

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในการบริหารงานองค์กรของภาครัฐกิจนั้น วัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ การทำกำไรสูงสุด ซึ่งกำไรในที่นี้อาจแสดงออกในรูปของจำนวนเงิน กำไรที่ได้จากการขายหรือผลตอบแทนจากการลงทุนก็ได้ กำไรเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งหรือความอ่อนแอขององค์กร องค์กรใดที่มีกำไรสูงย่อมแสดงได้ว่าองค์กรนั้นกำลังมีการเจริญเติบโตและมีความมั่นคง แต่ถ้าหากกำไรลดต่ำลงก็แสดงว่าองค์กรนั้นกำลังประสบปัญหา และในบางครั้งการที่กำไรลดต่ำลงอาจเป็นผลทำให้ธุรกิจต้องล้มเลิกไปหรือต้องมีการเปลี่ยนผู้บริหาร ด้วยเหตุนี้กำไรจึงเปรียบเสมือนเครื่องทดสอบความสามารถและความสำเร็จของผู้บริหารอีกด้วย (บัณฑิตา ทรัพย์กมล, 2544 : 1)

จากทัศนะการบริหารงานขององค์กรธุรกิจนี้เอง ทำให้ผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่จึงให้ความสนใจต่อวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว นั่นหมายความว่าองค์กรธุรกิจจะมุ่งเน้นการทำงานตามหน้าที่ในการผลิต การจำหน่าย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรของตนเองเพียงเท่านั้น แนวความคิดดังกล่าวยังไปสอดคล้องกับแนวความคิดของนักวิชาการชาวอเมริกัน คือ Milton Friedman ที่ได้กล่าวถึงทัศนะในการบริหารองค์กรธุรกิจไว้ว่า “ขอบเขตของงานทางธุรกิจคือมุ่งสร้างผลกำไรและเพิ่มคุณค่าที่เป็นผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นเท่านั้น โดยธุรกิจไม่ควรต้องผูกพันตนเอง เป็นผู้เข้าไปรับผิดชอบแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในสังคมโดยตรง แต่ถือเป็นหน้าที่ต้องกระทำการต่างๆ ให้อยู่ในกรอบที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด” (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 45)

ดังนั้น วัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือสังคมหรือที่เรียกอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมในอดีตนั้นจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างไม่ได้รับความสนใจจากภาครัฐกิจเท่าใดนัก เพราะผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นว่าเป็นงานปรับปรุงสังคมและการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตประชาชนควรเป็นภารกิจและความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ จากความคิดเห็นดังกล่าวนี้เองทำให้เกิดการขาดความมี

จิตสำนึกในการที่จะหันมาดูแลเอาใจใส่สังคมหรือชุมชนที่อยู่ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมรอบๆ ชุมชน (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 46)

แต่ปัจจุบันเป้าหมายขององค์กรภาคธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากผู้บริหารสมัยใหม่ได้หันมาให้ความสนใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้เนื่องมาจากค่านิยมทางสังคมเปลี่ยนไปทำให้ผู้บริหารหันมาตระหนักด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณการบริหารองค์กรมากขึ้น การเจริญเติบโต (Growth) ของธุรกิจหนึ่งๆ มาจากการพัฒนาองค์กรให้มีความ “ เก่ง ” อยู่ในตัว ในขณะที่การพัฒนาองค์กรให้มีความ “ ดี ” อยู่ในตัว จะก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) ของธุรกิจนั้นๆ และความสำเร็วยั่งยืนของธุรกิจด้วย สำหรับแนวคิดในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR : Corporate Social Responsibility) จะมุ่งไปที่การสร้างให้องค์กรมีความ “ดี” ที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ องค์กรใดก็ตามไม่มีแนวทางหรือนโยบายในการช่วยเหลือและเอาใจใส่ต่อสังคม องค์กรนั้นก็จะไม่ได้รับการสนับสนุนและการยอมรับจากประชาชนและผู้บริโภคอันส่งผลโดยตรงต่อภาพพจน์ขององค์กรนั้นๆ (สถาบันไทยพัฒน์, 2553 : ระบบออนไลน์) รวมถึงในประเทศไทยการเพิ่มจำนวนของธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมาเป็นตัวชี้ว่า แนวโน้มทิศทางของการทำธุรกิจในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางที่ธุรกิจจำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมการพัฒนาสังคมมากยิ่งขึ้น แต่เป็นที่น่าเสียดายที่องค์กรธุรกิจที่ดำเนินการด้าน CSR ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจจริงๆ ในเรื่องของการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม (สถาบันไทยพัฒน์, 2553 : ระบบออนไลน์)

จากแนวโน้มดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมนับว่ามีความสำคัญมากสำหรับการบริหารงานในธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะในการบริหารจัดการที่ดีนั้น สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสนใจนอกเหนือไปจากวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงผลกำไร แต่เพียงอย่างเดียวแล้วผู้บริหารจะต้องใส่ใจต่อวัตถุประสงค์ทางสังคม คือ ความรับผิดชอบต่อที่เกี่ยวข้องกับสังคมไปด้วยพร้อมๆ กัน องค์กรจึงจะสามารถเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคมและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจถือว่าเป็นนโยบายหนึ่งที่สำคัญที่ผู้บริหารในยุคปัจจุบันควรคำนึงถึง เพื่อเป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนและพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสังคมในทุกๆ ด้าน ในส่วนของธุรกิจสปายังคงพบปัญหาที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการคือ การขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจสปา รวมถึงการขาดแรงงานที่มีฝีมือและยังต้องได้รับการพัฒนาในด้านคุณภาพบริการ (ธงชัย สันติวงษ์, 2547 : 110) และมีสปาในรูปแบบสปาเถื่อนไม่มีการจดทะเบียน และไม่มีมาตรฐาน ซึ่งส่งผลต่อการเข้าไปใช้บริการของผู้ใช้บริการที่จะไม่ได้รับความปลอดภัยอันเนื่องมาจากการบริการที่ไม่มีความพร้อมในเรื่องของบุคลากรและคุณภาพบริการ ยังไม่มีมาตรฐาน

มีการแผ่กระจายแพร่ในธุรกิจนี้ ทำให้ภาพลักษณ์ของสังคมรอบสถานประกอบการสปา มีความเสื่อมเสีย นอกจากนี้ธุรกิจสปาเป็นการดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำเป็นหลักซึ่งช่วยให้มีสุขภาพที่ดีและผ่อนคลาย และธุรกิจสปาที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ในขณะที่ปัจจุบันเกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำในจังหวัดเชียงใหม่ น้ำไม่พอเพียงสำหรับใช้สอยในครัวเรือน ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ประสบภัยพิบัติภัยแล้งแล้ว 16 อำเภอ 82 ตำบล 739 หมู่บ้าน ราษฎรได้รับความเดือดร้อน 81,388 ครัวเรือน 239,184 คน พื้นที่การเกษตร ได้รับความเสียหาย 38,428 ไร่ (สำนักงานกรมประชาสัมพันธ์ เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่, 2555 : <http://region3.prd.go.th/ct/news/viewnews.php?ID=120501143454>)

จากความเป็นมาและปัญหาการใช้น้ำจากสปาและปัญหาการพบความไม่เป็นธรรมในการบริการ รวมถึงการทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศเสียหาย จึงอาจตั้งข้อสงสัยได้ว่าผู้บริหารหรือผู้ประกอบการสปาขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นการส่งเสริมทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร สามารถทำได้ตั้งแต่ส่วนของนโยบาย กิจกรรม และแนวโน้มนการจัดกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจและส่งผลให้การประกอบธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ การศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาจะช่วยยืนยันข้อสงสัยดังกล่าวว่าเป็นจริงหรือไม่ และผลของการศึกษาจะทำให้เกิดแนวทางในการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่ถูกต้องและเหมาะสมอันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยไม่มีผลกระทบต่อสังคมในทางลบแต่เป็นการส่งเสริมสังคมให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนคู่ไปกับธุรกิจสปา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อยอดขายของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อจำนวนลูกค้าของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่” มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ การดำเนินธุรกิจสปาด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ในส่วนของนโยบาย กิจกรรม และแนวโน้มการจัดกิจกรรม

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว อันประกอบไปด้วย ผลประกอบการ (กำไร/ขาดทุน) รายได้ และจำนวนลูกค้า

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้ขึ้นทะเบียนกับสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่” มีนิยามศัพท์เฉพาะที่สำคัญเพื่อให้เข้าใจตรงกันดังนี้

1. สปา หมายถึง ธุรกิจในการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility = CRS) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องนโยบายกิจกรรม ที่ธุรกิจสปาได้จัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือปรับปรุง และส่งเสริมให้สังคมและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

4. ความคิดเห็นของผู้บริหารต่อความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความคิดเห็นในเชิงบวกหรือเชิงลบที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

5. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หมายถึง ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสปา ประกอบด้วยยอดขาย จำนวนลูกค้า ผลประกอบการที่ประเมินค่าออกมาเมื่อเปรียบเทียบกับสามปีที่ผ่านมา

6. ยอดขาย หมายถึง รายได้ที่เกิดขึ้น ที่ประเมินค่าออกมาเมื่อเปรียบเทียบกับ
ที่ผ่านมา

7. จำนวนลูกค้า หมายถึง จำนวนลูกค้าที่เกิดขึ้น ที่ประเมินค่าออกมาเมื่อเปรียบเทียบกับ
จากสามปีที่ผ่านมา

8. ผลประกอบการ หมายถึง ผลกำไรที่เกิดขึ้น ที่ประเมินผลออกมาเมื่อเปรียบเทียบกับ
จากสามปีที่ผ่านมา

ดังนั้น การศึกษาระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จในการ
ประกอบธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อ
ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปาในด้านต่างๆ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ต่อไป

