

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังรายละเอียดในบทที่ 3 และผลการวิเคราะห์ข้อมูล
แบ่งออกได้เป็น 5 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการธุรกิจสปา

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสปา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
ประสบการณ์การทำงาน

2. ข้อมูลของสถานประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาประกอบกิจการของธุรกิจสปา
ประเภทของสปา ผลการดำเนินงาน กำไร ขาดขายและจำนวนลูกค้า

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านแนวโน้มของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
ในอนาคตของธุรกิจสปา

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการธุรกิจสปา

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสปา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ได้นำเสนอไว้ในรูปตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ประกอบการ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสปา	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	13	29.50
หญิง	31	70.50
รวม	44	100.00
2. อายุ		
20 – 25 ปี	1	2.30
26 – 30 ปี	3	6.80
31 – 35 ปี	8	18.20
36 – 40 ปี	10	22.70
41 – 45 ปี	7	15.90
46 – 50 ปี	8	18.20
51 – 55 ปี	7	15.90
มากกว่า 56 ปี	-	-
รวม	44	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	29.50
ปริญญาตรี	21	47.70
ปริญญาโท	9	20.50
ปริญญาเอก	1	2.3
รวม	44	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสปา	จำนวน	ร้อยละ
4. ประสบการณ์การทำงาน		
1-3 ปี	4	9.10
4-6 ปี	16	36.40
7-9 ปี	9	20.50
10-12 ปี	7	15.90
13-15 ปี	4	9.10
16 ปี ขึ้นไป	4	9.10
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิจัยข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 31 คน (ร้อยละ 70.50) ซึ่งเหมาะกับการประกอบธุรกิจนี้และเป็นเพศชาย จำนวน 13 คน (ร้อยละ 29.50)

อายุของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 10 คน (ร้อยละ 22.70) เป็นวัยกลางคนซึ่งผ่านการทำงานและมีประสบการณ์การทำงานมาพอสมควรจึงเป็นวัยที่เหมาะสมกับการมีธุรกิจเป็นของตนเอง รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 18.20) และ 46-50 ปี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 18.20)

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการของธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะอยู่ระดับปริญญาตรี จำนวน 21 คน (ร้อยละ 47.70) รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน (ร้อยละ 29.50) และปริญญาโท จำนวน 9 คน (ร้อยละ 20.50)

ประสบการณ์การทำงานของผู้ประกอบการอยู่ในระยะเวลา 4-6 ปี จำนวน 16 คน (ร้อยละ 36.40) แสดงว่าอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมควรต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้วยตนเอง รองลงมา 7-9 ปี จำนวน 9 คน (ร้อยละ 20.50) และ 10-12 ปี จำนวน 7 คน (ร้อยละ 15.90)

2. ข้อมูลของสถานประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาของการธุรกิจสปา ประเภทของสปา ผลการดำเนินงาน กำไร ยอดขายและจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานประกอบการของท่านก่อตั้งมาแล้วกี่ปี		
3 – 5 ปี	7	15.90
6 – 8 ปี	26	59.10
9 – 11 ปี	7	15.90
11 ปีขึ้นไป	4	9.10
รวม	44	100.00
2. สถานประกอบการดำเนินธุรกิจสปาประเภทใด		
Club Spa	6	13.60
Medical Spa	3	6.80
Mineral Spring Spa	-	-
Destination Spa	12	27.30
Hotel and Resort Spa	7	15.90
Day Spa	16	36.40
รวม	44	100.00
3. จากการดำเนินงานที่ผ่านมา 3 ปี ผลกำไรของการดำเนินธุรกิจสปา		
มีผลกำไรมาก	11	25.00
มีผลกำไรบ้าง	27	61.40
เท่าทุน	6	13.60
ขาดทุนบ้าง	-	-
ขาดทุนมาก	-	-
รวม	44	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
4. จากการดำเนินงานที่ผ่านมา 3 ปี ยอดขายของการดำเนินธุรกิจสปา		
เพิ่มขึ้นมาก	12	27.30
เพิ่มขึ้นบ้าง	23	52.70
เท่าเดิม	9	20.50
ลดลงบ้าง	-	-
ลดลงมาก	-	-
รวม	44	100.00
5. จากการดำเนินงานที่ผ่านมา 3 ปี จำนวนลูกค้าของการดำเนินธุรกิจสปา		
เพิ่มขึ้นมาก	25	56.80
เพิ่มขึ้นบ้าง	14	31.80
เท่าเดิม	5	11.40
ลดลงบ้าง	-	-
ลดลงมาก	-	-
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิจัยข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานประกอบการของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ก่อตั้งมาแล้วเป็นเวลา 6-8 ปี จำนวน 26 แห่ง (ร้อยละ 59.10) จึงสันนิษฐานได้ว่า ธุรกิจสปาสามารถดำเนินกิจการได้ยาวนานพอสมควร รองลงมา 9-11 ปี และ 3-5 ปี จำนวน 7 แห่ง (ร้อยละ 15.90)

สถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ดำเนินธุรกิจสปามากที่สุดคือสปาประเภท Day Spa จำนวน 16 แห่ง (ร้อยละ 36.40) ดังนั้น สปาส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่จึงมักจะมีเวลาเปิด-ปิดแน่นอนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการไม่สูงเนื่องจากระยะเวลาทำการไม่ยาวนาน รองลงมาคือประเภท Destination Spa จำนวน 12 แห่ง (ร้อยละ 27.30) และประเภท Hotel and Resort Spa จำนวน 7 แห่ง (ร้อยละ 15.90)

ผลกำไรของธุรกิจสปา จากการดำเนินการในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีผลกำไรบ้าง จำนวน 27 แห่ง (ร้อยละ 61.41) รองลงมา มีผลกำไรมาก จำนวน 11 แห่ง (ร้อยละ 25.00) และเท่าทุน จำนวน 6 แห่ง (ร้อยละ 13.60)

ยอดขายของธุรกิจสปา จากการดำเนินการใน 3 ปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 แห่ง (ร้อยละ 52.70) รองลงมาคือ เพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 แห่ง (ร้อยละ 27.30) และเท่าเดิมจำนวน 9 แห่ง (ร้อยละ 20.50)

จำนวนลูกค้าของธุรกิจสปา จากการดำเนินการใน 3 ปีที่ผ่านมา ที่มากที่สุดคือ เพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 แห่ง (ร้อยละ 56.80) รองลงมาคือ เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 แห่ง (ร้อยละ 31.80) และเท่าเดิม จำนวน 5 แห่ง (ร้อยละ 11.40)

สรุปได้ว่าธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่มีผลกำไรบ้าง มียอดขายเพิ่มขึ้นบ้าง แต่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก สาเหตุที่ผลกำไร ยอดขายเพิ่มขึ้นไม่สูงมากนัก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ลูกค้าที่แม้จะเข้ามาใช้บริการมากแต่ก็เลือกใช้บริการน้อยอย่างลง ในขณะที่ต้นทุนสูงขึ้น ค่าจ้างสูงขึ้น แต่ค่าบริการและค่าผลิตภัณฑ์สปาไม่สามารถปรับให้สูงขึ้นตามได้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา

ในส่วนนี้เกณฑ์ในการประเมินผลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ มีดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	ระดับการใช้	ตลอดเวลา
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	ระดับการใช้	บ่อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	ระดับการใช้	บางครั้ง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	ระดับการใช้	แทบไม่ใช้เลย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	ระดับการใช้	ไม่เคยใช้เลย

ข้อมูลในส่วนนี้จะแสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังแสดงในตารางที่ 4.3–4.8 ผลของข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (นโยบายเกี่ยวกับพนักงาน)
ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บาง ครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
นโยบายเกี่ยวกับ พนักงาน									
1. นโยบายด้านการ ส่งเสริมสุขภาพอนามัย และการกีฬาเช่น การจัด ให้มีสถานที่ออกกำลังกาย และเล่นกีฬา รวมถึงการจัดทำ ประกันสังคมให้แก่ พนักงาน ฯลฯ	20 (45.5)	21 (47.7)	2 (4.5)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.36	0.68	บ่อย
2. นโยบายการไม่จ้าง แรงงานผิดกฎหมาย	25 (56.8)	19 (43.2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.56	0.50	ตลอด เวลา
3. นโยบายการส่งเสริม ให้พนักงานได้รับการอบรม	23 (52.3)	20 (45.5)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.50	0.54	ตลอด เวลา
4. นโยบายการสร้าง ขวัญและกำลังใจให้กับ พนักงานในรูปแบบต่างๆ เช่น อัตราผลตอบแทน โบนัส การให้รางวัล พนักงานดีเด่น	23 (52.3)	18 (40.9)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.45	0.62	บ่อย
ภาพรวม							4.46	0.58	บ่อย

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับพนักงาน พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.70 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัย

และการกีฬาอยู่บ่อยครั้ง รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.50 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาในบางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาอยู่บ่อยครั้ง

นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.8 ที่ใช้นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมายอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.2 ที่ใช้นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมายอยู่บ่อยครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมายอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมพบว่าผู้ประกอบการ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.30 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.50 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมอยู่บ่อย และจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมอยู่เป็นบางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมพนักงานได้รับการอบรมอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.30 ที่ใช้นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ อยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือผู้ประกอบการจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.90 ที่ใช้นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ อยู่บ่อย และมีผู้ประกอบการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่ใช้นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ที่ใช้นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ อยู่บ่อยครั้ง

จากข้อมูลในส่วนของการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับพนักงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.46 ซึ่งหมายความว่าใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับพนักงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาอยู่บ่อยครั้งเท่านั้น ดังนั้นจึงควรปรับนโยบายในส่วนนี้ให้ใช้ตลอดเวลาโดยเฉพาะนโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬา และนโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า) ของ
ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า									
1. นโยบายการให้คำแนะนำแก่นักอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมยุติธรรม	22 (50)	19 (43.2)	2 (4.5)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.40	0.69	บ่อย
2. นโยบายการไม่เอาเปรียบลูกค้าเช่นผู้ขายสินค้าสมุนไพร	29 (65.9)	15 (34.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.65	0.47	ตลอดเวลา
3. นโยบายการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	31 (70.5)	13 (29.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.70	0.46	ตลอดเวลา
ภาพรวม							4.58	0.54	ตลอดเวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ที่ใช้นโยบายการให้คำแนะนำแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์อย่างเหมาะสมยุติธรรมอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.20 ที่ใช้นโยบายการให้คำแนะนำแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรมอยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่ใช้นโยบายการให้คำแนะนำแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรมในบางครั้ง และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่ใช้นโยบายการให้คำแนะนำแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรม แทบไม่ใช้เลย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายการให้คำแนะนำแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อยู่บ่อยครั้ง

นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.90 ที่ใช้นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.10 ที่ใช้นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการนโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้าอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.50 ที่ใช้นโยบายการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.50 ที่ใช้นโยบายการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมพนักงานได้รับการอบรมอยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับคู่ค้าของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 3 นโยบายพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.58 ซึ่งหมายความว่าใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับคู่ค้าของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ตลอดเวลา ยกเว้นในส่วนของการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์อย่างเหมาะสมยุติธรรมที่ควรปรับให้มีการใช้นโยบายตลอดเวลา

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจ) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่ง แข่งขันทางธุรกิจ 1. นโยบายการไม่แย่ง ตัวบุคลากร โดยการ เสนอผลตอบแทนที่ สูงกว่า	29 (65.9)	14 (31.8)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.63	0.53	ตลอด เวลา

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
2. นโยบายการไม่ตัด ราคาบริการระหว่าง ผู้ประกอบการสปา ด้วยกันเอง	28 (63.6)	13 (29.5)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.56	0.62	ตลอด เวลา
3. นโยบายการแบ่งปัน ข้อมูลกับคู่แข่งในรูป ของเครือข่ายในแวด วงธุรกิจ	24 (54.5)	10 (22.7)	6 (13.6)	4 (9.1)	0 (0)	44 (100)	4.22	1.00	บ่อย
ภาพรวม							4.47	0.71	บ่อย

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.90 ที่ใช้นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่าอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ที่ใช้นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่าอยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่ใช้นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่าอยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่าอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการไม่ตัดราคาบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเองพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.60 ที่ใช้นโยบายการไม่ตัดราคาบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง อยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.50 ที่ใช้นโยบายการไม่ตัดราคาบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเองอยู่บ่อย และผู้ประกอบการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่ใช้นโยบายการไม่ตัดราคาบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเองอยู่

บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการใช้นโยบายการไม่ตัดราคาบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเองอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายในแวดวงธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.50 ที่ใช้นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 ที่ใช้นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่บ่อยๆ และผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.64 ที่ใช้นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่บางครั้ง และผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่แทบไม่ใช้นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายในแวดวงธุรกิจเลย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ที่ใช้นโยบายด้านการส่งเสริมพนักงานได้รับการอบรมอยู่บ่อยครั้ง

จากข้อมูลในส่วนของการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 นโยบายพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 ซึ่งใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่บ่อยครั้ง จึงควรปรับปรุงการใช้นโยบายด้านนี้ให้เป็นตลอดเวลา โดยเฉพาะนโยบายด้านการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายในแวดวงธุรกิจให้เป็นตลอดเวลา

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า									
1. นโยบายการผลิต สินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ ในการใช้บริการ	37 (84.1)	7 (15.9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.36	ตลอด เวลา

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
2. นโยบายการให้ ความรู้ความเข้าใจของ ลูกค้าก่อนใช้บริการ	38 (86.4)	6 (13.6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.86	0.34	ตลอด เวลา
3. นโยบายให้มีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	41 (93.2)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.25	ตลอด เวลา
4. นโยบายการไม่เลือก ปฏิบัติกับลูกค้าและไม่ เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคใน การบริการลูกค้าทุกท่าน	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.88	0.31	ตลอด เวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.10 ที่ใช้นโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้มั่นใจในการใช้บริการอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 ที่ใช้นโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้มั่นใจในการใช้บริการอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้มั่นใจในการใช้บริการอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้ก่อนใช้บริการ ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่ใช้นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้ก่อนใช้บริการอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่ใช้นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้ก่อนใช้บริการอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการใช้นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้ก่อนใช้บริการอยู่ตลอดเวลา

นโยบายให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.20 ที่ใช้นโยบายให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่ใช้นโยบายให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ที่ใช้นโยบายให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่ใช้นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่ใช้นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ที่ใช้นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านอยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับลูกค้าของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 นโยบายพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.88 ซึ่งใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้าพบว่า ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (นโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
นโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม 1. นโยบายด้านการสนับสนุนการศึกษา เช่น การเปิดรับนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพฯ	27 (44)	10 (22.7)	7 (15.9)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.45	0.76	บ่อย

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบไม่ ใช้เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
2. นโยบายด้านสร้าง สาธารณะประโยชน์ ให้แก่ชุมชน เช่น การบริจาคเงิน สร้าง/ ซ่อมแซม ถนน วัด ศาลา	15 (34.1)	19 (43.2)	10 (22.7)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.11	0.75	บ่อย
3. นโยบายด้านงาน สาธารณกุศลที่ สนับสนุนโครงการ ของภาครัฐ เช่นการ ให้พนักงานเข้าร่วม โครงการปลูกป่า	15 (34.1)	19 (43.2)	8 (18.2)	2 (4.5)	0 (0)	44 (100)	4.06	0.84	บ่อย
4. นโยบายด้านการ ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น การส่งเสริมให้ พนักงานเข้าร่วม ประเพณีสงกรานต์ หรือประเพณีใน ชุมชนต่างๆ	17 (38.6)	19 (43.2)	7 (15.9)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.18	0.78	บ่อย
5. นโยบายด้านการ ส่งเสริมอาชีพและ การผลิตสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพ เช่นการรับซื้อ วัตถุดิบในการผลิต สินค้าที่ใช้ในสปา การจ้างคนใน ท้องถิ่นเป็นพนักงาน	20 (45.5)	21 (47.7)	2 (4.5)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.36	0.68	บ่อย

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบไม่ ใช้เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
6. นโยบายการส่งเสริมอัตลักษณ์ล้านนา เช่น การจัดสถานที่ การแต่งกาย	30 (68.2)	11 (25)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.61	0.61	ตลอด เวลา
7. นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	37 (84.1)	7 (15.9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.36	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.37	0.68	บ่อย

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 ที่ใช้นโยบายด้านการสนับสนุนการศึกษาอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 ที่ใช้นโยบายด้านการสนับสนุนการศึกษาอยู่บ่อย และผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 ที่ใช้นโยบายด้านการสนับสนุนการศึกษา อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายด้านการสนับสนุนการศึกษา อยู่บ่อยครั้ง

นโยบายด้านสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนผู้ประกอบการจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.20 ที่ใช้นโยบายด้านสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนอยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.10 ที่ใช้นโยบายด้านสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 10 รายคิดเป็น ร้อยละ 22.70 ที่ใช้นโยบายด้านสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการใช้นโยบายด้านสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนอยู่บ่อยครั้ง

นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.10 ที่ใช้นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 ที่ใช้นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข อยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ที่ใช้นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขอยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 7 นโยบายพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.37 ซึ่งใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่อยู่บ่อยครั้ง จึงควรปรับนโยบายด้านการสนับสนุนการศึกษา นโยบายด้านการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชน นโยบายด้านงานสาธารณกุศลที่สนับสนุนโครงการของภาครัฐ นโยบายด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม และนโยบายด้านการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้มีการใช้ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
นโยบายด้าน สิ่งแวดล้อม 1. นโยบายด้านการ รักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการปลูก ต้นไม้ เรื่องการรักษา สิ่งแวดล้อม การจัดการ น้ำเสีย ขยะ ฯลฯ	37 (84.1)	6 (13.6)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.81	0.44	ตลอด เวลา

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
2. นโยบายด้านการ กำจัดขยะ ที่เกิดขึ้นจาก การใช้บริการ	32 (72.7)	12 (27.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.72	0.45	ตลอด เวลา
3. นโยบายด้านการ จัดการ 3R คือ Reuse (การนำกลับมาใช้ใหม่) Reduce (ลดปริมาณการ ใช้) Recycle (นำไป เปลี่ยนแปลงแล้ว กลับมาใช้ใหม่)	32 (72.7)	11 (25)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.70	0.50	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.74	0.46	ตลอด เวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูลการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านนโยบาย ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.10 ที่ใช้นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่ใช้นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่ใช้นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการใช้นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา

นโยบายด้านการกำจัดขยะที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 ที่ใช้นโยบายด้านการกำจัดขยะ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ที่ใช้นโยบายด้านการกำจัดขยะ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการใช้นโยบายด้านการกำจัดขยะที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการอยู่ตลอดเวลา

นโยบายด้านการจัดการ 3R พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 ที่ใช้นโยบายด้านการจัดการ 3R อยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ที่ใช้นโยบายด้านการจัดการ 3R อยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ที่ใช้นโยบายด้านการจัดการ 3R อยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ทางธุรกิจของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 นโยบายพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.74 ซึ่งใช้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านนโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ตลอดเวลา

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา

ในส่วนนี้เกณฑ์ในการประเมินผลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ มีดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	ระดับการใช้	ตลอดเวลา
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	ระดับการใช้	บ่อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	ระดับการใช้	บางครั้ง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	ระดับการใช้	แทบไม่ใช้เลย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	ระดับการใช้	ไม่เคยใช้

ข้อมูลในส่วนนี้จะแสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังแสดงในตารางที่ 4.9-4.14

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน)
ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ	ไม่				
				เลย	เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน									
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรม ให้กับพนักงาน	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	ตลอด เวลา
2. การส่งเสริมให้ พนักงานเรียนรู้สิ่ง ใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	ตลอด เวลา
3. การดูแลพนักงาน เสมือนสมาชิกในครอบครัว	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	ตลอด เวลา
4. การดูแลพนักงาน เมื่อพนักงานเจ็บป่วย	38 (86.4)	6 (13.6)	0 (20)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.86	0.34	ตลอด เวลา
5. การส่งเสริมการให้ พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้าง ความสามัคคี และ ความสัมพันธ์ระหว่าง เพื่อนร่วมงาน	37 (84.1)	7 (15.9)	0 (20)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.36	ตลอด เวลา
6. การสร้างกิจกรรม เพื่อสร้างขวัญและ กำลังใจให้แก่พนักงาน เช่นการให้รางวัล พนักงานดีเด่น	31 (70.5)	11 (25)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.65	0.56	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.84	0.35	ตลอด เวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบ ต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับ พนักงานอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่การจ่าย ค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน อยู่ตลอดเวลา

การจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่การจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงาน เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็น ร้อยละ 9.10 ที่การจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้การจัด กิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

การให้การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่ดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว อยู่ตลอดเวลา รองลงมา คือ ผู้ประกอบการ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่ดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว อยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการ ได้ดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว อยู่ตลอดเวลา

การให้การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่ดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย อยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่ดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการ ได้ดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย อยู่ตลอดเวลา

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้าง ความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 37 ราย คิดเป็น ร้อยละ 84.10 ที่ส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้าง ความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 ที่ส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานอยู่บ่อย จากการแสดง ข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้ส่งเสริมการให้พนักงาน

ทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานอยู่ตลอดเวลา

การสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.90 ที่สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ที่สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน อยู่บ่อย และผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน อยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 กิจกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.84 ซึ่งได้จัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน อยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการให้บริการ					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบไม่ ใช้เลย	ไม่ เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า									
1. การให้คำแนะนำและ มัลติเทสต์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม	30 (68.2)	10 (22.7)	3 (6.8)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.56	0.72	ตลอด เวลา
2. การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม แก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบ ต่างๆ ที่ใช้ในสปา	32 (72.7)	12 (27.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.72	0.45	ตลอด เวลา

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบไม่ ใช้เลย	ไม่ เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
3. การเข้าร่วมกิจกรรม กับสมาคม หรือชมรมที่ เป็นคู่ค้ากันเช่น สมาคม มัคคุเทศก์เชียงใหม่ สมาคมธุรกิจนำเที่ยว เชียงใหม่	22 (50)	13 (29.5)	8 (18.2)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.27	0.84	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.51	0.67	ตลอด เวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.20 ที่ให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมอยู่ตลอดเวลา รองลงมา คือ ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 ที่ให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมอยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่ให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมอยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการที่ให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมอยู่ตลอดเวลา

การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 ให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาอยู่ตลอดเวลา

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.50 ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันอยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันอยู่บ่อย และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่แทบไม่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันเลย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันอยู่บ่อยครั้ง

จากข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 กิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.51 ซึ่งผู้ประกอบการได้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าอยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจ) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจ									
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	23 (52.3)	8 (18.2)	11 (25)	2 (4.5)	0 (0)	44 (100)	4.18	0.97	บ่อย

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
2. การแลกเปลี่ยน ข้อมูลกับคู่แข่งทาง ธุรกิจในรูปแบบ เครือข่ายในแวดวง ธุรกิจ	14 (31.8)	16 (36.4)	14 (31.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.00	0.80	น้อย
3. การให้การ ส่งเสริมการตลาดใน รูปแบบต่างๆที่ไม่ เน้นการตัดราคาแข่ง กับคู่แข่ง	24 (54.5)	17 (38.6)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.47	0.62	น้อย
ภาพรวม							4.21	0.79	น้อย

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.11 แสดงข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งขั้นทางธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.30 ที่มีการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพออยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 ที่มีการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพออยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ที่มีการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพออยู่บางครั้ง และผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 แทบไม่เคยมีการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอเลย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีการ

ประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพออยู่บ่อยครั้ง

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.40 ที่ให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ที่ให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ที่ให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการที่ให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจอยู่บ่อยครั้ง

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.50 ที่ให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.60 ที่ให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งอยู่บ่อย ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่ให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันอยู่บ่อยครั้ง

จากข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านการกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 3 กิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ซึ่งผู้ประกอบการได้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้า อยู่บ่อยครั้ง จึงควรปรับทุกกิจกรรมให้มีการจัดกิจกรรมอยู่บ่อยครั้ง จึงควรปรับทุกกิจกรรมให้มีตลอดเวลา

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า)
ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับ ลูกค้า									
1. การให้ความรู้แก่ ลูกค้าในการรักษา สุขภาพ	36 (81.8)	8 (18.2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.81	0.39	ตลอด เวลา
2. การจัดทำป้าย เกี่ยวกับการให้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่าง ชัดเจน โปร่งใส	37 (84.1)	7 (15.9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.36	ตลอด เวลา
3. กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และ ผลิตภัณฑ์ตาม ลักษณะของแต่ละ ผลิตภัณฑ์ เพื่อ คุณภาพการ ให้บริการแก่ลูกค้า	38 (86.4)	6 (13.6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.86	0.34	ตลอด เวลา
4. การให้ข้อมูล เกี่ยวกับ เรื่องของ ราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่าง ชัดเจน	39 (88.6)	5 (11.4)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.88	0.32	ตลอด เวลา

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บาง ครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
5. การเสนอเอกสาร หรือคู่มือ แนะนำ เกี่ยวกับสพการใช้ บริการและการดูแล สุขภาพแก่ลูกค้า	38 (86.4)	6 (13.6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.86	0.34	ตลอด เวลา
6. การทำความสะอาด อุปกรณ์ การเก็บ อุปกรณ์ และเปลี่ยน เครื่องมือให้สำหรับ ลูกค้าใหม่อยู่เสมอ	39 (88.6)	5 (11.4)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.88	0.32	ตลอด เวลา
7. ไม่มีการหลอกลวง ลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกิน ความเป็นจริง	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.86	0.33	ตลอด เวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.12 แสดงข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.80 ที่มีการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 ที่มีการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพอยู่ตลอดเวลา

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปา อย่างชัดเจน โปร่งใส พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.10 ที่มีการจัดทำป้าย เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใสอยู่ ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 ที่การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใสอยู่ บ่อย จากการ แสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้ทำการจัดทำป้าย เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใสอยู่ ตลอดเวลา

กิจกรรมการเก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพ การให้บริการแก่ลูกค้าพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีกิจกรรมการ เก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าอยู่ ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่มีกิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าอยู่ บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้กิจกรรม การเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่าง ชัดเจนพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.60 ที่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง ของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.40 ที่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนอยู่ตลอดเวลา

การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพ แก่ลูกค้าพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่มีการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.86 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอ พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.60 ที่มีการทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอ อยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.40 ที่มีการทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่บ่อย จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่ตลอดเวลา

ไม่มีการหลอกลวงลูกค้าด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่ไม่มีการหลอกลวงลูกค้าด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง อยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่ไม่มีการหลอกลวงลูกค้าด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง อยู่บ่อย จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการ ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง อยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจสปาใน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 7 กิจกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ซึ่งได้จัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า อยู่ตลอดเวลา

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับการ ช่วยเหลือสังคม 1. การรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงาน ศึกษาต่อ	14 (31.8)	17 (38.6)	12 (27.3)	1 (2.3)	0 (0)	44 (100)	4.00	0.83	บ่อย

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
2. กิจกรรมการให้ บริจาคเงินและสิ่งของ ต่างๆ ให้กับสังคมเช่น การบริจาคน้ำท่วม	15 (34.1)	19 (43.2)	10 (22.7)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.11	0.75	บ่อย
3. การร่วมบริจาคเงิน หรือสิ่งของในการสร้าง สาธารณประโยชน์ต่างๆ เช่น โรงเรียน ถนน วัด สะพาน และสถานพยาบาล เป็นต้น	15 (34.1)	19 (43.2)	10 (22.7)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.11	0.75	บ่อย
4. การอนุญาตให้ มูลนิธิหรือสมาคม ต่างๆ ที่ช่วยเหลือ สังคมสามารถตั้งตู้รับ บริจาคได้ที่สปปา	16 (36.4)	17 (38.6)	11 (25)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.11	0.78	บ่อย
5. การนำเอาเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของ ล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ ในสปปาเช่นการตกแต่ง สถานที่ การแต่งกาย ขั้นตอนการติดต่อกับ วิธีการนวด และดนตรี ที่ใช้ในสปปา	35 (79.5)	8 (18.2)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.77	0.47	ตลอด เวลา
6. กิจกรรมการ ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบ ในระดับท้องถิ่นใน การทำผลิตภัณฑ์สปปา	20 (45.5)	21 (47.7)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.38	0.61	บ่อย

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่ เคยใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
7. กิจกรรมการจัดการ ให้ผ่านการประเมิน มาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	34 (77.3)	9 (20.5)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.75	0.48	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.31	0.66	บ่อย

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.60 ที่มีการรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ อยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ที่มีการรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ อยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ที่มีการรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ อยู่บางครั้ง และ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่แทบไม่มีการรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อเลย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีการรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่ออยู่บ่อยครั้ง

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.20 ที่มีกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมอยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.10 ที่มีกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 22.70 ที่มีกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคม อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการบริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมอยู่บ่อยครั้ง

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.20 ที่มีการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ อยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.10 ที่มีการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 22.70 ที่มีการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ อยู่บ่อยครั้ง

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.60 ที่มีการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพอยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.40 ที่มีการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ที่มีการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพอยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพอยู่บ่อยครั้ง

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.50 ที่มีการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 ที่มีการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพอยู่บ่อย และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพ อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพ อยู่ตลอดเวลา

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.70 ที่มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพอยู่บ่อย รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.50 ที่มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นใน

การทำผลิตภัณฑ์สปา อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการได้มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปา อยู่บ่อยครั้ง

กิจกรรมการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.30 ที่มีการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐาน กระทรวงสาธารณสุขอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 ที่มีการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขอยู่บ่อย และผู้ประกอบการ จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข อยู่บางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ซึ่งแสดงว่า ประเภอบการ มีการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขอยู่ตลอดเวลา

จากข้อมูลในส่วนของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจสปาใน จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 7 กิจกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ซึ่งได้จัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมอยู่บ่อยครั้ง ดังนั้นควรปรับให้มีกิจกรรมตลอดเวลาโดยเฉพาะกิจกรรมการรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้ พนักงานศึกษาต่อกิจกรรมการให้บริจาคและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่น การบริจาคน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ การอนุญาตให้มูลนิธิหรือ สมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปา และกิจกรรมการส่งเสริมใช้ วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปา

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม)
ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับการใช้นโยบาย					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย x̄	(S.D.)	ความ หมาย
	ตลอด เวลา	บ่อย	บางครั้ง	แทบ ไม่ใช้ เลย	ไม่เคย ใช้				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม									
1. การจัดการน้ำเสียที่ เกิดจากใช้บริการสปา	38 (86.4)	6 (13.6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.86	0.34	ตลอด เวลา
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิ ทัศน์ ที่สวยงาม กับสปา และชุมชน	32 (72.7)	7 (15.9)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.36	ตลอด เวลา
3. การควบคุมและการ ป้องกันการกระจายเชื้อ โรคตามมาตรฐานของ กิจการสปาเพื่อสุขภาพ	41 (93.2)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.25	ตลอด เวลา
ภาพรวม							4.87	0.31	ตลอด เวลา

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.14 แสดงข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่มีการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาอยู่บ่อย จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ซึ่งแสดงว่าผู้ประกอบการที่มีการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาอยู่ตลอดเวลา

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ ที่สวยงามกับสปาและชุมชนพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 ที่มีการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ ที่สวยงามกับสปาและชุมชนอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 ที่การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนอยู่บ่อย จากการ

แสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีการปลูกต้นไม้คอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนอยู่ตลอดเวลา

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปา เพื่อสุขภาพพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.20 ที่มีการควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพอยู่ตลอดเวลา รองลงมา คือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีการควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพอยู่บ่อย

จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ที่มีการควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพอยู่ตลอดเวลาจากข้อมูลการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 3 กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ซึ่งผู้ประกอบการได้จัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา จะเห็นได้ว่าส่วนกิจกรรมในส่วนนี้เป็นส่วนจะทำอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับไว้ในเกณฑ์มาตรฐานสปาของกระทรวงสาธารณสุขที่ถูกระบุไว้

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านแนวโน้มของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตของธุรกิจสปา

ในส่วนนี้เกณฑ์ในการประเมินผลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ มีดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	ระดับการใช้	มากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	ระดับการใช้	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	ระดับการใช้	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	ระดับการใช้	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	ระดับการใช้	น้อยที่สุด

ข้อมูลในส่วนนี้จะแสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับแนวโน้มของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปานำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังแสดงในตารางที่ 4.15-4.20

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.15 แสดงข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตรัฐกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่มีแนวโน้มการจ่ายค่าแรงค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ซึ่งแสดงว่าผู้ประกอบการมีการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานมากที่สุด

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต (กิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน) ของรัฐกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับ พนักงาน									
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรม ให้กับพนักงาน	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	มาก ที่สุด
2. การส่งเสริมให้ พนักงานเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ และพัฒนา ตนเอง	42 (95.5)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.95	0.21	มาก ที่สุด
3. การดูแลพนักงาน เสมือนสมาชิกใน ครอบครัว	41 (93.2)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.25	มาก ที่สุด
4. การดูแลพนักงาน เมื่อพนักงานเจ็บป่วย	41 (93.2)	3 (6.8)	0 (20)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.25	มาก ที่สุด

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
5. การส่งเสริมการให้ พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้าง ความสามัคคี และ ความสัมพันธ์ ระหว่างเพื่อน ร่วมงาน	42 (95.5)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.95	0.21	มาก ที่สุด
6. การสร้างกิจกรรม เพื่อสร้างขวัญและ กำลังใจให้แก่ พนักงาน เช่นการให้ รางวัลพนักงานดีเด่น	38 (86.4)	5 (11.4)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.42	มาก ที่สุด
ภาพรวม							4.91	0.35	มาก ที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.15 แนวโน้มในการจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.90 ที่มีแนวโน้มการจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มการจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมให้การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัวในอนาคต พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.20 ที่มีแนวโน้มในการดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัวในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีแนวโน้มดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัวในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ซึ่งแสดงว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัวในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.20 ที่มีแนวโน้มดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีแนวโน้มดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.90 ที่มีแนวโน้มส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มการสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานในอนาคต พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีแนวโน้มสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.40 ที่มีแนวโน้มสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานมาก และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน อยู่บางครั้งจากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานมากที่สุด

จากข้อมูลในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 กิจกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.91 ซึ่งได้มีแนวโน้มจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานในอนาคตมากที่สุด

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต (กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า									
1. การให้คำแนะนำและ มัลติเทสต์ บริษัททัวร์ อย่าง ยุติธรรม	38 (86.4)	5 (11.4)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.42	มาก ที่สุด
2. การให้ราคาที่เหมาะสม และเป็นธรรมแก่ลูกค้าใน การซื้อวัตถุดิบต่างๆที่ใช้ ในสปา	40 (90.9)	4 (9.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.90	0.29	มาก ที่สุด
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับ สมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ ค้ากันเช่น สมาคม มัลติเทสต์เชียงใหม่ สมาคม ธุรกิจนำเที่ยวเชียงใหม่	35 (79.5)	6 (13.6)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.72	0.58	มาก ที่สุด
ภาพรวม							4.82	0.67	มาก ที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.16 แสดงข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีแนวโน้มให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.40 ที่มีแนวโน้มให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมในอนาคตมาก ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมในอนาคตบางครั้ง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่ให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรมในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาในภาคพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.90 ที่มีแนวโน้มให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่มีแนวโน้มให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปามากที่สุด

แนวโน้มในการเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันในอนาคต พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.50 ที่มีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ที่มีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันในอนาคตมาก และ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ที่มีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันในอนาคตมากที่สุดจากข้อมูล แนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาคของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 กิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.82 ซึ่งผู้ประกอบการมีแนวโน้มจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าในอนาคตมากที่สุด

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต (กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจ) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย X̄	(S.D.)	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจ									
1. การประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	28 (63.6)	14 (31.8)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.59	0.58	มากที่สุด
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	33 (75.0)	10 (22.7)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.72	0.49	มากที่สุด
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการค้าราคาแข่งกับคู่แข่ง	39 (88.6)	3 (6.8)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.62	มากที่สุด
ภาพรวม							4.71	0.56	มากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.17 แสดงข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.60 ที่มีแนวโน้มการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ที่มีแนวโน้มการประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร

ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอในขนาดมาก และผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มการประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอในขนาดปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มการประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากร ในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอในขนาดมากที่สุด

แนวโน้มการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00 ที่มีแนวโน้มให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจในขนาดมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 ที่มีแนวโน้มให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจในขนาดมาก และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจในขนาดปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจในขนาดมากที่สุด

แนวโน้มการให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งในขนาดพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.60 ที่มีแนวโน้มให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งในขนาดมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีแนวโน้มให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งในขนาดมาก และผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีแนวโน้มให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งในขนาดปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันในขนาดมากที่สุด

จากข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในขนาดของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 กิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.71 ซึ่งผู้ประกอบการมีแนวโน้มจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าในขนาดมากที่สุด

ตารางที่ 4.18 ข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในอนาคต(กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรม					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	(S.D.)	ความ หมาย
	ในอนาคต								
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
จำนวน (ร้อยละ)									
กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้า									
1. การให้ความรู้แก่ ลูกค้าในการรักษา สุขภาพ	43 (97.7)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.97	0.15	มาก ที่สุด
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับ การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่าง ชัดเจน โปร่งใส	43 (97.7)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.97	0.15	มาก ที่สุด
3. กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ ตามลักษณะของแต่ละ ผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพ การให้บริการแก่ลูกค้า	43 (97.7)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.97	0.15	มาก ที่สุด
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปา ก่อน ใช้บริการอย่างชัดเจน	44 (100)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	5.00	0.00	มาก ที่สุด
5. การเสนอเอกสารหรือ คู่มือ แนะนำเกี่ยวกับ สปา การใช้บริการและ การดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	43 (97.7)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.97	0.15	มาก ที่สุด

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรม ในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
6. การทำความสะอาด อุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้ สำหรับลูกค้าใหม่อยู่ เสมอ	44 (100)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	5.00	0.00	มาก ที่สุด
7. ไม่มีการหลอกลวง ลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกิน ความเป็นจริง	44 (100)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	5.00	0.00	มาก ที่สุด
ภาพรวม							4.98	0.08	มาก ที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.18 แสดงข้อมูลแนวโน้มของการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.70 ที่มีแนวโน้มในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ที่มีแนวโน้มในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการแนวโน้มในการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมากที่สุด

แนวโน้มในการจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใสในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.70 ที่มีแนวโน้มในการจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใสในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ที่มีแนวโน้มในการจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปา

อย่างชัดเจน โปร่งใสในอนาคตมากจากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปอย่างชัดเจน โปร่งใสในอนาคตมากที่สุดแนว

แนวโน้มในการจัดกิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าในอนาคต พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.70 ที่มีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ที่มีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อนใช้ บริการอย่างชัดเจนในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ที่มีแนวโน้มในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน ในอนาคตมากที่สุด จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เรื่องของราคาค่าใช้จ่าย ในการบริการสปาก่อน ใช้บริการอย่างชัดเจนมากที่สุด

แนวโน้มในการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแล สุขภาพแก่ลูกค้าในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.70 ที่มีแนวโน้มในการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า ในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ที่มีแนวโน้มในการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า ในอนาคตมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการทำความสะดวกอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้ สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอในอนาคต พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ที่มีแนวโน้มในการทำความสะดวกอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอในอนาคตมากที่สุด จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ซึ่งแสดงว่า

ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการทำความสะดวกอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มในการไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ที่มีแนวโน้มไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงมากที่สุด จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง มากที่สุด

จากข้อมูลในส่วน of แนวโน้มในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 7 กิจกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.98 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ามากที่สุด

ตารางที่ 4.19 ข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต (กิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม									
1. การรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ	38 (86.4)	5 (11.4)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.84	0.42	มากที่สุด
2. กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วม	38 (86.4)	3 (6.8)	3 (6.8)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.79	0.55	มากที่สุด

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมใน					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	อนาคต								
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
3. การร่วมบริจาคเงิน หรือสิ่งของในการสร้าง สาธารณประโยชน์ต่างๆ เช่น โรงเรียน ถนน วัด สะพาน และ สถานพยาบาล เป็นต้น	38 (86.4)	4 (9.1)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.81	0.49	มาก ที่สุด
4. การอนุญาตให้มูลนิธิ หรือสมาคมต่างๆที่ ช่วยเหลือสังคมสามารถ ตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปลา	39 (88.6)	4 (9.1)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.86	0.40	มาก ที่สุด
5. การนำเอาเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของล้านนา เข้ามาประยุกต์ใช้ในสปลา เช่นการตกแต่ง สถานที่ การแต่งกาย ขั้นตอนการ ติดต่อกลับ วิธีการนวด และดนตรีที่ใช้ในสปลา	42 (98.5)	1 (2.3)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.33	มาก ที่สุด
6. กิจกรรมการส่งเสริม การใช้วัตถุดิบในระดับ ท้องถิ่นในการทำ ผลิตภัณฑ์สปลา	42 (98.5)	1 (2.3)	1 (2.3)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.33	มาก ที่สุด
7. กิจกรรมการจัดการให้ ผ่านการประเมินมาตรฐาน กระทรวงสาธารณสุข	42 (98.5)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.95	0.21	มาก ที่สุด
ภาพรวม							4.87	0.40	มาก ที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.19 แสดงข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีแนวโน้มรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.40 ที่มีแนวโน้มรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อในอนาคตมาก และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อในอนาคตปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มจัดกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีแนวโน้มจัดกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีแนวโน้มจัดกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมในอนาคตมาก และผู้ประกอบการจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 6.80 ที่มีแนวโน้มจัดกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมในอนาคตปานกลางจากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มจัดกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มของการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 ที่มีแนวโน้มของการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ในอนาคตมาก รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่มีแนวโน้มของการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ในอนาคตมาก และผู้ประกอบการจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มของการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ในอนาคตปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มของการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ในอนาคตมากที่สุด

แนวโน้มที่จะอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปาในอนาคต พบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.60 ที่มีแนวโน้มที่จะอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปาในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ที่มีแนวโน้มที่

จะอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพในอนาคตนมาก และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มที่จะอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพในอนาคตนปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการแนวโน้มที่จะอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สพในอนาคตนมากที่สุด

แนวโน้มในการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพในอนาคตนพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.50 ที่มีแนวโน้มในการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพในอนาคตนมากที่สุด รองลงมาคือผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มในการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพในอนาคตนมาก และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มในการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพในอนาคตนปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพในอนาคตนมาก

แนวโน้มในการกิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพในอนาคตนพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.50 ที่มีแนวโน้มในการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพในอนาคตนมากที่สุด รองลงมาคือผู้ประกอบการ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มในการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพในอนาคตนมาก และผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ที่มีแนวโน้มในการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพในอนาคตนปานกลาง จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มในการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพในอนาคตนมากที่สุด

แนวโน้มการจัดกิจกรรมการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขในอนาคตนพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.50 ที่มีแนวโน้มการจัดกิจกรรมการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขในอนาคตนมากที่สุด รองลงมาคือผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มการจัดกิจกรรมการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขในอนาคตนมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการแนวโน้มการจัดกิจกรรมการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขในอนาคตนมากที่สุด

จากข้อมูลในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม ของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 7 กิจกรรมพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.87 ซึ่งได้จัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ มีแนวโน้มการจัดกิจกรรมการจัดการให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขในอนาคตมากที่สุด

ตารางที่ 4.20 ข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม) ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

หัวข้อประเมิน	ระดับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในอนาคต					รวม (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	(S.D.)	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)								
กิจกรรมเพื่อ สิ่งแวดล้อม									
1. การจัดการน้ำเสียที่ เกิดจากใช้บริการสปา	41 (93.2)	3 (6.0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.93	0.25	มาก ที่สุด
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้าง ภูมิทัศน์ ที่สวยงาม กับสปาและชุมชน	42 (95.5)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.95	0.21	มาก ที่สุด
3. การควบคุมและการ ป้องกันการกระจาย เชื้อโรคตามมาตรฐาน ของกิจการสปาเพื่อ สุขภาพ	42 (95.5)	2 (4.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	44 (100)	4.95	0.21	มาก ที่สุด
ภาพรวม							4.94	0.22	มาก ที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.20 แสดงข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตรัฐกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรม เพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้ประกอบการจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.20 ที่มีแนวโน้มการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากให้บริการสปาในอนาคตรวมมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 ที่มีแนวโน้มการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากให้บริการสปาในอนาคตรวมมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มจัดการน้ำเสียที่เกิดจากให้บริการสปาในอนาคตรวมมากที่สุด

แนวโน้มการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชน ในอนาคตพบว่า ผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.50 ที่มีแนวโน้มการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนในอนาคตรวมมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนในอนาคตรวมมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ซึ่งแสดงว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนในอนาคตรวมมากที่สุด

แนวโน้มควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปา เพื่อสุขภาพพบว่าผู้ประกอบการจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.50 ที่มีแนวโน้มควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพในอนาคตรวมมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ประกอบการจำนวน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ที่มีแนวโน้มควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพในอนาคตรวมมาก จากการแสดงข้อมูลดังกล่าวได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพในอนาคตรวมมากที่สุด

จากข้อมูลแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตรัฐกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรัฐกิจสภาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 กิจกรรมเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.94 ซึ่งผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมในอนาคตรวมมากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จด้านผลกำไรในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยจะเปรียบเทียบจาก 3 กลุ่มตัวอย่างคือ มีผลกำไรมาก มีผลกำไรบ้าง และเท่าทุนเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างตอบคำถามในส่วนที่ 5 นี้เพียง 3 คำตอบเท่านั้น ไม่มีผู้ตอบคำถามในส่วนของการขาดทุนบ้าง และขาดทุนมาก โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.21–4.26

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบกิจการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬา	มีกำไรมาก	11	4.54	0.52	2.38	0.105
	มีกำไรบ้าง	27	4.40	0.57		
	เท่าทุน	6	3.83	1.16		
2. นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย	มีกำไรมาก	11	4.63	0.50	0.15	0.853
	มีกำไรบ้าง	27	4.55	0.50		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		
3. นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรม	มีกำไรมาก	11	4.54	0.52	0.05	0.951
	มีกำไรบ้าง	27	4.48	0.57		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		
4. นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ	มีกำไรมาก	11	4.63	0.50	1.10	0.341
	มีกำไรบ้าง	27	4.44	0.64		
	เท่าทุน	6	4.16	0.75		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.21 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประโยชน์ตอบแทน นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.54 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.40 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่านโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.55 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรม ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.54 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.48 และ เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.44 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 พบว่า นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับผลประโยชน์ตอบแทน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประโยชน์ทางสถิติ

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการให้ค่านายหน้า แก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรม	มีกำไรมาก	11	4.45	.52	4.79*	0.013
	มีกำไรบ้าง	27	4.55	.57		
	เท่าทุน	6	3.66	1.03		
2. นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบ ลูกค้า	มีกำไรมาก	11	4.63	0.50	0.01	0.984
	มีกำไรบ้าง	27	4.66	0.48		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
3. นโยบายการสร้างความสัมพันธ์ อันดีกับลูกค้า	มีกำไรมาก	11	4.63	0.50	0.34	0.712
	มีกำไรบ้าง	27	4.70	0.46		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีกำไรมากจำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.55 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีการใช้นโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรมมากส่งผลทำให้มีกำไรมากและมีกำไรบ้าง โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.013 ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการที่ให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ ส่งผลให้มัคคุเทศก์หาลูกค้าและเพิ่มลูกค้ารายใหม่ให้แก่สถานประกอบการ จึงทำให้สถานประกอบการสปามีผลกำไร

นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า

นโยบายการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.70 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วน
ของนโยบายเกี่ยวกับคู่ค้ากับผลประโยชน์ ซึ่งผู้ประกอบการที่มีการใช้นโยบายเกี่ยวกับคู่ค้า
โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับนโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์ อย่างเหมาะสม
ได้ซึ่งผลประโยชน์ที่มาก

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผล
ประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประโยชน์	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	2.04	0.142
	มีกำไรบ้าง	27	4.55	0.57		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		
2. นโยบายการไม่ตัดราคา ค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการส ปาด้วยกันเอง	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	2.33	0.109
	มีกำไรบ้าง	27	4.44	0.69		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		
3. นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับ คู่แข่งในรูปของเครือข่ายแคว งธุรกิจ	มีกำไรมาก	11	4.63	0.67	1.47	0.240
	มีกำไรบ้าง	27	4.14	0.98		
	เท่าทุน	6	3.83	1.47		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วน
ผลประกอบการนโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า ผู้ประกอบการ
ที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.55 และเท่าทุน
จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทน
ที่สูงกว่าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.44 และเท่าทุน จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปของเครือข่ายแวดวงธุรกิจผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.14 และเท่าทุน จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปของเครือข่ายแวดวงธุรกิจไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของการนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับผลประกอบการ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบกิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ	มีกำไรมาก	11	4.91	0.30	0.85	0.431
	มีกำไรบ้าง	27	4.85	0.36		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
2. นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการ	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	1.13	0.330
	มีกำไรบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	4.67	0.51		
3. นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.68	0.511
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
4. นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่าน	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.788
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของนโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายเกี่ยวกับลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 พบว่า นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และ เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่าน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการให้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับผลประกอบการ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ
ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการสนับสนุน การศึกษา	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	2.98	0.062
	มีกำไรบ้าง	27	4.33	0.78		
	เท่าทุน	6	4.16	0.98		
2. นโยบายการสร้างสาธารณะ ประโยชน์ให้แก่ชุมชน	มีกำไรมาก	11	4.36	0.67	1.06	0.356
	มีกำไรบ้าง	27	4.07	0.72		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		
3. นโยบายการสนับสนุนงาน สาธารณกุศลที่เป็นโครงการของ ทางภาครัฐ	มีกำไรมาก	11	4.36	0.67	0.98	0.381
	มีกำไรบ้าง	27	4.00	0.87		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		
4. นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม	มีกำไรมาก	11	4.45	0.68	1.29	0.285
	มีกำไรบ้าง	27	4.14	0.76		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		
5. นโยบายการส่งเสริมอาชีพและ การผลิตสินค้าและบริการที่มี คุณภาพ	มีกำไรมาก	11	4.63	0.50	1.61	0.212
	มีกำไรบ้าง	27	4.22	0.75		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		
6. นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ ล้านนา	มีกำไรมาก	11	4.72	0.64	0.29	0.748
	มีกำไรบ้าง	27	4.59	0.57		
	เท่าทุน	6	4.50	0.83		
7. นโยบายการประเมินให้ผ่าน มาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.783
	มีกำไรบ้าง	27	4.81	0.39		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของ นโยบายการสนับสนุนการศึกษา ผู้ประกอบการมีกำไรมาก

จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.33 และ เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 พบว่า นโยบายการสนับสนุนการศึกษา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.07 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า นโยบายการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสนับสนุนงานสาธารณกุศลที่เป็นโครงการของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า นโยบายการสนับสนุนงานสาธารณกุศลที่เป็นโครงการของทางภาครัฐ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.14 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.22 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ล้านนา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.72 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.59 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ล้านนาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ

ผลประกอบการแต่เมื่อพิจารณาจากผลของค่าเฉลี่ย ทำให้เห็นแนวโน้มที่ว่า ผู้ประกอบการที่ใช้
นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขก็จะได้ผลกำไรที่มากตามไปด้วย

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการรักษาสิ่งแวดล้อม	มีกำไรมาก	11	4.81	0.40	0.00	0.996
	มีกำไรบ้าง	27	4.81	0.48		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
2. นโยบายการจัดการขยะ ที่ เกิดขึ้นจากการให้บริการ	มีกำไรมาก	11	4.81	0.40	0.30	0.739
	มีกำไรบ้าง	27	4.70	0.46		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
3. นโยบายการจัดการ 3R	มีกำไรมาก	11	4.81	0.40	0.35	0.704
	มีกำไรบ้าง	27	4.66	0.55		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของ นโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการสนับสนุนการศึกษา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการจัดการขยะ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.70 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายการจัดการขยะ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการจัดการ 3R ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่านโยบายการจัดการ 3R ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการแต่เมื่อพิจารณาจากผลของค่าเฉลี่ย ทำให้เห็นแนวโน้มที่ว่า ผู้ประกอบการที่ใช้ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมก็จะได้ผลกำไรที่มากตามไปด้วย

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในส่วนผลประกอบการ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.27-4.33

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.788
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
2. การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.788
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
3. การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.788
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
4. การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.12	0.881
	มีกำไรบ้าง	27	4.85	0.36		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
5. การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.783
	มีกำไรบ้าง	27	4.81	0.39		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
6. สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	1.52	0.231
	มีกำไรบ้าง	27	4.59	0.57		
	เท่าทุน	6	4.50	0.83		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานผู้ประกอบการมีกำไรมากจำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง ผู้ประกอบการมีกำไรมากจำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.59 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการได้รับความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนองกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ แต่เมื่อพิจารณาจากผลของค่าเฉลี่ย ทำให้เห็นแนวโน้มที่ว่า ผู้ประกอบการที่ใช้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานก็จะได้ผลกำไรที่มากตามไปด้วย

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้คำแนะนำและ มัลติเทสต์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม	มีกำไรมาก	11	4.54	0.68	2.45	0.098
	มีกำไรบ้าง	27	4.70	0.54		
	เท่าทุน	6	4.00	1.26		
2. การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็น ธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบ ต่างๆ ที่ใช้ในสปา	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	1.75	0.185
	มีกำไรบ้าง	27	4.62	0.49		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน	มีกำไรมาก	11	4.54	0.68	1.41	0.255
	มีกำไรบ้าง	27	4.25	0.85		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของการให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.54 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.70 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การให้ค่านายหน้าและมัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.62 เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้า ในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.54 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.25 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการแต่เมื่อพิจารณาจากผลของค่าเฉลี่ย ทำให้เห็นแนวโน้มที่ว่า ผู้ประกอบการที่ใช้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าก็จะได้ผลกำไรที่มากตามไปด้วย

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วน ผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	มีกำไรมาก	11	4.72	0.64	3.00	0.061
	มีกำไรบ้าง	27	4.07	0.99		
	เท่าทุน	6	3.66	1.03		

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	มีกำไรมาก	11	4.27	0.64	1.85	0.170
	มีกำไรบ้าง	27	4.00	0.83		
	เท่าทุน	6	3.50	0.83		
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง	มีกำไรมาก	11	4.81	0.40	2.29	0.113
	มีกำไรบ้าง	27	4.37	0.68		
	เท่าทุน	6	4.33	0.51		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.72 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.07 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 พบว่า การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.27 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 พบว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.37 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบกิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพ	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	0.43	0.649
	มีค่าไบบ้าง	27	4.77	0.42		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใส	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.783
	มีค่าไบบ้าง	27	4.81	0.39		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
3. กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	1.13	0.330
	มีค่าไบบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	0.106	0.900
	มีค่าไบบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
5. การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	0.12	0.881
	มีค่าไบบ้าง	27	4.85	0.36		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
6. การทำความสะอาดอุปกรณ์การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอ	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	0.10	0.900
	มีค่าไบบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
7. ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง	มีค่าไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.788
	มีค่าไบบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพผู้ประกอบการมีกำไรมากจำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.77 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้างจำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า กิจกรรมการเก็บวัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คนมีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คนมีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คนมีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คนมีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์

การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ	มีกำไรมาก	11	4.45	0.52	3.08	0.057
	มีกำไรบ้าง	27	3.92	0.82		
	เท่าทุน	6	3.50	1.04		
2. กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆให้กับสังคมเช่นการบริจคน้ำท่วม	มีกำไรมาก	11	4.45	0.52	1.73	0.189
	มีกำไรบ้าง	27	4.03	0.75		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		
3. การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ	มีกำไรมาก	11	4.45	0.52	1.73	0.189
	มีกำไรบ้าง	27	4.03	0.75		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		
4. การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปา	มีกำไรมาก	11	4.45	0.52	1.59	0.215
	มีกำไรบ้าง	27	4.03	0.80		
	เท่าทุน	6	3.83	0.98		
5. การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสปา	มีกำไรมาก	11	4.81	0.40	1.15	0.327
	มีกำไรบ้าง	27	4.81	0.39		
	เท่าทุน	6	4.50	0.83		

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
6. กิจกรรมการส่งเสริมการใช้ วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำ ผลิตภัณฑ์สปา	มีกำไรมาก	11	4.72	0.46	2.50	0.094
	มีกำไรบ้าง	27	4.29	0.60		
	เท่าทุน	6	4.16	0.75		
7. กิจกรรมการจัดให้ผ่านการ ประเมินมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.78	0.463
	มีกำไรบ้าง	27	4.70	0.54		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 3.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 พบว่า การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วม ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่ากิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คนมีค่าเฉลี่ย 4.45 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.45 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสปา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 และเท่าทุน จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสปา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปาผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.72 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.29 และเท่าทุน จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 พบว่า กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.70 และเท่าทุน จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนองกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความดำเนินธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้ บริการสปา	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.12	0.881
	มีกำไรบ้าง	27	4.85	0.36		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อ สร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปา และชุมชน	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.24	0.783
	มีกำไรบ้าง	27	4.81	0.39		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
3. การควบคุมและการป้องกันการ กระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของ กิจการสปาเพื่อสุขภาพ	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.68	0.511
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาผู้ประกอบการมีกำไรมากจำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปาและชุมชนผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 เท่าทุนจำนวน 6 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่า การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในส่วนผลประกอบการ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.33–4.38

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ในส่วนแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบกิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็น ธรรมให้กับพนักงาน	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.799	0.457
	มีกำไรบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
2. การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.1287	0.287
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
3. การดูแลพนักงานเสมอมาชิก ในครอบครัว	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.842	0.438
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
4. การดูแลพนักงานเมื่อพนักงาน เจ็บป่วย	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.842	0.438
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
5. การส่งเสริมการให้พนักงาน ทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกัน และกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความ สามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่าง เพื่อนร่วมงาน	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	1.287	0.287
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
6. สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญ และกำลังใจให้แก่พนักงาน	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	1.056	0.357
	มีกำไรบ้าง	27	4.77	0.50		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุน

จำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆและพัฒนาตนเอง ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัว ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และ เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า นโยบายการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.77 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ค่านายหน้าและ มัลกุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม	มีกำไรมาก	11	4.72	0.64	1.44	0.247
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
2. การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็น ธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบ ต่างๆที่ใช้ในสปา	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.79	0.457
	มีกำไรบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน	มีกำไรมาก	11	4.81	0.60	0.58	0.564
	มีกำไรบ้าง	27	4.74	0.59		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของแนวโน้มการให้ค่านายหน้าและมัลกุเทศก์ บริษัททัวร์อย่างยุติธรรม ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.72 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า แนวโน้มการให้ค่านายหน้าและมัลกุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 เท่าทุน จำนวน 6 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.81 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.74 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้า พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	มีกำไรมาก	11	4.72	0.64	0.880	0.422
	มีกำไรบ้าง	27	4.59	0.57		
	เท่าทุน	6	4.33	0.51		
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	1.406	0.257
	มีกำไรบ้าง	27	4.70	0.54		
	เท่าทุน	6	4.50	0.54		
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งอื่น	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.834	0.442
	มีกำไรบ้าง	27	4.77	0.57		
	เท่าทุน	6	4.83	0.40		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของ การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.72 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.59 และเท่าทุนจำนวน 6 คน

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า การประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยน หรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.70 เท่าทุน จำนวน 6 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 พบว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจ ในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.77 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 พบว่า การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบ ต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วน ของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผล
ประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการ รักษาสุขภาพ	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.30	0.739
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ และ ราคา Package สปอย่างชัดเจน โปร่งใส	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.30	0.739
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
3. กิจกรรมการเก็บ วัสดุดิบ และ ผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละ ผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการ ให้บริการแก่ลูกค้า	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.30	0.739
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของ ราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	.	.
	มีกำไรบ้าง	27	5.00	0.00		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
5. การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.30	0.739
	มีกำไรบ้าง	27	4.96	0.19		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
6. การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยน เครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่ เสมอ	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	.	.
	มีกำไรบ้าง	27	5.00	0.00		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
7. ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกิน ความเป็นจริง	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	.	.
	มีกำไรบ้าง	27	5.00	0.00		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์ และราคา Package ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า กิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คนมีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประโยชน์

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มนโยบายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ
ในส่วนผลประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริม ให้พนักงานศึกษาต่อ	มีกำไรมาก	11	4.90	0.30	0.63	0.536
	มีกำไรบ้าง	27	4.85	0.45		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
2. กิจกรรมการให้บริจาคเงินและ สิ่งของต่างๆให้กับสังคมเช่นการ บริจคน้ำท่วม	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	1.04	0.360
	มีกำไรบ้าง	27	4.74	0.65		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
3. การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของ ในการสร้างสาธารณประโยชน์ ต่างๆ	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	1.11	0.337
	มีกำไรบ้าง	27	4.77	0.57		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
4. การอนุญาตให้มูลนิธิหรือ สมาคมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคม สามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปา	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	1.34	0.273
	มีกำไรบ้าง	27	4.85	0.45		
	เท่าทุน	6	4.66	0.51		
5. การนำเอาเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมของล้านนาเข้ามา ประยุกต์ใช้ในสปา	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.56	0.572
	มีกำไรบ้าง	27	4.88	0.42		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
6. กิจกรรมการส่งเสริมการใช้ วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำ ผลิตภัณฑ์สปา	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.56	0.572
	มีกำไรบ้าง	27	4.88	0.42		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
7. กิจกรรมการจัดให้ผ่านการ ประเมินมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	มีกำไรมาก	11	5.00	0.00	0.63	0.536
	มีกำไรบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบ
ต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนโยบายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือ
สังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงาน

ศึกษาต่อ ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า การรับนักศึกษาฝึกงาน ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วม ผู้ประกอบการมีกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.74 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่ากิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คนมีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.77 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สภา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สภา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสภา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสภา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สภา ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สภาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ
แนวโน้มนำการจัดการกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติต่อผลประกอบการ

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มนำการจัดการกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนผล
ประกอบการ

หัวข้อประเมิน	ผลประกอบ กิจการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้ บริการสปา	มีค่าไรมาก	11	5.00	0.00	0.99	0.380
	มีค่าไบบ้าง	27	4.88	0.32		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อ สร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปา และชุมชน	มีค่าไรมาก	11	5.00	0.00	0.63	0.536
	มีค่าไบบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		
3. การควบคุมและการป้องกันการ กระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของ กิจการสปาเพื่อสุขภาพ	มีค่าไรมาก	11	5.00	0.00	0.63	0.536
	มีค่าไบบ้าง	27	4.92	0.26		
	เท่าทุน	6	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.38 – แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนำการจัดการกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาผู้ประกอบการมีค่าไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีค่าไบบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาไม่เพียงพอไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปาและชุมชนผู้ประกอบการที่มีผลค่าไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีค่าไบบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปาและชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบการที่มีผลกำไรมาก จำนวน 11 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีกำไรบ้าง จำนวน 27 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าทุนจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการ

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จด้านยอดขายในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.39–4.44

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกักตุน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.41	0.51	3.08	0.057
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.52	0.51		
	เท่าเดิม	9	3.88	1.05		
2. นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	0.52	0.69	0.503
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.65	0.48		
	เท่าเดิม	9	4.44	0.52		
3. นโยบายการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.41	0.51	0.19	0.824
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.52	0.59		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.52		
4. นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	0.52	0.77	0.468
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.52	0.66		
	เท่าเดิม	9	4.22	0.66		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.39 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมนโยบายเกี่ยวกับพนักงานของธุรกิจสปากับยอดขายเพื่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแปลผลจากการวิเคราะห์ด้วย One-way Anova พบว่าในส่วนของการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาที่มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.41 สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และผู้ประกอบการยอดขายเท่าเดิม จำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ย 3.88 พบว่านโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.65 และผู้ประกอบการที่มียอดขายเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ย 4.44 พบว่า นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมายไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.41 มียอดขายเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 มียอดขายเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 พบว่า นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของการนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับยอดขาย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการให้ค่านายหน้า แก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.33	0.49	7.53**	0.002
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.69	0.47		
	เท่าเดิม	9	3.77	0.97		
2. นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบ ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	0.52	0.98	0.383
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.73	0.44		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		
3. นโยบายการสร้างความสัมพันธ์ อันดีกับลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	0.52	1.67	0.201
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ นโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรมที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากจำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.69 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 จากตารางการวิเคราะห์พบว่า การมีนโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์อย่างเหมาะสมยุติธรรมส่งผลให้ผู้ประกอบการมีผลประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุดที่ระดับ 0.002 ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการที่ใช้นโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์มาก มียอดขายเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง เพราะผู้ประกอบการได้สนับสนุนการให้ค่านายหน้า ทำให้มัคคุเทศก์นำลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นจึงมียอดขายเพิ่มขึ้นซึ่งการให้ค่านายหน้าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านลูกค้าแล้วยังทำให้เกิดการกระตุ้นทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอีกด้วย

นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.73 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า นโยบายการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับผลประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นนโยบายการให้คำแนะนำหน้าแก้มักคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างเหมาะสมยุติธรรมส่งที่มีนัยสำคัญระดับมากซึ่งผู้ที่มีการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมมากก็จะได้ซึ่งยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.75	0.45	0.86	0.429
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.65	0.57		
	เท่าเดิม	9	4.44	0.52		
2. นโยบายการไม่ตัดราคา ค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.66	0.65	0.31	0.731
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.56	0.66		
	เท่าเดิม	9	4.44	0.52		
3. นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปของเครือข่ายแวดวงธุรกิจ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.33	0.98	1.13	0.332
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.34	0.93		
	เท่าเดิม	9	3.77	1.20		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนยอดขาย นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากร โดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่ามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.75 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.65 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 พบว่า นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากรโดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเองมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.56 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 พบว่า นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายแวดวงธุรกิจมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.33 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.34 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 พบว่า นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปแบบของเครือข่ายแวดวงธุรกิจไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการได้รับความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของการนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับยอดขายพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	1.46	0.242
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		
2. นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.54	0.586
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
3. นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.24	0.782
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
4. นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่าน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.02	0.974
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสถาปนา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของยอดขายพบว่า ในส่วนของนโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า ในข้อนี้ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ลูกค้าก่อนใช้บริการมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ลูกค้าก่อนใช้บริการ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับยอดขาย พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการสนับสนุน การศึกษา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.66	0.65	2.29	0.114
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.52	0.73		
	เท่าเดิม	9	4.00	0.86		
2. นโยบายการสร้างสาธารณะ ประโยชน์ให้แก่ชุมชน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.16	0.71	0.49	.0615
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.17	0.71		
	เท่าเดิม	9	3.88	0.92		
3. นโยบายการสนับสนุนงาน สาธารณกุศลที่เป็นโครงการของ ทางภาครัฐ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.16	0.71	0.27	0.758
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.08	0.90		
	เท่าเดิม	9	3.88	0.92		
4. นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.25	0.75	0.30	0.743
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.21	0.79		
	เท่าเดิม	9	4.00	0.86		
5. นโยบายการส่งเสริมอาชีพและ การผลิตสินค้าและบริการที่มี คุณภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	0.52	0.32	0.726
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.30	0.76		
	เท่าเดิม	9	4.33	0.70		
6. นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ ล้านนา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.58	0.66	0.54	0.586
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.69	0.55		
	เท่าเดิม	9	4.44	0.72		
7. นโยบายการประเมินให้ผ่าน มาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.19	0.824
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.34		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของการสนับสนุนการศึกษามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.52 และ

เท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า นโยบายการสนับสนุนการศึกษาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.16 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.17 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 พบว่า นโยบายการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสนับสนุนงานสาธารณกุศลที่เป็นโครงการของทางภาครัฐมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.16 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.08 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 พบว่า นโยบายการสนับสนุนงานสาธารณกุศลที่เป็นโครงการของทางภาครัฐ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.25 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.30 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านนามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.58 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.69 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 พบว่า นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านนามีไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขสำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการรักษาสิ่งแวดล้อม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.66	0.518
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.45		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		
2. นโยบายการจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.45	0.635
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.69	0.47		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		
3. นโยบายการจัดการ 3R	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.51	0.600
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.65	0.57		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คนมีค่าเฉลี่ย 4.83 มีกำไรบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าทุนจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการให้บริการมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากจำนวน 12 คนมีค่าเฉลี่ย 4.83 มีกำไรบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.69 และเท่าทุนจำนวน 9 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายการจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการให้บริการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการจัดการ 3R มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 มีกำไรบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.65 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า นโยบายการจัดการ 3R ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จด้านยอดขายในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.45-4.50

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ในส่วนกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	1.24	0.300
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
2. การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆและพัฒนาตนเอง	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	1.24	0.300
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
3. การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.02	0.974
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
4. การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.40	0.668
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.34		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
5. การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.39	0.680
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.38		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
6. การสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	2.20	0.123
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.69	0.55		
	เท่าเดิม	9	4.33	0.70		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การจ่ายค่าแรง ค่าจ้างที่เป็นธรรมให้กับพนักงานไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 6 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัวมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วยมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 มีกำไรบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าทุนจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า นโยบายการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 มีกำไรบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.69 และเท่าทุนจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนองกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
กิจกรรมเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	0.67	5.03*	0.011
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.38		
	เท่าเดิม	9	4.00	1.11		
2. การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อ วัตถุดิบต่างๆที่ใช้ในสปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.99	0.379
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.73	0.44		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.52		
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.41	0.79	3.20	0.051
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.43	0.78		
	เท่าเดิม	9	3.66	0.86		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.46 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์และบริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม ผู้ประกอบการมียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่าการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์และบริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มียอดขายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในระดับ 0.011 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง ซึ่งกิจกรรมนี้ทำให้ มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์ ต่างช่วยกันหาลูกค้ารายใหม่ๆ ให้และสนับสนุนให้ลูกค้าที่มีความสนใจในการใช้บริการสปามากขึ้น ซึ่งผลต่างตอบแทนในการให้ค่านายหน้าอย่างยุติธรรม

การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปา มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มมากขึ้น จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.73 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มมากขึ้น จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.41 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.43 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้ากับยอดขาย โดยส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติ ยกเว้นกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์ อย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นมาก

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.50	1.00	2.81	0.072
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.26	0.91		
	เท่าเดิม	9	3.55	0.88		
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.25	0.75	2.07	0.139
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.04	0.82		
	เท่าเดิม	9	3.55	0.72		
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.66	0.65	0.82	0.444
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.43	0.66		
	เท่าเดิม	9	4.33	0.50		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.47 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของการประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.26 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 พบว่า การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยน

หรือยึดตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.25 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.04 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 พบว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.43 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.24	0.785
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใส	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.09	0.912
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.38		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
3. กิจกรรมการเก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.54	0.586
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.23	0.792
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
5. การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.07	0.933
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.34		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
6. การทำความสะอาดอุปกรณ์การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.23	0.792
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
7. ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.72	0.490
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package อย่างชัดเจน โปร่งใส มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package ชัดเจน โปร่งใส ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการเก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่ากิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์ และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การไม่หลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การไม่หลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
กิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การรับนักศึกษาฝึกงานและส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.33	0.65	4.60*	0.016
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.08	0.79		
	เท่าเดิม	9	3.33	0.86		
2. กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆให้กับสังคมเช่นการบริจาคมื้อน้ำท่วม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.25	0.62	0.59	0.559
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.13	0.75		
	เท่าเดิม	9	3.88	0.92		
3. การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.25	0.62	0.59	0.559
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.13	0.75		
	เท่าเดิม	9	3.88	0.92		
4. การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.25	0.62	1.07	0.349
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.17	0.77		
	เท่าเดิม	9	3.77	0.97		
5. การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	1.19	0.314
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.38		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		
6. กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.66	0.49	3.31*	0.046
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.39	0.58		
	เท่าเดิม	9	4.00	0.70		
7. กิจกรรมการจัดให้ผ่านกรประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	0.93	0.400
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.49 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษา ผู้ประกอบการมียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.33 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.08 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 พบว่า การรับนักศึกษาฝึกงาน

ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.016 ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง ซึ่งการมีนักศึกษาฝึกงานทำให้มีพนักงานในการบริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และการได้ไปศึกษาต่อของพนักงานทำให้เกิดการบริการที่ดีทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจึงทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้งจึงทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจคน้ำท่วม มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.25 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.13 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 พบว่ากิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจคน้ำท่วมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.25 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.13 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.25 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.17 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 พบว่า การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพามีไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพามีไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.39 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพามีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.046 ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง ซึ่งการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพามีนั้น มีราคาค้นทุนที่ถูกลง จึงทำให้ยอดขายนั้นเพิ่มขึ้นมาก

กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และ เท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับยอดขาย โดยส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติ ยกเว้น กิจกรรมการรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อและกิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปาที่ทำให้ยอดขายที่เพิ่มขึ้นมาก

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.40	0.668
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.34		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปาและชุมชน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	1.33	0.273
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.34		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		
3. การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	0.24	0.782
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.50 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปลาและชุมชนมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปลาและชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปลาเพื่อสุขภาพ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปลาเพื่อสุขภาพ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสปลาในจังหวัดเชียงใหม่ในส่วนยอดขาย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.51-4.56

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปลา ในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	1.54	0.226
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
2. การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆและพัฒนาตนเอง	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.70	0.499
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
3. การดูแลพนักงานเสมอสมานึกในครอบครัว	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.60	0.549
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
4. การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	2.31	0.112
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		
5. การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคีและความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.70	0.499
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
6. สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	3.16	0.053
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.34		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.51 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของแนวโน้มการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเสมอสมานึกในครอบครัว มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การดูแลพนักงานเสมอสมานึกในครอบครัว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า นโยบายการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้คำแนะนำและ มัลติเทสต์ บริษัททัวร์ อย่าง ยุติธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.75	0.62	1.93	0.158
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.66	0.50		
2. การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็น ธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบ ต่างๆ ที่ใช้ในสปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	1.54	0.226
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.44		

ตารางที่ 4.52 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคมหรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.57	2.77	0.074
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.49		
	เท่าเดิม	9	4.33	0.70		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.52 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์บริษัททัวร์อย่างยุติธรรมมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้น จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.75 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 พบว่า การให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์อย่างยุติธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปา มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้น จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วน of แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้า พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ในส่วนของการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จ
ของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.66	0.65	2.41	0.102
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.69	0.47		
	เท่าเดิม	9	4.22	0.66		
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.83	0.38	4.01*	0.026
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.38		
	เท่าเดิม	9	4.33	0.70		
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	2.45	0.099
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.86	0.45		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.53 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของการประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.66 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.69 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 พบว่า การประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.83 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.026 ซึ่งมีผลต่อยอดขายเพิ่มขึ้นมาก และเพิ่มขึ้นบ้าง ซึ่งการที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวง

ธุรกิจเดียวกัน ทำให้ธุรกิจมีการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐาน ลดปัญหาการขายตัดราคา และทำให้เกิดการได้ข้อมูลใหม่ในการแบ่งปันในการประชุมในแต่ละครั้งทำให้ได้ซึ่งนวัตกรรมใหม่ๆ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นมากได้

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งชั้น มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.86 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งชั้น ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อยอดขาย ยกเว้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ ซึ่งมีผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.44	0.644
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	5.00	0.00		
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package spa อย่างชัดเจน โปร่งใส	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.44	0.644
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	5.00	0.00		
3. กิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.44	0.644
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	5.00	0.00		
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	.	.
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	5.00	0.00		

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
5. การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การให้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	2.03	0.143
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
6. การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอ	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	.	.
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	5.00	0.00		
7. ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	.	.
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.54 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนโยบายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package อย่างชัดเจน โปร่งใส มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package อย่างชัดเจน โปร่งใสไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่าการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ในส่วนแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จ
ของธุรกิจ ในส่วนยอดขาย

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การรับนักศึกษาฝึกงานและ ส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	2.71	0.078
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		
2. กิจกรรมการให้บริจาคเงินและ สิ่งของต่างๆให้กับสังคมเช่นการ บริจคน้ำท่วม	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	1.73	0.190
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.78	0.59		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		
3. การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของ ในการสร้างสาธารณประโยชน์ ต่างๆ	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	2.19	0.125
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.82	0.49		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		
4. การอนุญาตให้มูลนิธิหรือ สมาคมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคม สามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	3.84*	0.030
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.55	0.72		
5. การนำเอาเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมของล้านนาเข้ามา ประยุกต์ใช้ในสปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	1.48	0.239
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.66		
6. กิจกรรมการส่งเสริมการใช้ วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำ ผลิตภัณฑ์สปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	1.48	0.239
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	4.77	0.66		
7. กิจกรรมการจัดให้ผ่านกร ประเมินมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	เพิ่มขึ้นมาก	12	4.91	0.28	1.17	0.319
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.55 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบ
ต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือ
สังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของการรับนักศึกษาฝึกงานและส่งเสริมให้
พนักงานศึกษาต่อมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง

จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า การรับนักศึกษาฝึกงานและส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่น การบริจคน้ำท่วม มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจคน้ำท่วมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.82 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 พบว่า การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพาส่งผลให้ผู้ประกอบการมียอดขายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.030 ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาจากการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพามากกว่า และผู้ประกอบการที่มียอดขายที่เท่าเดิม อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นนั้นเห็นความสำคัญในการให้การช่วยเหลือสังคมเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลทำยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ต่อไป

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพาส่งผลให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพามีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 พบว่า กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพาส่งผลให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย ยกเว้นการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพซึ่งมีผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วน
จำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	ยอดขาย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้ บริการสปา	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.60	0.549
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.91	0.28		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อ สร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปา และชุมชน	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.70	0.499
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		
3. การควบคุมและการป้องกันการ กระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของ กิจการสปาเพื่อสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	12	5.00	0.00	0.70	0.499
	เพิ่มขึ้นบ้าง	23	4.95	0.20		
	เท่าเดิม	9	4.88	0.33		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.56 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปา มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.91

และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปป ไม่เพียงพอไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปปและชุมชนมีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปปและชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปปเพื่อสุขภาพ มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 12 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 23 คน มีค่าเฉลี่ย 4.95 และเท่าเดิมจำนวน 9 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 พบว่า การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปปเพื่อสุขภาพ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อยอดขาย

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จด้านจำนวนลูกค้าในการดำเนินธุรกิจสปปในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.57-4.62

ตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปป ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.44	0.58	0.37	0.688
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.28	0.82		
	เท่าเดิม	5	4.20	0.83		
2. นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.56	0.50	0.42	0.654
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.49		
	เท่าเดิม	5	4.40	0.54		

ตารางที่ 4.57 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
3. นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรม	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.48	0.50	0.09	0.910
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.50	0.65		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.54		
4. นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.52	0.58	0.31	0.733
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.35	0.74		
	เท่าเดิม	5	4.40	0.54		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.57 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬา มีผู้ประกอบการที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.44 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.28 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่า นโยบายด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและการกีฬาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย มีผู้ประกอบการที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.56 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 พบว่า นโยบายการไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมมีผู้ประกอบการที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.48 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 และ เท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในรูปแบบต่างๆมีผู้ประกอบการที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.52 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.35 และ เท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 พบว่า นโยบายการส่งเสริมให้กับพนักงานได้รับการอบรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ นโยบายเกี่ยวกับพนักงานกับจำนวนลูกค้า พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการให้ค่านายหน้าแก่ มัคคุเทศก์ บริษัททัวร์ อย่าง เหมาะสมยุติธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.40	0.57	0.34	0.714
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.50	0.85		
	เท่าเดิม	5	4.20	0.83		
2. นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบ ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.64	0.48	0.23	0.792
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.49		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
3. นโยบายการสร้างความสัมพันธ์ อันดีกับลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.64	0.48	0.55	0.578
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.58 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนโยบายจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนของจำนวนลูกค้า พบว่า ในส่วนของการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์บริษัททัวร์อย่างยุติธรรม มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.40 เพิ่มขึ้นบ้างจำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่า การให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์บริษัททัวร์อย่างยุติธรรมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า นโยบายการไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าที่มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของแนวโน้มนโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับคู่ค้า พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากรโดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.68	0.47	0.19	0.826
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.57	0.64		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.54		
2. นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.64	0.56	0.50	0.605
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.42	0.75		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.54		
3. นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปของเครือข่ายแวดวงธุรกิจ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.32	0.98	0.27	0.763
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.14	1.02		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.22		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางที่ 4.59 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนจำนวนลูกค้า นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากรโดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.68 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.57 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า นโยบายการไม่แย่งตัวบุคลากรโดยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง พบว่า มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.42 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า นโยบายการไม่ตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปของเครือข่ายแคว้นธุรกิจมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.32 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.14 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า นโยบายการแบ่งปันข้อมูลกับคู่แข่งในรูปของเครือข่ายแคว้นธุรกิจไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับจำนวนลูกค้า พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.60 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	1.45	0.246
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.71	0.46		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
2. นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	0.75	0.475
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
3. นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	0.92	0.403
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
4. นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าทุกท่าน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	1.97	0.152
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.60 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของนโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า นโยบายเกี่ยวกับลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า นโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจของลูกค้าก่อนใช้บริการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า นโยบายการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้าและไม่เลือกผู้ให้บริการให้ความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกท่านไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการให้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนทางด้านนโยบายเกี่ยวกับลูกค้ากับจำนวนลูกค้า พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.61 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของ
จำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการสนับสนุน การศึกษา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.76	0.52	5.70**	0.007
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.07	0.82		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
2. นโยบายการสร้างสาธารณะ ประโยชน์ให้แก่ชุมชน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.28	0.67	1.51	0.233
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.85	0.77		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
3. นโยบายการสนับสนุนงาน สาธารณกุศลที่เป็นโครงการของ ทางภาครัฐ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.28	0.67	2.13	0.132
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.71	0.99		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
4. นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.32	0.69	1.12	0.336
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.92	0.91		
	เท่าเดิม	5	4.20	0.83		
5. นโยบายการส่งเสริมอาชีพและ การผลิตสินค้าและบริการที่มี คุณภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.56	0.50	3.33*	0.046
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.00	0.78		
	เท่าเดิม	5	4.40	0.89		
6. นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ ล้านนา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.68	0.55	0.37	0.693
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.50	0.65		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
7. นโยบายการประเมินให้ผ่าน มาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	3.37*	0.044
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.49		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.61 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของนโยบายการสนับสนุนการศึกษา มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.07 และเท่าทุนจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีการใช้นโยบายการสนับสนุนการศึกษามากส่งผลทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเท่าเดิมโดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากในระดับ 0.007 ซึ่งหมายความว่ากรณีนักศึกษาฝึกงานทำให้มีพนักงานในการบริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและการได้ไปศึกษาต่อของพนักงานทำให้เกิดการบริการที่ดีทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจึงทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้งจึงทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก

นโยบายการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.28 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.85 และเท่าทุนจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า นโยบายการสร้างสาธารณะประโยชน์ให้แก่ชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการสนับสนุนงานสาธารณกุศลที่เป็นโครงการของทางภาครัฐ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.28 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.71 และเท่าทุนจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า นโยบายการสนับสนุนงานสาธารณกุศลที่เป็นโครงการของทางภาครัฐ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.32 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.92 และเท่าทุนจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่า นโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.07 และเท่าทุนจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีการใช้นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มากส่งผลทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเท่าเดิมโดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.046 ผู้ประกอบการที่ใช้นโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การส่งเสริมอาชีพด้วยการจ้างคนในท้องถิ่นเป็นพนักงาน ก่อให้เกิดรายได้ และคนในท้องถิ่นก็จะทำให้การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนในการทำงานของตน ก็ส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ พร้อมทั้งบอกต่อ ทำให้สถานประกอบการสปาที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก

นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านนามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.68 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 และเท่าทุนจำนวน 5 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านนามีไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขผู้ประกอบการมีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าทุนจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีการใช้นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขส่งผลทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเท่าเดิมโดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.044 ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการที่ใช้นโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข ทำให้เกิดความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการเพราะได้ผ่านการประเมินมาตรฐานสปาจากกระทรวงสาธารณสุข และทางกระทรวงจะช่วยประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปทราบด้วยว่าสถานประกอบการสปาผ่านการประเมินมาตรฐาน ทำให้เกิดส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสปา จึงทำให้สถานประกอบการสปาที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนองจำนวนลูกค้า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้ายกเว้นนโยบายการสนับสนุนการศึกษานโยบายการส่งเสริมอาชีพและการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และนโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข ได้ซึ่งส่งผลทำให้มีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.62 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. นโยบายการรักษาสิ่งแวดล้อม	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	1.80	0.177
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.63		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
2. นโยบายการจัดการขยะ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.72	0.45	0.07	0.932
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.71	0.46		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
3. นโยบายการจัดการ 3R	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.76	0.43	0.70	0.500
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.57	0.64		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.63 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 มีเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า นโยบายการสนับสนุนการศึกษา ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการจัดการขยะ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 มีเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า นโยบายการจัดการขยะ ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นโยบายการจัดการ 3R มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.80 มีเพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.76 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 พบว่า นโยบายการจัดการ 3R ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของด้านนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จด้านจำนวนลูกค้าในการดำเนินธุรกิจสาขาในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.63-4.68

ตารางที่ 4.63 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสาขาในจังหวัดเชียงใหม่ในส่วนกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	0.95	0.393
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
2. การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆและพัฒนาตนเอง	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	0.95	0.393
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
3. การดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัว	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	1.97	0.152
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
4. การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	0.75	0.475
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
5. การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	1.45	0.246
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.71	0.46		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
6. สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.80	0.40	2.04	0.143
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.42	0.75		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.54		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.63 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้น จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้น จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัว มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้น จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้น จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้น จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า นโยบายการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคีและความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ผู้ประกอบการมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.80 เพิ่มขึ้น จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.42 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
กิจกรรมเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้คำแนะนำและ มัลติเทสต์ บริษัททัวร์ อย่างยุติธรรม	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.56	0.65	0.00	0.994
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.57	0.85		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
2. การให้ราคาที่เหมาะสมและ เป็นธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อ วัตถุดิบต่างๆที่ใช้ในสปา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.76	0.43	0.36	0.696
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.49		
	เท่าเดิม	5	4.48	0.44		
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.44	0.71	1.15	0.325
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.07	0.99		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.64 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่า ในส่วนของการให้คำแนะนำแก่มัลติเทสต์บริษัททัวร์อย่างยุติธรรม มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.60 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.57 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 พบว่า การให้คำแนะนำแก่มัลติเทสต์บริษัททัวร์อย่างยุติธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปา มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.76 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 เท่าเดิมจำนวน 5 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 พบว่า การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ลูกค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.44 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.07 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับค่าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.65 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.48	0.87	3.18	0.052
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.71	0.99		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.08	0.81	0.32	0.727
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.92	0.82		
	เท่าเดิม	5	3.80	0.83		
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.60	0.57	1.23	0.302
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.35	0.74		
	เท่าเดิม	5	4.20	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.65 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของ การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.48 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.71 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.08 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 พบว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูล

กับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งชั้น มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.60 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.35 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่า การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งชั้น ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.66 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนของจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.84	0.37	1.08	0.348
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.71	0.46		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใส	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.84	0.37	0.60	0.550
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
3. กิจกรรมการเก็บ วัดดูดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.84	0.37	0.37	0.689
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.84	0.37	0.68	0.510
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
5. การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.84	0.37	0.43	0.651
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		

ตารางที่ 4.66 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
6. การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยน เครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่ เสมอ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.84	0.37	0.68	0.510
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
7. ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกิน ความเป็นจริง	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.88	0.33	0.38	0.680
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.66 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าในส่วนของการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.84 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package อย่างชัดเจน โปร่งใสมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.84 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package อย่างชัดเจน โปร่งใส ไม่ทำให้เกิดความแตกต่าง ต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการเก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.84 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า กิจกรรมการเก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.84 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.84 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.84 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง ผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.67 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจในส่วนจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้นักงานศึกษาต่อ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.20	0.70	1.81	0.175
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.78	0.97		
	เท่าเดิม	5	3.60	0.89		

ตารางที่ 4.67 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
2. กิจกรรมการให้บริการเงินและ สิ่งของต่างๆให้กับสังคมเช่นการ บริจาคน้ำท่วม	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.28	0.67	1.51	0.233
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.85	0.77		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
3. การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของ ในการสร้างสาธารณประโยชน์ ต่างๆ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.28	0.67	1.51	0.233
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.85	0.77		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
4. การอนุญาตให้มูลนิธิหรือ สมาคมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคม สามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สปลา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.32	0.69	2.27	0.116
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	3.78	0.80		
	เท่าเดิม	5	4.00	1.00		
5. การนำเอาเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมของล้านนาเข้ามา ประยุกต์ใช้ในสปลา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	3.04	0.058
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.57	0.51		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
6. กิจกรรมการส่งเสริมการใช้ วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำ ผลิตภัณฑ์สปลา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.52	0.50	1.37	0.264
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.21	0.69		
	เท่าเดิม	5	4.20	0.83		
7. กิจกรรมการจัดให้ผ่านการ ประเมินมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.76	0.43	0.06	0.936
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.71	0.61		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.67 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปลา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของกรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.20 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 พบว่า การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วม มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.28 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่ากิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วมไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.28 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.32 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพามีผู้ประกอบการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.57 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสพามีผู้ประกอบการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.52 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่า กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สพามีผู้ประกอบการไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการจัดให้ผ่านการแข่งขันมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.76 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า กิจกรรมการจัดให้ผ่านการแข่งขันมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลจำนวนลูกค้า

ตารางที่ 4.68 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	0.75	0.475
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปาและชุมชน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.88	0.33	0.31	0.731
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
3. การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	0.19	0.820
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.68 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปา มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.28 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 3.85 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พบว่า การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาไม่เพียงพอไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปาและชุมชน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปาและชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับความสำเร็จด้านจำนวนลูกค้าในการดำเนินธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ One-way Anova หรือ F-test โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังตารางที่ 4.69–4.74

ตารางที่ 4.69 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	3.11	0.055
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
2. การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆและพัฒนาตนเอง	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	2.33	0.110
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
3. การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	3.81*	0.030
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
4. การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	2.29	0.114
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		

ตารางที่ 4.69 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค่า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
5. การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	2.33	0.110
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.85	0.36		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
6. สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	4.70*	0.014
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.49		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.69 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค่าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ที่เป็นธรรมให้กับพนักงานไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเอง มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค่าเพิ่มขึ้นมากจำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัว มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค่าเพิ่มขึ้นมากจำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีการดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัวมากส่งผลทำให้มีจำนวนลูกค่าเพิ่มขึ้นมาก และมีลูกค่าเพิ่มขึ้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค่าเท่าเดิม โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.030 ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการการดูแลพนักงานเสมอมาชิกในครอบครัวนั้นทำให้พนักงาน

ทำงานอย่างมีคุณภาพ ใส่ใจดูแล และบริการลูกค้าอย่างดี ทำให้เกิดการทำงานอย่างมีคุณภาพในระดับที่ดีของสปลา จึงทำให้สถานประกอบการสปลาที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก

การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การดูแลพนักงานเมื่อพนักงานเจ็บป่วย ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.85 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า นโยบายการส่งเสริมการให้พนักงานทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีกิจกรรมสร้างความสามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน ผู้ประกอบการมีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานมากส่งผลทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเท่าเดิมโดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.014 ซึ่งหมายความว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มการสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานทำให้พนักงานทำงานอย่างมีคุณภาพ ใส่ใจดูแล และบริการลูกค้าอย่างดี ทำให้เกิดการทำงานอย่างมีคุณภาพในระดับที่ดีของสปลา จึงทำให้สถานประกอบการสปลาที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงานกับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า ยกเว้น การดูแลพนักงานเสมือนสมาชิกในครอบครัว และสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานซึ่งมีผลทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.70 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มนการจ้ดกิจกรรมเก้ยวค้กั้บระดับความต้าเร้จของธุรกิจ ในส่วจ้นวนลูกค้า

ห้วข้อประเมิณ	จ้นวนลูกค้า	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ค้านายหน้าและ ม้กคุ้เทศก้ บร้ษท้ัวร้ อย่่าง ยุดิธรรม	เพิ่มจ้้นม้ก	25	4.88	0.43	0.23	0.792
	เพิ่มจ้้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท้าเดิม	5	4.80	0.44		
2. การให้ร้าคาที่เหมาสมและเป้็น ธรรมแ่ก้คุ้ค้าในการช้้อว้ตุดิบั ต้างๆที่ใช้ในสปา	เพิ่มจ้้นม้ก	25	5.00	0.00	5.59**	0.007
	เพิ่มจ้้นบ้าง	14	4.71	0.46		
	เท้าเดิม	5	5.00	0.00		
3. การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคุ้ค้ากัน	เพิ่มจ้้นม้ก	25	4.88	0.43	3.35*	0.045
	เพิ่มจ้้นบ้าง	14	4.64	0.63		
	เท้าเดิม	5	4.20	0.83		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสําคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสําคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสําคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.70 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มนการจ้ดกิจกรรมเก้ยวค้กั้บระดับความต้าเร้จของธุรกิจพบว่าในส่วของการให้ค้านายหน้าแ่ก้ม้กคุ้เทศก้บร้ษท้ัวร้ อย่่างยุดิธรรม มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มจ้้นม้ก จ้นวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 เพิ่มจ้้นบ้าง จ้นวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท้าเดิมจ้นวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท้ากับ 4.80 พบว่า การให้ค้านายหน้าแ่ก้ม้กคุ้เทศก้บร้ษท้ัวร้ อย่่างยุดิธรรม ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจ้นวนลูกค้าอย่่างมีนัยสําคัญทางสถิติ

การให้ร้าคาที่เหมาสมและเป้็นธรรมแ่ก้คุ้ค้าในการช้้อว้ตุดิบัต้างๆ ที่ใช้ในสปา มีผู้ประกอบการที่มียอดขายเพิ่มจ้้นม้ก จ้นวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มจ้้นบ้าง จ้นวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท้าเดิมจ้นวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท้ากับ 5.00 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มนการให้ร้าคาที่เหมาสมและเป้็นธรรมแ่ก้คุ้ค้าเพิ่มจ้้นม้ก และมีลูกค้าเพิ่มจ้้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค้าเพิ่มจ้้นม้กกว่าผู้ประกอบการที่มีจ้นวนลูกค้าเท้าเดิมโดยมีความแตกต่างอย่่างมีนัยสําคัญทางสถิติมากในระดับ 0.007 ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มนการให้ร้าคาที่เหมาสมและเป้็นธรรมแ่ก้คุ้ค้าในการช้้อว้ตุดิบัต้างๆ ที่ใช้ในสปายุดิธรรม ของสปาทำให้คุ้ค้ากิดความไว้วางใจและส่่งว้ตุดิบัมาให้อย่่างตลอดและสม้าเสมอ ไม่เกิดความขาดแคลนในสปาทำให้ลูกค้ามาใช้บริการในทุกคร้้งก็ไม่มีผิดหวัง จึงทำให้สถานประกอบการสปามีจ้นวนลูกค้าเพิ่มจ้้นม้ก

การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.88 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าเดิม จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่าแนวโน้มการเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันส่งผลให้จำนวนเพิ่มขึ้นมาก และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นบ้าง ทั้งนี้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเท่าเดิม โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.045 ซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มการเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน ทำให้เป็นการได้รับข้อมูลใหม่ๆ ในเรื่องลูกค้า เรื่องนวัตกรรมใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้สามารถผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าที่เข้ามานั้นมีความหลากหลายกลุ่มลูกค้ามากขึ้น จึงทำให้สถานประกอบการสปาที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้ากับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น การให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปาอุตสาหกรรม และการเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคม หรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากันซึ่งมีผลทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.71 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งขันทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วนจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การประสานงานกับเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.76	0.52	2.96	0.063
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.42	0.51		
	เท่าเดิม	5	4.20	0.83		
2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.88	0.33	3.22*	0.050
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.57	0.51		
	เท่าเดิม	5	4.40	0.89		
3. การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่งอื่น	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	3.58*	0.037
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.64	0.63		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.71 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.76 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.42 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พบว่า การประสานงานกับเครือข่าย ทางธุรกิจเพื่อสามารถที่จะแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรในกรณีที่บุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.48 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.57 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 พบว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.050 ซึ่งมีผลต่อจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง ซึ่งการที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจเดียวกัน ทำให้ธุรกิจมีการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐาน ลดปัญหาการขายตัดราคา และทำให้เกิดการได้ข้อมูลใหม่ในการแบ่งปันในการประชุมในแต่ละครั้งทำให้ได้ซึ่งนวัตกรรมใหม่ๆและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมากได้

การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.64 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.037 ซึ่งมีผลต่อจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง แนวโน้มการให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจมีการคิดค้นวิธีการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน และการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน ทำให้ได้ลูกค้าที่หลากหลายรูปแบบ ทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วน of แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจกับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ และการให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งกับคู่แข่ง ซึ่งมีผลทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.72 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วน
จำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	1.07	0.351
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
2. การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคา Package สปาอย่างชัดเจน โปร่งใส	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	1.07	0.351
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
3. กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	1.07	0.351
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปา ก่อนใช้บริการอย่างชัดเจน	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00		
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
5. การเสนอเอกสารหรือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	4.5*	0.017
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
6. การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอ	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00		
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		
7. ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00		
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	5.00	0.00		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.72 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านแนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ความรู้แก่ลูกค้าในการรักษาสุขภาพไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package สปา อย่างชัดเจนโปร่งใสมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การจัดทำป้ายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และราคา Package ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการเก็บวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าผู้ประกอบการมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า กิจกรรมการเก็บ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของราคาค่าใช้จ่ายในการบริการสปาก่อนใช้บริการอย่างชัดเจนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้ามีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้ามีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.017 ซึ่งมีผลต่อจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง ซึ่งการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการสปาเนื่องจากลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือ มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสปาเป็นสิ่งที่ช่วยให้ลูกค้ามั่นใจและกลับมาใช้และบอกต่อทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และเปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่ อยู่เสมอมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์ การเก็บอุปกรณ์และ เปลี่ยนเครื่องมือให้สำหรับลูกค้าใหม่อยู่เสมอไม่ทำให้เกิด ความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริง มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า ไม่มีการหลอกลวงลูกค้า ด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความเป็นจริงไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อยอดขายอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้ากับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ยกเว้น การเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปา การใช้บริการและการดูแลสุขภาพ แก่ลูกค้าซึ่งมีผลทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.73 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ
ในส่วนจำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริม ให้พนักงานศึกษาต่อ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.92	0.27	1.35	0.269
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.78	0.42		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
2. กิจกรรมการให้บริจาคเงินและ สิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการ บริจาคน้ำท่วม	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	4.71*	0.014
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.50	0.75		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
3. การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของ ในการสร้างสาธารณประโยชน์ ต่างๆ	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	4.55*	0.016
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.57	0.64		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		

ตารางที่ 4.73 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
4. การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปลา	เพิ่มขึ้นมาก	25	5.00	0.00	3.80*	0.030
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.71	0.46		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
5. การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ใช้ในสปลา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	3.13	0.054
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
6. กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปลา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	3.13	0.054
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	4.60	0.89		
7. กิจกรรมการจัดให้ผ่านการประเมินมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	1.73	0.189
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.73 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปลา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจพบว่าในส่วนของการรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.78 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า การรับนักศึกษาฝึกงานส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อผลประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วมมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.50 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่ากิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วมมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.014 ซึ่งมีผลต่อจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมากและเพิ่มขึ้นบ้าง แนวโน้มการจัดกิจกรรมการให้บริจาคเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการบริจาคน้ำท่วม นั้นทางสปลาได้ทำการร่วมช่วยเหลือในรูปแบบเงินหรือของบริจาคกับทางสื่อต่างๆ ทำให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นการการออกสื่อและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.57 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.016 ซึ่งมีผลต่อจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มขึ้นบ้าง แนวโน้มการจัดกิจกรรมการร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ นั้นทางสปปบางแห่งได้รับเป็นเจ้าภาพในการจัดหาเงินเพื่อร่วมบริจาค จึงทำให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ทางสปปบางสปปได้เป็นเจ้าภาพในการจัดหาเงินเพื่อร่วมบริจาค จึงทำให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น มีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้ลูกค้านั้นรู้จักมากขึ้น และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปป มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปป มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.030 ซึ่งมีผลต่อจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มขึ้นบ้าง แนวโน้มการจัดกิจกรรมการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งผู้รับบริจาคได้ที่สปปนั้นครั้งผู้บริจาคต่างๆ นั้นเป็นมูลนิธิใหญ่ มีการออกสื่อเรื่องการรับบริจาคให้ผู้ใจบุญมากบริจาคได้ที่สปปที่อนุญาตตั้งผู้ก็เป็นการประชาสัมพันธ์สปปให้เป็นที่รู้จักไปด้วย จึงทำให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น มีภาพลักษณ์ที่ดี และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ไว้ในสปป มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 พบว่า การนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาประยุกต์ไว้ในสปป ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปป มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 พบว่า กิจกรรมการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปปไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของ
แนวโน้มนโยบายกิจกรรมเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมกับจำนวนลูกค้าพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น กิจกรรมการให้บริการเงินและสิ่งของต่างๆ ให้กับสังคมเช่นการ
บริจาคน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของในการสร้างสาธารณประโยชน์ต่างๆ และการอนุญาต
ให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ที่สพฯซึ่งมีผลทำให้จำนวน
ลูกค้าเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.74 การเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
แนวโน้มนโยบายกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของธุรกิจ ในส่วน
จำนวนลูกค้า

หัวข้อประเมิน	จำนวนลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้ บริการสปา	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	0.81	0.450
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	4.92	0.26		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
2. การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อ สร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปา และชุมชน	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	1.73	0.189
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		
3. การควบคุมและการป้องกันการ กระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของ กิจการสปาเพื่อสุขภาพ	เพิ่มขึ้นมาก	25	4.96	0.20	1.73	0.189
	เพิ่มขึ้นบ้าง	14	5.00	0.00		
	เท่าเดิม	5	4.80	0.44		

* = ≤ 0.05 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ

** = ≤ 0.01 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมาก

*** = ≤ 0.001 หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด

จากตารางแจกแจงข้อมูล ตารางที่ 4.74 แสดงการเปรียบเทียบระดับความรับผิดชอบต่อ
สังคมของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ด้านกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมกับระดับความสำเร็จของ
ธุรกิจพบว่าในส่วนของจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปา มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้า
เพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 4.92 และเท่าเดิม
จำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การจัดการน้ำเสียที่เกิดจากใช้บริการสปาไม่เพียงพอ
ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงามกับสปลาและชุมชนมีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่สวยงาม กับสปลาและชุมชนไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปลาเพื่อสุขภาพ มีผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 25 คน มีค่าเฉลี่ย 4.96 เพิ่มขึ้นบ้าง จำนวน 14 คน มีค่าเฉลี่ย 5.00 และเท่าเดิมจำนวน 5 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 พบว่า การควบคุมและการป้องกันการกระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานของกิจการสปลาเพื่อสุขภาพ ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างต่อจำนวนลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุป ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อจำนวนลูกค้า

จากผลข้างต้นสามารถนำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานในหัวข้อต่อไป

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นทำให้สามารถสรุปการทดสอบสมมติฐานของระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปลาที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดังนี้

1. การที่มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน จะมีผลกำไร/ขาดทุนของการดำเนินธุรกิจสปลาในระดับที่แตกต่างกัน

ยอมรับสมมติฐานนี้ได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจาก พบเพียงข้อเดียวเท่านั้นที่ส่งผลต่อผลกำไรนั่นก็คือ นโยบายลูกค้า โดยเฉพาะนโยบายการให้ค่านายหน้า แก่ลูกค้าของบริษัทยักษ์อย่างเหมาะสมยุติธรรม

2. การที่มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน จะมียอดขายของการดำเนินธุรกิจสปลาในระดับที่แตกต่างกัน

ยอมรับสมมติฐานนี้ได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากพบว่า ในด้านยอดขายจากทั้ง 3 ส่วน อันได้แก่ ส่วนของนโยบาย ส่วนของกิจกรรม และส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรม

พบว่าในส่วนของนโยบายจะมีนโยบายเกี่ยวกับคู่ค้าโดยเฉพาะนโยบายการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์อย่างเหมาะสมยุติธรรม เท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับยอดขาย

ในส่วนของกิจกรรม จะพบว่า เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้าโดยเฉพาะกิจกรรมการให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์ของบริษัททัวร์อย่างเหมาะสมยุติธรรม และกิจกรรมการช่วยเหลือสังคมโดยเน้นหนักไปที่กิจกรรมรับนักศึกษาฝึกงานและการส่งเสริมให้พนักงานศึกษาต่อ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในระดับท้องถิ่นในการทำผลิตภัณฑ์สปา ที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับยอดขาย

ในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรม พบว่า เป็นแนวโน้มกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ โดยเฉพาะกิจกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ และแนวโน้มการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมโดยเน้นหนักไปที่นโยบายการอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ในสปาที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับยอดขาย

3. การที่มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน จะมีจำนวนลูกค้าของการดำเนินธุรกิจสปาในระดับที่แตกต่างกัน

ยอมรับสมมติฐานได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากพบว่าในด้านจำนวนลูกค้าจากทั้ง 3 ส่วน อันได้แก่ ส่วนของนโยบาย ส่วนของกิจกรรม และส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรม พบว่าในส่วนของนโยบายจะมีนโยบายการช่วยเหลือสังคมโดยเฉพาะนโยบายการสนับสนุนให้การศึกษา นโยบายการส่งเสริมอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และนโยบายการประเมินให้ผ่านมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับจำนวนลูกค้า ส่วนของกิจกรรม พบว่า ไม่มีกิจกรรมใดที่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับจำนวนลูกค้า

ในส่วนของแนวโน้มการจัดกิจกรรม พบว่า แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับพนักงาน โดยเฉพาะแนวโน้มกิจกรรมการดูแลพนักงานเสมือนคนในครอบครัว แนวโน้มการสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับคู่ค้า โดยเฉพาะการให้ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ค้าในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในสปา และแนวโน้มการเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคมหรือชมรมที่เป็นคู่ค้ากัน แนวโน้มกิจกรรมเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ โดยเฉพาะกิจกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ การให้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่เน้นการตัดราคาแข่งขันกับคู่แข่งชั้น แนวโน้มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับลูกค้าจะเน้นไปด้านการเสนอเอกสารหรือคู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปาการใช้บริการ และการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า แนวโน้มการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมโดยเน้นหนักไปที่การอนุญาตให้มูลนิธิหรือสมาคมต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคมสามารถตั้งตู้รับบริจาคได้ในสปาที่จะมีนัยสำคัญทางสถิติกับจำนวนลูกค้า

4. การมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในธุรกิจ
สถาในระดับที่แตกต่างกัน

ยอมรับสมมติฐานได้เพียงบางส่วน เนื่องจากพบว่า

นโยบาย	กับ	ผลประโยชน์	1 นโยบาย
นโยบาย	กับ	ยอดขาย	1 นโยบาย
นโยบาย	กับ	จำนวนลูกค้า	3 นโยบาย
กิจกรรม	กับ	ผลประโยชน์	ไม่มีกิจกรรมใดเลย
กิจกรรม	กับ	ยอดขาย	3 กิจกรรม
กิจกรรม	กับ	จำนวนลูกค้า	ไม่มีกิจกรรมใดเลย
แนวโน้มกิจกรรม	กับ	ผลประโยชน์	ไม่มีแนวโน้มใดเลย
แนวโน้มกิจกรรม	กับ	ยอดขาย	2 แนวโน้ม
แนวโน้มกิจกรรม	กับ	จำนวนลูกค้า	9 แนวโน้ม

รวม 19 รายการ

จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมดที่ได้แสดงไว้ในบทนี้ นำไปสู่การสรุปและอภิปรายผล
ในบทต่อไป