดให้มีระบบการป้องกัน รวมทั้งการกำจัดของเสียและมลพิษซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรตามข้อกำหนดหรือนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมซึ่งวัดโดยหลักการวัดผลเชิงดุลยภาพ จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H3: ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

### 3.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคม

จากการศึกษาของ Suksin (2005) ไม่พบว่า ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบริษัทข้ามชาติไทย สอดคล้องกับ การศึกษาของ Raksasuk (2011) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในเรื่องของการปฏิบัติต่อชุมชนโดยรอบขององค์กรที่มีต่อมูลค่าองค์กร ซึ่งอาจเกิดจากการที่องค์กรพิจารณาว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมก่อให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น แต่จะส่งผลดีต่อองค์กรได้ในระยะยาวมากกว่าผลในระยะสั้น จึงทำให้องค์กรยังไม่ค่อยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านชุมชนและสังคมมากเท่าที่ควร ในขณะที่ Somset et al. (2013) พบว่า ปัจจัยกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านการปฏิบัติต่อชุมชนโดยรอบขององค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ส่วนงานของ Pattanachak (2011) พบว่า ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียงของธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมซึ่งวัดโดยหลักการวัดผลเชิงดุลยภาพ จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H4: ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านชุมชนและสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

### 3.5 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

การศึกษาของ Suksin (2005) ไม่พบว่า ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบริษัทข้ามชาติไทย เป็นเพราะว่าในอดีต องค์กรอาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียการยอมรับทางสังคมจากการการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมามากเกินความจำเป็น ขัดแย้งกับการศึกษาในเวลาต่อมาของ Pattanachak (2011) ที่พบว่า การที่องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม โดยจัดให้มีกระบวนการในการจัดการและทำธุรกิจที่มีความโปร่งใสกับผู้ผลิต ผู้จัดส่งสินค้า คู่ค้า และหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จะส่งผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมซึ่งวัดโดยหลักการวัดผลเชิงดุลยภาพ จากการศึกษา ดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H5: ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา



**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ :**  
กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

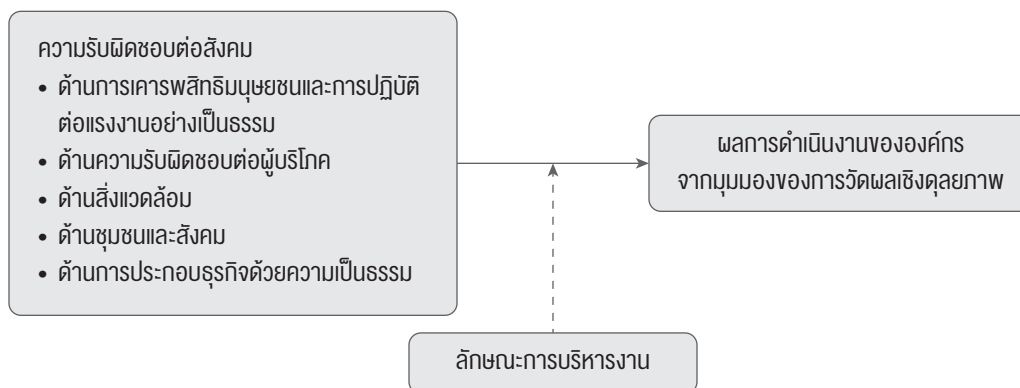
### 3.6 ลักษณะการบริหารงาน

จากการศึกษาของ Khunon and Muangasame (2013) พบว่า โรงแรมเครือข่ายต่างประเทศประสบผลสำเร็จจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าโรงแรมระดับประเทศ เนื่องจากโรงแรมเครือข่ายต่างประเทศมีความพร้อม และสามารถจัดให้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยให้ความสำคัญกับชื่อเสียงขององค์กรและลูกค้าเป็นหลัก ในขณะที่โรงแรมระดับประเทศต้องพิจารณาความพร้อมของทรัพยากรภายในองค์กรก่อนจัดให้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับงานของ Noonin et al. (2017) พบว่า ปัจจัยด้านความพร้อมของทรัพยากรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร การบริหารโรงแรมแบบเป็นเครือข่ายและแบบเป็นอิสระอาจส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ของทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น เงินทุน และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความรู้ความสามารถของบุคลากร จากการศึกษาดังกล่าวจึงตั้งสมมติฐานว่า

H6: ลักษณะการบริหารงานแบบโรงแรมเครือข่าย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

## 4. กรอบแนวคิด

การศึกษารัฐกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



## 5. วิธีการวิจัย

### 5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้มีประชากรคือ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ซึ่งเป็น 3 จังหวัดที่มีสถิติการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย (Ministry of Tourism and Sports, 2017) จากฐานข้อมูลรายชื่อโรงแรม ณ วันที่ 5 กรกฎาคม 2559 (Department Of Provincial Administration, 2016) พบว่าโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตมีจำนวน 367 โรงแรม ในจังหวัดกระบี่มีจำนวน 313 โรงแรม และในจังหวัดพังงามีจำนวน 159 โรงแรม ดังนั้นรวมมีจำนวนโรงแรมใน 3 จังหวัดดังกล่าวเป็นประชากรในการศึกษานี้ทั้งสิ้น 839 โรงแรม จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามานะ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 271 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 32.30 ของประชากรทั้งหมด คณะผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรในแต่ละจังหวัด เมื่อเทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากขนาดของประชากรในแต่ละจังหวัดพบว่า ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 119 โรงแรม ในจังหวัดกระบี่จำนวน 101 โรงแรม และในจังหวัดพังงาจำนวน 51 โรงแรม จากนั้นจึงทำการสุ่มอย่างง่ายจนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น

## 5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามซึ่งถูกประยุกต์มาจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอดีต (Faikhaw, 2010; Hetthong, 2017; Kirk, 1995; Nitchanpansri & Kleechaya, 2012; Pattanachak, 2011; Plaisuan, 2015; Somset, 2011; Sukanthasirikul, 2011; Suksin, 2005) โดยเมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2560 คณะผู้วิจัยเริ่มดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ พร้อมแนบหนังสือขอความอนุเคราะห์ และซองจดหมายตอบกลับไปยังผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากนั้นมีการดำเนินการติดตามทางโทรศัพท์เมื่อผ่านไป 3 สัปดาห์ และ 5 สัปดาห์นับจากวันเริ่มดำเนินการส่งแบบสอบถาม ทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและโรงแรมจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมแบ่งเป็น 5 ด้าน โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแต่ละด้านมีจำนวน 4 ข้อ รวมเป็นจำนวน 20 ข้อ และ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพ แบ่งเป็น 4 ด้าน โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแต่ละด้านมีจำนวน 4 ข้อ รวมเป็นจำนวน 16 ข้อ

ทั้งนี้ลักษณะการบริหารงานของโรงแรมซึ่งเป็นตัวแปรควบคุมของการศึกษานี้ ได้มาจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 สำหรับข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมซึ่งเป็นตัวแปรอิสระของการศึกษา และข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพซึ่งเป็นตัวแปรตามของการศึกษา ได้มาจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ตามลำดับ โดยวิธีที่ใช้ในการวัดตัวแปรแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ตัวแปรและวิธีที่ใช้ในการวัดตัวแปร

ตัวแปร	วิธีที่ใช้ในการวัดตัวแปร	การศึกษาในอดีต
<b>ตัวแปรควบคุม (จากแบบสอบถามส่วนที่ 1)</b>		
ลักษณะการบริหารงาน	กำหนดให้ 1 หมายถึง โรงแรมในระบบเครือข่าย และ 0 หมายถึง โรงแรมอิสระหรืออื่น ๆ	Kirk (1995)

**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา**

**ตารางที่ 1: ตัวแปรและวิธีที่ใช้ในการวัดตัวแปร (ต่อ)**

ตัวแปร	วิธีที่ใช้ในการวัดตัวแปร	การศึกษาในอดีต
<b>ตัวแปรอิสระ (จากแบบสอบถามส่วนที่ 2)</b>		
ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	วัดเป็น 5 ระดับตามแบบ Likert Scale คือ 5 เท่ากับ มากที่สุด 4 เท่ากับ มาก 3 เท่ากับ ปานกลาง 2 เท่ากับ น้อย และ 1 เท่ากับ น้อยที่สุด	Nitchanpansri & Kleechaya (2012); Pattanachak (2011); Somset (2011); Suksin (2005)
ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค		Faikhaw (2010); Nitchanpansri & Kleechaya (2012); Pattanachak (2011); Somset (2011); Suksin (2005)
ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม		Faikhaw (2010); Nitchanpansri & Kleechaya (2012); Pattanachak (2011); Somset (2011)
ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านชุมชนและสังคม		Faikhaw (2010); Pattanachak (2011); Somset (2011); Suksin (2005)
ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการประกอบธุรกิจ ด้วยความเป็นธรรม		Nitchanpansri & Kleechaya (2012); Pattanachak (2011); Suksin (2005)
<b>ตัวแปรตาม (จากแบบสอบถามส่วนที่ 3)</b>		
ผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ด้านการเงิน	วัดเป็น 5 ระดับตามแบบ Likert Scale คือ 5 เท่ากับ มากที่สุด 4 เท่ากับ มาก 3 เท่ากับ ปานกลาง 2 เท่ากับ น้อย และ 1 เท่ากับ น้อยที่สุด	Hetthong (2017); Pattanachak (2011); Plaisuan (2015); Sukanthasirikul (2011)
ผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ด้านลูกค้า		Hetthong (2017); Pattanachak (2011); Sukanthasirikul (2011)
ผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ด้านกระบวนการภายใน		Hetthong (2017); Pattanachak (2011); Plaisuan (2015); Sukanthasirikul (2011)
ผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ด้านการเรียนรู้และเติบโต		Hetthong (2017); Pattanachak (2011); Plaisuan (2015); Sukanthasirikul (2011)

สำหรับวิธีการแปลผลแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 จะใช้ค่าเฉลี่ยของผลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้ (Srisa-ard, 2010)

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในแบบสอบถามส่วนที่ 1–3 ได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ความถูกต้อง และความครอบคลุมของเนื้อหาของงานวิจัย คณะผู้วิจัยได้มีการแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.60 จึงจะมีความน่าเชื่อถือและยอมรับได้ (Cronbach, 1951) โดยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.894 ซึ่งมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ

คณะผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการศึกษา ระดับและลักษณะของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$\text{Model A: } Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon$$

$$\text{Model B: } Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \varepsilon$$

โดยที่

$$Y = \text{ผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงดุลยภาพ}$$

$$X_1 = \text{CSR ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม}$$

$$X_2 = \text{CSR ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค}$$

$$X_3 = \text{CSR ด้านสิ่งแวดล้อม}$$

$$X_4 = \text{CSR ด้านชุมชนและสังคม}$$

$$X_5 = \text{CSR ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม}$$

$$X_6 = \text{ลักษณะการบริหารงาน}$$

$$\varepsilon = \text{ค่าความคลาดเคลื่อน}$$

## 6. ผลการศึกษา

จากแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 271 ฉบับ คณะผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาและใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 82 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 30.26 โดยเกณฑ์ที่ใช้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำสำหรับการใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณต้องมีการพิจารณาจากจำนวนตัวแปรทำนายที่ใช้และค่า  $R^2$  ของแต่ละโมเดล โดยหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า Model A และ Model B ซึ่งมีตัวแปรอิสระจำนวน 5 ตัวแปร มีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.638 และ 0.652 ตามลำดับ ทั้งนี้สำหรับการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณซึ่งมีตัวแปรอิสระจำนวน 5 ตัวแปร และมีค่า  $R^2$  อยู่ระหว่าง 0.500 ถึง 0.700 ควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่าง 35–65 ตัวอย่าง เพื่อให้มีความสามารถในการพยากรณ์ได้ในระดับดี (Knofczynski & Mundfrom, 2008) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้มีจำนวน 82 ตัวอย่าง ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้เป็นไปตามข้อกำหนดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ เพื่อให้มีความสามารถในการพยากรณ์ทั้ง 2 โมเดลได้ในระดับดี

จากข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปหรือผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 53.66) รองลงมาคือ ตำแหน่งผู้จัดการแผนก (ร้อยละ 25.61) และตำแหน่งอื่น ๆ (ร้อยละ 20.73) ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันโดยเฉลี่ย 7.13 ปี และโรงแรมที่ตอบกลับมีระยะเวลาดำเนินกิจการโดยเฉลี่ย 12.96 ปี โดยที่ตั้งของโรงแรมที่ตอบกลับส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 44.45) รองลงมาคือ จังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 35.80) และจังหวัดพังงา (ร้อยละ 19.75) มีลักษณะการบริหารงานเป็นแบบอิสระ/ไม่ได้อยู่ในเครือ (ร้อยละ 63.70) และเป็นแบบเครือข่ายโรงแรม (ร้อยละ 36.30) ทั้งนี้ โรงแรมโดยส่วนใหญ่ เป็นโรงแรมขนาดเล็กซึ่งมีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 150 ห้อง (ร้อยละ 59.30) และมีระดับ 3 ดาวขึ้นไป (ร้อยละ 92.50) ผลการศึกษาที่ได้รับจากแบบสอบถามสามารถนำเสนอตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

### 6.1 ผลการศึกษาระดับและลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

ตารางที่ 2: ระดับและลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม	ค่าต่ำสุด	ค่ามากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ (ค่าเฉลี่ย)
ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	3.25	5.00	4.47	0.50	มาก	3
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	3.75	5.00	4.76	0.36	มากที่สุด	1
ด้านสิ่งแวดล้อม	2.75	5.00	4.29	0.57	มาก	4
ด้านชุมชนและสังคม	2.00	5.00	4.04	0.72	มาก	5
ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	3.00	5.00	4.56	0.49	มากที่สุด	2
<b>รวม</b>	<b>3.19</b>	<b>5.00</b>	<b>4.42</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>	



ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาระดับและลักษณะความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 3.19 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44 เมื่อพิจารณาเป็นแต่ละด้านพบว่า ในแต่ละตัวแปรมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด เป็นจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 3.75 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.36) และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 3.00 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49)

ส่วนอีก 3 ด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ได้แก่ ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 3.25 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50) ด้านสิ่งแวดล้อม (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 2.75 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72) และด้านชุมชนและสังคม (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 2.00 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72)

## 6.2 ผลการศึกษาการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

ตารางที่ 3: ระดับและลักษณะของผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ

มุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ	ค่าต่ำสุด	ค่ามากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ (ค่าเฉลี่ย)
ด้านการเงิน	1.75	5.00	3.55	0.69	มาก	4
ด้านลูกค้า	2.75	5.00	4.18	0.53	มาก	1
ด้านกระบวนการภายใน	2.00	5.00	3.97	0.66	มาก	3
ด้านการเรียนรู้และเติบโต	1.25	5.00	4.03	0.76	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>2.55</b>	<b>5.00</b>	<b>3.93</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>	

ตารางที่ 3 แสดงผลการศึกษาระดับและลักษณะความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพทั้ง 4 ด้าน ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 2.55 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 เมื่อพิจารณาเป็นแต่ละด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน

**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ :**  
กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

(ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 1.75 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69) ด้านลูกค้า (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 2.75 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53) ด้านกระบวนการภายใน (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 2.00 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66) และด้านการเรียนรู้และเติบโต (ค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 1.25 ค่ามากที่สุดเท่ากับ 5.00 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76)

**ตารางที่ 4:** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	VIF
Y	1	.533*	.364*	.709*	.651*	.624*	.122	
X <sub>1</sub>		1	.644*	.601*	.570*	.716*	.124	2.971
X <sub>2</sub>			1	.498*	.471*	.581*	-.109	1.906
X <sub>3</sub>				1	.632*	.594*	.035	1.934
X <sub>4</sub>					1	.614*	-.150	2.066
X <sub>5</sub>						1	.046	2.426
X <sub>6</sub>							1	1.200

\* นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คณะผู้วิจัยจึงมีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 4 โดยใช้เมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ค่าสัมบูรณ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0.035 ถึง 0.716 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.90 นอกจากนี้ พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.200 ถึง 2.971 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 จะเห็นได้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรข้างต้นมีค่าไม่สูงเกินปกติ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าการศึกษาคั้งนี้จะไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและสามารถใช้การทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

ตารางที่ 5: การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	Model A		Model B	
	$\beta$	t(sig)	$\beta$	t(sig)
ค่าคงที่ ( $\beta_0$ )	.740	1.439(.154)	.589	1.144(.256)
CSR ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติ ต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ( $X_1$ )	.072	.589(.558)	-.008	.065(.948)
CSR ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ( $X_2$ )	-.209	-1.500(.138)	-.142	-.995(.323)
CSR ด้านสิ่งแวดล้อม ( $X_3$ )	.420	4.431(.000**)	.409	4.354(.000**)
CSR ด้านชุมชนและสังคม ( $X_4$ )	.202	2.694(.009**)	.240	3.114(.003**)
CSR ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ( $X_5$ )	.274	2.297(.025*)	.266	2.255(.027*)
ลักษณะการบริหารงาน ( $X_6$ )			.147	1.741(.086)
R <sup>2</sup>	.638		.652	
Adjusted R <sup>2</sup>	.612		.623	
F-value	25.325(.000**)		22.205(.000**)	

\* นัยสำคัญที่ระดับ 0.05, \*\* นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 โมเดล

จาก Model A ในตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคม 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคม และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวมจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม และด้านชุมชนและสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกกับการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ อย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ในขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม มีอิทธิพลเชิงบวกกับการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ อย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H3, H4 และ H5 ได้ แต่ผลการศึกษาไม่พบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคต่อการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ อย่างเป็นนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H1 และ H2 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความสามารถในการพยากรณ์ใน Model A เท่ากับ ร้อยละ 61.20 และตัวแปรอิสระและตัวแปรตามสามารถใช้ในการทดสอบสมการเชิงเส้นตรงได้ เนื่องจากค่า F-value ของ Model A เท่ากับ 25.325 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา**

จาก Model B ในตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคม 5 ด้านเช่นเดียวกับกับ Model A มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวมจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ผลการศึกษาของตัวแปรอิสระยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Model A โดยยังคงพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชนและสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกกับการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกกับการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H3, H4 และ H5 ได้อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของ Model B ยังคงไม่พบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคต่อการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพอย่างนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 นอกจากนี้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตัวแปรควบคุมคือ ลักษณะการบริหารงานไม่มีอิทธิพลต่อการวัดผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพ จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H1, H2 และ H6 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความสามารถในการพยากรณ์ใน Model B เท่ากับ ร้อยละ 62.30 และตัวแปรอิสระ ตัวแปรควบคุม และตัวแปรตามสามารถใช้ในการทดสอบสมการเชิงเส้นตรงได้ เนื่องจากค่า F-value ของ Model B เท่ากับ 22.205 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

## 7. อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยผลการศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการส่งแบบสอบถามไปยังผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมในกลุ่มตัวอย่างพบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และด้านที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านชุมชนและสังคม จะเห็นได้ว่าธุรกิจโรงแรมพยายามที่จะจัดให้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้านให้ครบถ้วน อย่างไรก็ตามก็ให้ความสำคัญในระดับที่มากน้อยแตกต่างกันไปสำหรับแต่ละด้าน

จากการทดสอบอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตซึ่งศึกษาผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน เช่น งานของ Suksin (2005) ไม่พบความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งด้านแรงงานและด้านผู้บริโภคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบริษัทข้ามชาติไทย อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการจัดให้มีการรับผิดชอบต่อสังคมแต่มีความเชื่อมั่นในกรอบแนวคิดแบบเดิมและประสบการณ์ส่วนตัวในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน จึงพิจารณาว่าการบริหารของตนเองมีความถูกต้องแล้วโดยไม่ได้มีการปรับปรุงให้เป็นไปตามความต้องการที่แท้จริงและทำให้ไม่ส่งผลที่ชัดเจนต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร และงานของ Somset et al. (2013) ไม่พบความสัมพันธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในด้านการจ้างงานโดย Somset et al. (2013) มีข้อสังเกตว่าการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่กระทำเป็นการเฉพาะสำหรับพนักงานเป็นการทำกิจกรรมสำหรับผู้มีส่วนได้เสียใน

กลุ่มที่จำกัด และพนักงานไม่ได้รับรู้ถึงคุณค่าของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จึงอาจไม่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานอย่างแท้จริง

สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมอีก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคมและด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ผลการศึกษาพบอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ผลการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Somset et al. (2013) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในด้านสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และ Pattanachak (2011) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร การแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง และการจัดการและทำธุรกิจที่มีความโปร่งใส มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมซึ่งวัดโดยหลักการวัดผลเชิงคุณภาพ ในขณะที่การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่กระทำเป็นการเฉพาะสำหรับผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มที่จำกัด อาทิ พนักงาน หรือลูกค้าขององค์กร อาจไม่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานอย่างเป็นที่ประจักษ์ เนื่องจากการรับรู้ถึงคุณค่าของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในวงจำกัด อย่างไรก็ตามหากโรงแรมมีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเน้นด้านที่ถูกจับตามองจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชนและสังคม และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม จะทำให้สามารถนำเสนอและส่งผ่านคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องในวงกว้างอย่างตรงประเด็น และเป็นไปตามแรงผลักดันเชิงบังคับผ่านข้อกำหนด กฎหมาย และความคาดหวังของสังคมทั่วไป อันจะนำไปสู่ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การยอมรับธุรกิจ และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในที่สุด

การศึกษาในครั้งนี้ไม่พบว่า ตัวแปรควบคุมที่ใช้คือ ลักษณะการบริหารงานมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ชัดแย้งกับงานของ Khunon and Muangasame (2013) และ Noonin et al. (2017) กล่าวคือ ลักษณะการบริหารงานแบบโรงแรมเครือข่ายไม่ส่งผลให้มีระดับผลการดำเนินงานที่แตกต่างจากกลุ่มโรงแรมที่บริหารงานอย่างอิสระ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า โรงแรมเครือข่ายทั้งที่เป็นโรงแรมเครือข่ายต่างประเทศและโรงแรมที่มีเครือข่ายภายในประเทศไทยในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ต่างก็ให้ความสำคัญกับการกำหนดข้อปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ รวมถึงนโยบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเข้มข้นและชัดเจน จึงส่งผลให้ผลการดำเนินงานของโรงแรมที่มีลักษณะการบริหารงานเป็นเครือข่ายมีผลการดำเนินงานซึ่งประเมินจากการวัดผลเชิงคุณภาพในระดับที่ไม่แตกต่างจากโรงแรมบริหารงานอย่างเป็นอิสระ

## 8. ประโยชน์ที่ได้รับและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้สนับสนุนทฤษฎีสถาบัน โดยสามารถใช้อธิบายลักษณะของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา จะเห็นได้ว่าแรงผลักดันเชิงบังคับโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากข้อกำหนด กฎหมาย และสังคมทั่วไป สะท้อนให้เห็นถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในประเทศที่เป็นจุดสนใจของสังคม ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้างเล็งเห็นถึงคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ซึ่งไม่เพียงทำให้องค์กรมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี แต่ยังทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าองค์กรจะดำรงอยู่อย่างยั่งยืนในสังคมได้ และนำไปสู่ผลดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ไม่ว่าจะการกำหนดกฎเกณฑ์หรือนโยบายการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งอาจถูกพัฒนาผ่านแรงผลักดันที่พึงปฏิบัติจากวัฒนธรรมภายในองค์กรและการเรียนรู้ภายในกลุ่มโรงแรมที่บริหารงานเป็นเครือข่าย หรืออาจถูกพัฒนาผ่านแรงผลักดันเชิงเลียนแบบจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรอื่นที่ประสบความสำเร็จสำหรับโรงแรมที่บริหารงานอย่างอิสระ ต่างก็ช่วย



**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ :**  
กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

ส่งเสริมให้มีผลการดำเนินงานในระดับที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ยังเป็นประโยชน์ในการเพิ่มองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพในบริบทของประเทศไทย และผลของการวิจัยสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลให้นักวิจัยที่สามารถนำไปใช้ขยายขอบเขตของงานวิจัยในอนาคตต่อไป

ในเชิงปฏิบัติ การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับและลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม และแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ ซึ่งธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจอื่น ๆ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นมาตรฐานของแบบอย่างที่ดี เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นไปที่การจัดให้มีการรับผิดชอบต่อสังคม 3 ด้านอันเป็นด้านที่ถูกจับตามองจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การกำหนดและเปิดเผยนโยบายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การรายงานด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมและข้อกำหนดอื่น ๆ การจัดให้มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ และการลงทุนพร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อช่วยอนุรักษ์พลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านที่ 2 คือ ด้านชุมชนและสังคม เช่น การกำหนดนโยบายในการสนับสนุนการจัดให้มีกิจกรรมหรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม การสนับสนุนการศึกษาและการประกอบอาชีพ การสนับสนุนการร่วมบริจาคเงินและสร้างสาธารณประโยชน์ และการเข้าช่วยเหลือชุมชนและสังคมเมื่อประสบปัญหา และด้านที่ 3 คือ ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เช่น การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมให้มีการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเป็นธรรม และการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่ได้รับการรับรองให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับทราบ ทั้งนี้การจัดให้มีการรับผิดชอบต่อสังคมข้างต้นจะช่วยส่งเสริมให้องค์กรสามารถนำเสนอและส่งผ่านคุณค่าของความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องในวงกว้างอย่างตรงประเด็น และเป็นไปตามความคาดหวังของสังคมทั่วไป อันจะนำไปสู่ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การยอมรับธุรกิจ และผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดียิ่งขึ้นและยั่งยืน

อย่างไรก็ตามการศึกษานี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากการศึกษานี้ทำการศึกษาเฉพาะธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา และสรุปผลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากของกลุ่มตัวอย่างเพียง 82 ตัวอย่างภายในระยะเวลา 6 สัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับคืนอาจยังคงไม่มากนัก นอกจากนี้ วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิดโดยส่งไปยังผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมในกลุ่มตัวอย่าง แม้ว่าอาจจะมีความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล แต่อย่างไรก็ตามทำให้คณะผู้วิจัยไม่ทราบถึงการอธิบายรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปในอนาคตอาจพิจารณาเพิ่มกลุ่มประชากรและขยายเวลาในการรับแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น ปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้รายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น รวมทั้งพิจารณาศึกษาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นอกเหนือจากผู้จัดการทั่วไป เพื่อให้ผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นความเป็นจริง มีความชัดเจน และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายได้มากที่สุด

## REFERENCES

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of management*, 38(4), 932–968.
- Amran, A., & Siti-Nabiha, A. K. (2009). Corporate social reporting in Malaysia: a case of mimicking the West or succumbing to local pressure. *Social Responsibility Journal*, 5(3), 358–375.
- Arunruangsirilert, T. (2012). Creating shared value a new step to sustainability of the firms and creation of societies' economic value. *Journal of Accounting Profession*, 8(21), 96–103.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946–967.
- Claver-Cortés, E., Molina-Azorín, J. F., Pereira-Moliner, J., & López-Gamero, M. D. (2007). Environmental strategies and their impact on hotel performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 663–679.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- Department Of Provincial Administration. (2016, July 5). *Hotel statistic*. Retrieved from <https://multi.dopa.go.th/omd3/news/cate6/view13>
- DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: collective rationality and institutional isomorphism in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Economic Tourism and Sports Division. (2017, February 16). *Year 2016 Tourism created value added to Thai economy by 17 percent "January 2017 Revenue has grown by 10 percent"*. Retrieved from [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=8326](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8326)
- Faikhaw, P. (2010). *Corporate social responsibility: A case study of hotel and resort business on Samui Island*. (Master's independent study). Walailak University, School of Management, Business Administration.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup>. ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Hetthong, P. (2017). *Linking decentralization structure, environmental uncertainty, and the use of financial and non-financial performance measures: A study of hotels located in the Andaman Coast of Southern Thailand*. (Master's thesis). Prince of Songkla University, Faculty of Management Sciences, Accountancy.
- Hoque, Z., & James, W. (2000). Linking balanced scorecard measures to size and market factors: impact on organizational performance. *Journal of Management Accounting Research*, 12, 1–17.
- Jirawuttinunt, S. (2014). The impact of corporate social responsibility in human resource management on performance of private hospital in Thailand. *Modern Management Journal*, 12(1), 98–109.

**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ : กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา**

- Kaewkumsan, S. (2014). Corporate social responsibility: Chongsarika model. *Local Administration Journal*, 7(3), 75–91.
- Kang, J. S., Chiang, C. F., Huangthanapan, K., & Downing, S. (2015). Corporate social responsibility and sustainability balanced scorecard: The case study of family-owned hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 124–134.
- Kang, K. H., Lee, S., & Huh, C. (2010). Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 72–82.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71–79.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action*. MA: Harvard Business School Press.
- 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.
- Kirk, D. (1995). Environmental management in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 3–8.
- Knofczynski, G. T., & Mundfrom, D. (2008). Sample sizes when using multiple linear regression for prediction. *Educational and Psychological Measurement*, 68(3), 431–442.
- Lee, S., & Park, S. Y. (2009). Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals?. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 105–112.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). *Tourism statistic*. Retrieved from [http://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=411](http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411)
- Nicolau, J. L. (2008). Corporate social responsibility: Worth-creating activities. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 990–1006.
- Nitchanpansri, N., & Kleechaya, P. (2012). Creating a questionnaire for corporate social responsibility evaluation of Thai firms. *Journal of Public Relations and Advertising*, 5(2), 65–91.
- Noonin, S., Jadesadalug, V., & Sansook, J. (2017). Antecedents and consequences of strategic corporate social responsibility: An empirical study of hotel business in Thailand. *Chula Business Review*, 39(153), 59–83.

- Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16(1), 145–179.
- Pattanachak, S. (2011). *The relationship between social responsibility and performance of hotel businesses in Thailand*. (Master's thesis). Mahasarakham University, Faculty of Tourism and Hotel Management.
- Plaisuan, S. (2015). *The competitive creation advantage to influence the operation balanced scorecard (BSC) of wedding studios in the Northeast*. (Master's thesis). Rajabhat Maha Sarakham University, Faculty of Graduate Studies, Business Administration.
- Prayukvong, P. & Olsen, M. (2009, January). *Research paper on promoting corporate social responsibility in Thailand and the role of volunteerism*. Retrieved from [http://www.inetfoundation.or.th/ngobiz/csr.php?Mod=csr\\_evi&act=sh&ID=MTk](http://www.inetfoundation.or.th/ngobiz/csr.php?Mod=csr_evi&act=sh&ID=MTk)
- Raksasuk, M. (2011). The study of the relationship between corporate social responsibility and corporate value creation evaluated from average market value (AMV) and excess market value (EMV) case study: Companies listed in the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Accounting Profession*, 7(18), 43–52.
- Rodríguez, F. J. G., & Cruz, Y. D. M. A. (2007). Relation between social-environmental responsibility and performance in hotel firms. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), 824–839.
- Scott, W. R. (1987). The adolescence of institutional theory. *Administrative Science Quarterly*, 32(4), 493–511.
- Somset, B. (2011). *The relationship between corporate social responsibility, firm size and financial performance*. (Master's independent study). Thammasat University, Faculty of Commerce and Accountancy, Accountancy.
- Somset, B., Sanbudda, P., & Phadoongsitthi, M. (2013). The relationship between firm size, corporate social responsibility and financial performance. *Journal of Accounting Profession*, 9(24), 37–58.
- Srisa-ard, B. (2010). *Introductory research*. (8<sup>th</sup> ed.). Bangkok: Suweeriyasarn.
- Sukanthasirikul, K. (2011). *Effects of innovation enterprises on performance of small and medium enterprises in Thailand*. (Research report no.SUT2-205-52-12-78). Retrieved from <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/3562/2/Fulltext.pdf>
- Suksin, W. (2005). *The impacts of social responsibilities on Thai SME's and MNE's performance*. (Master's thesis). Mahasarakham University, Mahasarakham Business School, Business Administration.
- Suttipun, M., & Nuttaphon, C. (2014). Corporate social responsibility reporting on websites in Thailand. *Kasetsart Journal (Social Sciences)*, 35, 536–549.
- Thaipat Institute. (2012). *Reporting your CSR updated GRI version 3.1*. Retrieved from <http://www.thaicrs.com/2011/01/csr-report-services.html>

**อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ :**  
กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

Thaipat Institute. (2017). *What is CSR?*. Retrieved from <http://www.thaicrs.com/>

The Stock Exchange of Thailand. (2013). *CSR for Corporate Sustainability*. Retrieved from [https://www.set.or.th/yfs/main/download/YFS2018\\_ExamReading01.pdf](https://www.set.or.th/yfs/main/download/YFS2018_ExamReading01.pdf)

Wuncharoen, C. (2013). Corporate social responsibility in hotels business. *Journal of Management Sciences*, 30(1), 143–158.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introduction analysis*. New York: Harper & Row.