

ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน : กรณีศึกษาโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทย

ดร.วิชนีพร เศรษฐสุสัโก

รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรรมการในคณะกรรมการวิชาชีพด้านบัญชีบริหารและด้านการวางระบบบัญชี

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 6 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 20 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 5 พฤษภาคม 2563

สิริพงศ์ กันธิยะ

ที่ปรึกษาอาวุโส บริษัท ดีลรอยท์ ทัชโฮมทูลู ไฮเยค ที่ปรึกษา จำกัด

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โดยใช้โรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทย เป็นกรณีศึกษา ด้วยการใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักและสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ผู้มีส่วนได้เสียหลัก ประกอบด้วย โรงแรม ชุมชนท้องถิ่น และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เป็นผลบวกมีค่าเท่ากับ 3.71 หมายความว่า เงินลงทุน 1 บาทที่จ่ายลงทุน ได้ทำประโยชน์ให้เกิดกับสังคมได้เท่ากับ 3.71 บาท

คำสำคัญ: ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน ประเทศไทย

Social Return on Investment: A Case of Green Hotel in Thailand

Dr. Watchaneeporn Setthasakko

Associate Professor of Department of Accounting,

Thammasat Business School, Thammasat University.

Committee of the Accounting Profession in Management Accounting and

Accounting System, Federation of Accounting Professions.

Received: March 6, 2020

Revised: April 20, 2020

Accepted: May 5, 2020

Siriphong Kanthiya

Tax Advisor, Deloitte Touche Tohmatsu Jaiyos Advisory Ltd.

ABSTRACT

The main purpose of this research was to measure social return on investment, using a green hotel in Thailand as a case study. The study employed semi-structured interviews with key stakeholders and non-participant observation. Key stakeholders included a green hotel, local communities and local administration organization. The finding demonstrated a positive rate of social return on investment at a ratio 3.71. It means that every 1 Baht of investment cost is able to generate 3.71 Baht in social return.

Keywords: Social Return on Investment, Green Hotel, Sustainable Development, Thailand

1. บทนำ

การดำเนินงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคตนั้นกิจการจำเป็นต้องสร้างผลกำไรควบคู่กับการรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน การแสดงผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถวัดค่าออกเป็นตัวเลขทางการเงินอย่างชัดเจนเป็นสิ่งจำเป็นเพราะจะทำให้ทั้งกิจการ ผู้มีส่วนได้เสียและสาธารณชน ได้รับทราบผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ที่เกิดกับสังคมจากการจ่ายลงทุนที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการเขียนรายงานเชิงพรรณนา โดยไม่มีตัวเลขทางการเงินมายืนยัน ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งแสดงเป็นตัวเลขทางการเงินนี้คือ “ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน หรือ Social Return on Investment: SROI”

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนกับธุรกิจโรงแรมและที่พักอาศัย

การบริหารธุรกิจที่มุ่งเน้นแต่การบรรลุเป้าหมายการเติบโตทางเศรษฐกิจหรือการเพิ่มกำไรเพียงอย่างเดียว ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบในระยะยาวต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม นำไปสู่การเกิดความไม่สมดุลของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมหรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ทำให้ไม่เกิดความยั่งยืนตามกรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่ประกอบด้วยความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนทางสังคม การลดลงอย่างรวดเร็วของทรัพยากรธรรมชาติ การเกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศทำให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อคุณภาพชีวิตหรือสุขภาพของคนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนหรือสังคมอย่างต่อเนื่องเป็นเวลายาวนาน การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบนั้นจะต้องเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ เข้ากับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนทางสังคมตามแผนปฏิบัติการ 21 ซึ่งเป็นแผนแม่บทเริ่มต้นสำหรับการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนในระดับโลกที่ระบุว่า การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนต้องเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตเกิดปัญหาต่อการตอบสนองความต้องการของตนเองและจากแผนปฏิบัติการ 21 ดังกล่าวได้พัฒนาเรื่อยมาจนเกิดเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2558 – เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2573 (United Nations, 2019) กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนดังกล่าวได้นำมาเป็นต้นแบบในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนา เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุกประเภททั้งระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลก ปัจจัยผลักดันให้ภาคธุรกิจนำกรอบแนวคิดของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนไปใช้จนประสบผลสำเร็จมีหลายประการ เช่น กฎหมายและได้รับการยอมรับให้เป็นพลเมืองที่ดีของสังคม (Suchman, 1995) เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เพิ่มความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของแบรนด์หรือตราสินค้าและบริการ เพิ่มความพึงพอใจให้พนักงานและเพิ่มอัตราการรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กร (Lee et al., 2013; Park and Levy, 2014) เพิ่มชื่อเสียงของกิจการ และความจงรักภักดีของลูกค้า (Martinez et al., 2014) และเพิ่มผลผลิต ซึ่งนำไปสู่การทำให้ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น (Abaeian et al., 2014)

ปัจจุบันการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและที่พักอาศัยได้ดำเนินการไปในทิศทางที่เพิ่มความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น โดยนำเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อคงความหลากหลายทางธรรมชาติ ไม่ทำให้เกิดกิจกรรมที่มีโอกาสทำลายสิ่งแวดล้อมรวม การเพิ่มคุณภาพอากาศภายในตัวอาคาร การนำขยะทุกประเภท เช่น ขวดน้ำ แก้ว กระดาษ พลาสติกและน้ำมันกลับมาใช้ซ้ำไปจนถึงความพยายามในการยกระดับคุณภาพ

ชีวิตของผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมหรือชุมชนเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน งานวิจัยในอดีตพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ามาประยุกต์ใช้สำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักอาศัย ซึ่งอยู่ในบริบทของกรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน คือ (1) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การประหยัดต้นทุนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวที่เกิดจากกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องของการใช้วัสดุ วัตถุดิบ น้ำ และพลังงาน โดยผ่านกระบวนการการใช้ซ้ำและใช้ให้น้อยลง (Graci & Dodds, 2008; Caroll & Shabana, 2010; Geerts, 2014; Wan et al., 2017; Fernández-Robin et al., 2019; Abaeian et al., 2019) (2) เพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม ภาพลักษณ์และดำเนินงานตามกฎหมาย (Fernández-Robin et al., 2019) (3) เพิ่มการรับรู้ ระดับความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของลูกค้า (Martínez et al., 2014) และ (4) เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มโรงแรมแบบเครือข่าย (Prud'homme & Raymond, 2016) อย่างไรก็ตามการนำกรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเข้ามาใช้ในการบริหารธุรกิจโรงแรมในบางประเทศ เช่น ที่เขตบริหารพิเศษมาเก๊าแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ยังมีอุปสรรคหลักคือ (1) ขาดกฎหมายและการบังคับใช้ (2) มีความยากที่จะให้เกิดความสมดุลระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อมกับประสบการณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้า VIP ที่ไม่มีประสบการณ์เรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มลูกค้าที่มีความคาดหวังว่า จะได้รับการบริการระดับเลิศจากโรงแรมและกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักการพนัน ซึ่งมีบุคลิกไม่ยอมใครง่าย ๆ แต่ใส่ใจในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพียงเล็กน้อย (3) ต้นทุนที่ใช้ในการริเริ่มของกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมมีจำนวนสูงกว่าผลประโยชน์ทางการเงินที่ผู้ถือหุ้นคาดว่าจะได้รับ (4) ขาดพนักงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและ (5) ขาดความรู้เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม (Wan, et al., 2017) ในสหรัฐอเมริกาพบว่า (1) การขาดความรู้ของเจ้าของ และ (2) ต้นทุน เป็นอุปสรรคหลักในการทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมของโรงแรมและที่พักขนาดเล็ก (Midgett et al., 2019) สำหรับสหพันธรัฐมาเลเซียได้พบว่า (1) ความยากในการทำให้เกิดสมดุลของคุณภาพการให้บริการกับปฏิบัติการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (2) การขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและ (3) การขาดอุปกรณ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นอุปสรรคที่มีนัยสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงแรมรักรักรสิ่งแวดล้อม (Yusof & Jamaludin, 2014)

2.2 ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)

ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เป็นเครื่องมือใช้วิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดจากการจ่ายลงทุนในกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม โดยวัดผลกระทบและผลลัพธ์ของกิจกรรมทางสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจออกมาเป็นตัวเลขทางการเงิน (Nicholls et al., 2009; SROI Network, 2012; WHO, 2017) ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 the Roberts Enterprise Development Fund (REDF) ได้จัดทำกรอบและแนวทางในการคำนวณค่าของ SROI ขึ้นมาครั้งแรก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดประสิทธิภาพของโครงการที่ REDF ให้การสนับสนุนทางการเงิน หลังจากนั้นองค์กรอื่นได้นำกรอบแนวคิดและวิธีการคำนวณ SROI มาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อวัดความคุ้มค่าออกมาเป็นตัวเลขทางการเงินทั้งในกิจการที่แสวงหากำไร กิจการเพื่อสังคมและองค์กรการกุศล (WHO, 2017) ตัวเลขที่เป็นผลของ SROI แสดงให้เห็นว่า เงินลงทุนที่จ่ายลงทุนได้สร้างมูลค่าทางสังคมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มซึ่งอยู่ร่วมกันในสังคมหรือชุมชนเดียวกันเป็นจำนวนเท่าใด (WHO, 2017)

การนำ SROI ไปใช้วัดและประเมินประสิทธิภาพของโครงการลงทุนเพื่อสังคมนั้น จะต้องเข้าใจหลักการที่สำคัญของการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจำนวน 7 ข้อที่ประกอบด้วย (1) กำหนดขอบเขตและระบุผู้มีส่วนได้เสียว่า คือใคร มีบทบาทและมีผลกระทบอย่างไร (2) เข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง โดยสรุปความเชื่อมโยงจากกิจกรรมนำไปสู่ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ (3) ใส่มูลค่าที่เป็นตัวเลขทางการเงิน หรือสร้างตัวแทนทางการเงิน เพื่อให้ผลลัพธ์ทางสังคมสามารถวัดค่าเป็นตัวเลขทางการเงินได้ (4) เลือกเฉพาะรายการที่เป็นสาระสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อผู้มีส่วนได้เสียเห็นภาพที่ชัดและสามารถสรุปถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง (5) หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริงในตัวเลขผลกระทบหรือผลลัพธ์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากในบางครั้งจะต้องใช้วิธีประมาณ (6) มีความโปร่งใสทุกขั้นตอน โดยเมื่อผลการประเมินเสร็จสิ้นจะต้องสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ (7) พร้อมรับการตรวจสอบจากผู้บริการให้ความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกองค์กร (SROI Network, 2012) จากหลักการทั้ง 7 ข้อที่กล่าวมาจะเห็นว่า ผู้มีส่วนได้เสียมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการให้ข้อมูลเพื่อนำมาคำนวณหา SROI

วิธีการคำนวณหาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน แบ่งเป็น 2 วิธีคือ วิธีที่ 1 ใช้ข้อมูลในอดีตมาคำนวณ และวิธีที่ 2 ใช้ข้อมูลจากการพยากรณ์มูลค่าในอนาคต โดยตั้งสมมติฐานว่า กิจกรรมหรือหน่วยงานได้มีการดำเนินกิจกรรมตามแผนงานเรียบร้อยแล้ว (SROI Network, 2012) ตัวเลขผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนทำให้ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ให้การสนับสนุนเงินจ่ายลงทุนทราบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหรือคาดว่าจะเกิดขึ้นกับสังคมจากการจ่ายลงทุนบาทของหน่วยงานหรือกิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Sony & Ferguson, 2017) ถึงแม้ว่า กิจกรรมจะทำกิจกรรมไปมากมาย แต่หากว่า ผลของการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวไม่สามารถวัดมูลค่าออกมาเป็นตัวเงินได้อย่างชัดเจนทำให้เกิดช่องว่างในการสื่อสารที่เป็นรูปธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียและผู้ให้การสนับสนุนเงินจ่ายลงทุน นอกจากนี้ กิจการยังนำผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนไปใช้เป็นเครื่องมือทบทวนประสิทธิภาพ เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคตต่อไป การวัดค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนนี้มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ ดังเช่น ต้องใช้เวลาและทักษะหลายด้านรวมทั้งทักษะด้านการใช้ Microsoft's Excel Software และการบัญชีขั้นพื้นฐานในการจัดทำและประเมินผล (SROI Network, 2012) นอกจากนี้การสร้างตัวแทนทางการเงิน การกำหนดค่าอัตราผลตอบแทนที่ลดลง การกำหนดค่าของทุนและผลลัพธ์ต้องอาศัยการสร้างสมมติฐาน ซึ่งต้องอาศัยความระมัดระวังค่อนข้างมาก (Emerson et al., 2000)

จากงานวิจัยในอดีตพบว่า SROI เป็นเครื่องมือที่นำไปใช้สำหรับการประเมินการลงทุนทางสังคมอย่างกว้างขวางระดับนานาชาติของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรทั้งด้านสาธารณสุข สุขภาพ การศึกษา วิทยาศาสตร์และการคมนาคม ดังเช่น ในสหราชอาณาจักร (Rotheroe & Richards, 2007; Millar & Kelly, 2013; Arvidson et al., 2014; Watson et al., 2016) ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์และสหรัฐอเมริกา (Moody et al., 2015) ประเทศเยอรมัน (Kuckshinrichs et al., 2010) ประเทศกำลังพัฒนา จำนวน 7 ประเทศและประเทศที่มีรายได้สูงจำนวน 33 ประเทศ (Banke Thomas et al., 2015) ประเทศอิตาลี (Bellucci et al., 2019) และประเทศไทย (Jirattanasopha et al., 2018; Kongmanee et al., 2018; Tanaree et al., 2019) ซึ่งสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรีได้สนับสนุนเงินทุนการทำวิจัย โดยใช้ SROI มาวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เป็นต้น การยอมรับ SROI ในระดับนานาชาติและระดับชาติดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยความมั่นใจในการนำหลักการทั้ง 7 ข้อและขั้นตอนของการคำนวณหา SROI ตามที่ปรากฏในคู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SROI, 2012)

ตั้งที่งานวิจัยในอดีตระดับนานาชาติและระดับชาติได้เข้ามาเป็นกรอบของการหาตัวเลขผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของงานวิจัยครั้งนี้

เนื่องจากในอดีตยังไม่พบงานวิจัยที่การวัดค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของธุรกิจโรงแรมและที่พักอาศัยของประเทศไทย งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะวัดค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโรงแรมที่มีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม จนเป็นที่รู้จักกันในหมู่นักท่องเที่ยวและสังคมชุมชนหรือที่เรียกกันว่า โรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการใช้วิธีวิจัยที่นิยมกันในระดับนานาชาติและระดับชาติดังกล่าวมาข้างต้น ภายใต้หลักการที่สำคัญของการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจำนวน 7 ข้อ

3. วิธีการวิจัย

3.1 ขอบเขตการวิจัย

โรงแรมที่ใช้เป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครปฐม เป็นโรงแรมที่มีภาพลักษณ์แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้บริหารได้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นถึงความพอเพียงและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาโดยตลอด ทำให้เกิดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ส่งผลให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนให้แก่โรงแรม โดยจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อใช้เองในโรงแรมอีกทั้งยังกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น งานวิจัยนี้ได้เริ่มต้นจากการติดต่อขอข้อมูล โดยแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูลและการเผยแพร่ผลการวิจัยไปยังผู้บริหารระดับสูง ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ในการนี้ได้รับการอนุเคราะห์อย่างดี โดยเก็บข้อมูลครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ตั้งแต่เวลา 10.00–15.30 น. หลังจากนั้นได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติมผ่านการโทรศัพท์อีก 3 ครั้ง ครั้งละประมาณ 15 นาที

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการใช้วิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้างกับผู้บริหารของโรงแรม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 4 คน ประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการแผนกสวน และผู้จัดการแผนกห้องครัว นอกจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แล้วผู้วิจัยยังเข้าไปสังเกตการณ์การปฏิบัติงานของโรงแรม เพื่อใช้ยืนยันข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้รับมาก่อนหน้า โดยผู้บริหารทั้ง 4 ท่านเป็นผู้ให้ความอนุเคราะห์พาเยี่ยมชมสถานที่โดยรอบ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมสังเกตการณ์ปฏิบัติงานพบว่า ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบจากการบริหารงานภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและชุมชน ประกอบด้วย โรงแรม ชุมชนท้องถิ่น และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลจากงานวิจัย บทความ เอกสารทางวิชาการ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิจัยครั้งนี้

3.3 สมมติฐานของมูลค่าเงินลงทุนและผลประโยชน์ส่วนเพิ่ม

การทำวิจัยครั้งนี้ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลตัวเลขจากผู้มีส่วนได้เสียหลักคือ โรงแรมที่มีบทบาทเป็นทั้งผู้จ่ายลงทุนเพื่อสังคม และผู้ที่ได้รับผลกระทบหลักจากการจ่ายลงทุน เนื่องจากตัวเลขการจ่ายลงทุน ผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นตัวเลขที่เป็นส่วนหนึ่งของผลการดำเนินงานของโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจเอกชนและเป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจว่า ข้อมูลภายในดังกล่าวอยู่ระดับที่เป็นความลับของกิจการ บุคคลภายนอกไม่สามารถเข้าถึงหรือตรวจสอบตัวเลขได้ ข้อมูลที่เปิดเผยมุ่งสู่สาธารณะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งต่างจากการทำวิจัยประเภทอื่นที่ผู้วิจัยสามารถตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลขจากข้อมูลเชิงสถิติที่เปิดเผยมให้สาธารณชนทราบ ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่สามารถตรวจสอบยืนยันความถูกต้องแม่นยำได้ในระดับ 100% ของข้อมูลภายในของกิจการได้ ซึ่งอาจถือได้ว่า เป็นข้อจำกัดหนึ่งของการทำวิจัยเชิงคุณภาพที่เก็บตัวเลขจากกิจการที่เป็นธุรกิจเอกชน อย่างไรก็ตามด้วยความกรุณาและอนุเคราะห์อย่างสูงของผู้บริหารโรงแรมที่เป็นเจ้าของกิจการทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่สำคัญและมีประโยชน์มาทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ และเพื่อให้ได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ผู้วิจัยจึงได้อธิบายขั้นตอนและความหมายของศัพท์ทางการเงินที่จะนำมาแปลงค่า เพื่อใช้คำนวณตัวเลขผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เช่น ความหมายของคำว่า Deadweight, Attribution และ Cost of Capital ที่จะนำมาใช้เป็นอัตราคิดลดของโครงการลงทุนให้กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่ประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการแผนกสวน และผู้จัดการแผนกห้องครัว เพื่อให้ท่านนำไปคำนวณตัวเลขที่เกี่ยวข้องอันนำมาสู่ตัวเลขทางการเงินที่แสดงในตารางที่ 4.4.1 และ 4.4.2 รวมทั้งได้สัมภาษณ์แหล่งที่มาของตัวเลขที่เกิดจากการลงทุนและผลกระทบจากการลงทุน เพื่อสังคมนั่งปรากฏตั้งแต่ข้อ 3.3.1 จนถึงข้อ 3.3.9

โดยสรุปแล้วข้อมูลตัวเลขที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 ท่านเกิดจากสมมติฐานการคำนวณตัวเลขตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2559 ดังต่อไปนี้

3.3.1 รายได้จากกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม

ลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคมหมายถึงลูกค้าที่ชื่นชอบเดินทางไปพักตามโรงแรมที่มีภาพลักษณ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ข้อมูลที่ได้รับในข้อ 3.2 พบว่า ลูกค้ากลุ่มนี้สร้างรายได้แก่โรงแรมที่ใช้เป็นกรณีศึกษาคิดเป็นร้อยละ 15 ของรายได้ทั้งหมดและจากข้อมูลเฉลี่ยย้อนหลังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2559 พบว่า ต้นทุนการให้บริการคิดเป็นร้อยละ 34 ของรายได้

3.3.2 การผลิตปุ๋ยหมักจากเศษใบไม้และมูลสัตว์

การทำปุ๋ยแต่ละครั้งจะต้องใช้เวลาในการหมักทั้งหมด 3 เดือน ส่วนผสมประกอบด้วยเศษใบไม้ มูลสัตว์ เศษอาหาร และกากน้ำตาล ต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยกิโลกรัมละ 10 บาท สำหรับชั่วโมงที่พนักงานใช้ในการทำปุ๋ยหมักเฉลี่ยปีละ 312 ชั่วโมง ค่าจ้างต่อชั่วโมงในปี พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2556 จ่ายชั่วโมงละ 20 บาท สำหรับช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2559 จ่ายชั่วโมงละ 21 บาท

3.3.3 ผลิตปุ๋ยมูลไส้เดือนจากเศษอาหาร

ปุ๋ยมูลไส้เดือนที่ผลิตเพื่อวางจำหน่ายในร้านและตลาดของโรงแรมขายกิโลกรัมละ 35 บาท ในการเลี้ยงไส้เดือนสายพันธุ์อัฟริกา ซึ่งใช้มูลสัตว์ ปุ๋ยใบไม้หมัก เศษผักและเศษผลไม้เป็นอาหารนั้น ได้เลี้ยงในกะละมังที่วางไว้ในโรงเรือนขนาดเล็ก มีพนักงาน 1 คนทำหน้าที่รดน้ำให้ดินชุ่มชื้นอย่างน้อยวันละครั้งและเก็บผลผลิตที่ได้จากมูลไส้เดือน โดยวิธี

ร้อนในตะแกรงที่มีความกว้างของช่องไม่เกิน 5 มิลลิเมตร คิดชั่วโมงการทำงานของพนักงานปีละ 365 ชั่วโมง ค่าจ้างในปี พ.ศ. 2555 และปี พ.ศ. 2556 จ่ายเฉลี่ยชั่วโมงละ 20 บาท สำหรับช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2559 จ่ายเฉลี่ยชั่วโมงละ 21 บาท

3.3.4 ผลิตน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์

ส่วนประกอบหลักของการผลิตน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์นั้นคือเปลือกมะนาว และเปลือกมะกรูด ซึ่งเป็นเศษวัตถุดิบเหลือจากการประกอบอาหาร สำหรับส่วนผสมอื่นที่ใช้ในการผลิตน้ำยาล้างจานจำนวน 20 ลิตร มีต้นทุน 380 บาท ส่วนน้ำยาอเนกประสงค์จำนวน 10 ลิตร มีต้นทุนส่วนผสมอื่น 240 บาท โดยเฉลี่ยแล้วผลิตน้ำยาล้างจานได้ประมาณเดือนละ 500 ลิตรและน้ำยาอเนกประสงค์ผลิตได้เดือนละประมาณ 50 ลิตร พนักงานจำนวน 5 คนช่วยกันทำน้ำยาทั้งสองชนิดเดือนละครั้ง จำนวนชั่วโมงที่ใช้เฉลี่ย 36 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ค่าจ้างในปี พ.ศ. 2555 และปี พ.ศ. 2556 จ่ายเฉลี่ยชั่วโมงละ 20 บาท สำหรับช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2559 จ่ายเฉลี่ยชั่วโมงละ 21 บาท

3.3.5 ปลุกผักสวนครัวสำหรับประกอบอาหาร

โรงแรมได้ปลุกพืชผักเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารให้ลูกค้า สัตว์สวนพืชผักสวนครัวที่ปลูกเองนี้คิดเป็นร้อยละ 10 ของปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ในการปลูกผักดังกล่าวใช้พนักงานจำนวน 10 คนใช้เวลาทำงานเฉลี่ย 1,095 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ค่าจ้างในปี พ.ศ. 2555 และปี พ.ศ. 2556 จ่ายเฉลี่ยชั่วโมงละ 20 บาท สำหรับช่วงปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2559 จ่ายเฉลี่ยชั่วโมงละ 21 บาท สำหรับต้นทุนค่าเมล็ดพันธุ์และค่าใช้จ่ายอื่นคิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าผลผลิตที่ปลูก

3.3.6 ผลิตน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันที่ใช้แล้วจากการประกอบอาหาร

ทางโรงแรมนำน้ำมันที่เหลือใช้จากการประกอบอาหารมาแปรรูปเป็นน้ำมันไบโอดีเซล เพื่อนำไปใช้กับรถรางที่ให้บริการภายในโรงแรม โดยที่ปริมาณน้ำมันที่ใช้แล้วจากการประกอบอาหารจำนวน 100 ลิตรจะแปรรูปเป็นน้ำมันไบโอดีเซลจำนวน 75 ลิตร กิจกรรมนี้ทำให้โรงแรมประหยัดต้นทุนจากการนำของเสียมาแปรรูปใช้งานใหม่อีกครั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพผลประโยชน์ส่วนเพิ่มเห็นเป็นตัวเลขทางการเงินได้อย่างชัดเจนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา

3.3.7 จ้างงานประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง

ในการจ้างงานของทางโรงแรมนั้น กิจกรรมการจ้างงานนี้เกิดผลประโยชน์ส่วนเพิ่มให้สังคมในแง่ของการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงทำให้เกิดผลประโยชน์ส่วนเพิ่มแก่ชุมชนปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา

3.3.8 รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกร

โรงแรมมีโครงการที่จะส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรให้ทำการเกษตรแบบอินทรีย์ และรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรมาใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารของโรงแรม โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ปริมาณการรับซื้อได้เพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ในอัตรา เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.2 ต่อปี จากเครือข่ายของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด 12กลุ่มทำให้โรงแรมสามารถเพิ่มรายได้ให้กลุ่มเกษตรกรต่อเนื่องตลอดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา แต่ในขณะเดียวกันโรงแรมเกิดค่าใช้จ่ายประสานงานและค่าเดินทางสำรวจแปลงการเกษตรแบบอินทรีย์ปีละประมาณ 1,200,000 บาท

3.3.9 จัดการขยะและเศษอาหาร

โรงแรมได้แยกขยะและเศษอาหารนำมาแปรรูปเป็นปุ๋ย และผลิตภัณฑ์อื่นทำให้ลดปริมาณการส่งขยะและเศษอาหารที่ส่งไปให้องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเพื่อทำการกำจัด ซึ่งมีองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต้องจ่ายตันละ 500 บาท

3.4 การหามูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ส่วนเพิ่ม เพื่อใช้วัดค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

เนื่องจากกิจการได้ระดมทุนจากหนี้มาใช้ในการดำเนินงานเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีอยู่ร้อยละ 30 ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ประเภท MLR (Minimum Loan Rate) ณ วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2560 เท่ากับร้อยละ 6.9984 ประกาศโดยธนาคารแห่งประเทศไทย มาเป็นอัตราคิดลดในการวัดค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน

4. ผลการวิจัย

4.1 แผนที่ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก	กิจกรรม	ผลผลิต	ผลลัพธ์
โรงแรม	ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม	โรงแรมได้รับการประชาสัมพันธ์ในสื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม	จำนวนลูกค้าที่ชื่นชอบโรงแรมที่มีภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ามาพักเพิ่มขึ้น
	ผลิตปุ๋ยหมักจากเศษใบไม้ เศษอาหารและมูลสัตว์	ปุ๋ยหมัก	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมีและสามารถนำปุ๋ยหมักและปุ๋ยมูลไส้เดือนไปจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้
	ผลิตปุ๋ยมูลไส้เดือนจากเศษอาหาร	ปุ๋ยมูลไส้เดือน	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมีและสามารถสร้างรายได้จากการนำออกจำหน่าย
	ผลิตน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์	น้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์สำหรับซักล้างและทำความสะอาด	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์ และสามารถสร้างรายได้จากการนำออกจำหน่าย
	ปลูกผักสวนครัวสำหรับประกอบอาหาร	มีวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหาร (กระเพรา ผักบุ้ง ผักกาดขาว โหระพา ตะไคร้ พริกขี้หนูสวน ผักชี ต้นหอม ใบมะกรูด มะเขือเทศ เป็นต้น)	ประหยัดค่าใช้จ่ายวัตถุดิบในการทำอาหารและได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ปลอดภัยจากสารเคมี
	ผลิตน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันที่เหลือจากการประกอบอาหาร	น้ำมันไบโอดีเซล	ลดต้นทุนพลังงาน และเป็น การนำของที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ชุมชน	จ้างงานประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง	ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น	ชุมชนสามารถเลี้ยงตัวเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
	รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกร	กลุ่มเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายผลผลิต	ลดปัญหาการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง และช่วยหาช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	แยกขยะและเศษอาหารก่อนส่งไปกำจัด	ขยะแยกเป็นประเภท และเศษอาหารถูกแยกออกไปทำปุ๋ยและน้ำหมักชีวภาพ	ประหยัดค่าใช้จ่ายการจัดการขยะ

4.2 Deadweight ของผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก	ผลลัพธ์	Deadweight	เหตุผล
โรงแรม	รายได้จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม	0%	การดำเนินงานของโรงแรมภายใต้นโยบายเอาใจใส่ต่อ สิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น
	ประหยัดค่าปุ๋ย เนื่องจากการผลิตปุ๋ยหมัก	0%	ในเรื่องของการทำปุ๋ยหมักจากเศษขยะ
	รายได้จากการขายปุ๋ยมูลไส้เดือน	0%	ปุ๋ยมูลไส้เดือน การผลิตน้ำยาล้างจานและ
	รายได้จากการขายน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์	0%	น้ำยาอเนกประสงค์ การปลูกพืชผักสวนครัวไว้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหาร
	ประหยัดค่าน้ำยาล้างจาน	0%	และการทำงานน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันเก่า
	ประหยัดค่าน้ำยาอเนกประสงค์	0%	เป็นกิจกรรมที่แสดงให้เห็นลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียเห็นได้อย่างชัดเจนว่า
	ประหยัดต้นทุนวัตถุดิบทำอาหาร เนื่องจากการปลูกผักสวนครัว	0%	โรงแรมได้ดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างจริงจัง
	ประหยัดค่าพลังงาน เนื่องจากการใช้ไบโอดีเซล	0%	
ชุมชนและสิ่งแวดล้อม	ประชาชนมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น	40%	จากการสัมภาษณ์ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
	กระจายรายได้สู่กลุ่มเกษตรกร	0%	ของโรงแรมทำให้ทราบว่า Deadweight เป็นตัวเลขร้อยละ 40 เพราะในรัศมี 2 กิโลเมตรโดยรอบโรงแรมนั้น มีโรงงานขนาดกลางและสวนสัตว์ขนาดกลางตั้งอยู่ ส่วนการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรและเกษตรกรรายย่อยนั้น ถือว่า เป็นกิจกรรมที่ทางโรงแรมได้เริ่มทำเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในพื้นที่นั้น และยังมีกลุ่มเกษตรกรนอกพื้นที่ทราบข่าวแล้วเข้ามาขอร่วมเครือข่ายด้วยเช่นกัน
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	ประหยัดค่าใช้จ่ายการจัดการขยะ	66%	เนื่องจากมีสถานประกอบการที่อยู่ในรัศมีที่ศึกษาอยู่ 3 ราย ซึ่งก็ได้มีการจัดการเรื่องขยะเช่นกัน

** Deadweight หมายถึง เปอร์เซ็นต์ของจำนวนผลลัพธ์ที่อย่างไรก็ตามต้องเกิดขึ้นอยู่แล้ว (SROI Network, 2012)

4.3 Attribution ของผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก	ผลลัพธ์	Attribution	เหตุผล
โรงแรม	รายได้จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม	100%	โครงการเหล่านี้ล้วนเป็นการดำเนินงานของทางโรงแรมเพียงฝ่ายเดียว ดังนั้น ทั้งผลของการประหยัดค่าใช้จ่าย และรายได้ที่เกิดขึ้นนั้นจึงเป็นของกิจกรรมโดยตรง
	ประหยัดค่าปุ๋ย เนื่องจากการผลิตปุ๋ยหมัก	100%	
	รายได้จากการขายปุ๋ยมูลไส้เดือน	100%	
	รายได้จากการขายน้ำยาล้างจานและน้ำยาล้างกระจก	100%	
	ประหยัดค่าน้ำยาล้างจาน	100%	
	ประหยัดค่าน้ำยาล้างกระจก	100%	
	ประหยัดต้นทุนวัตถุดิบทำอาหาร เนื่องจากการปลูกผักสวนครัว	100%	
	ประหยัดค่าพลังงาน เนื่องจากการใช้ไบโอดีเซล	100%	
ชุมชนและสิ่งแวดล้อม	ประชาชนมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น	60%	จากการสัมภาษณ์ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการของโรงแรมทำให้ทราบว่า หลังจากโรงแรมมีกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดการจ้างงานของคนในชุมชนก็มาทำหน้าที่เป็นคนงานในห้องครัว แลคนสวน ทำให้ตัวเลข Attribution เป็นร้อยละ 60 ส่วนการรับซื้อสินค้าทางการเกษตร โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางนั้น อัตราจะอยู่ที่ร้อยละ 100 เนื่องจากยังไม่มีสถานประกอบการใดทำ
	ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	100%	
	กระจายรายได้สู่กลุ่มเกษตรกร	100%	
องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น	ประหยัดค่าใช้จ่ายการจัดการขยะ	34%	แปรรูปขยะให้กลับมาใช้ใหม่และลดค่าใช้จ่ายการจัดการขยะลง

** Attribution หมายถึง เปอร์เซ็นต์ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลจากการทำงานกิจการหรือเปอร์เซ็นต์ของความเป็นเจ้าของผลงาน (SROI Network, 2012)

4.4 ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อม

สูตรการคำนวณหาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI Network, 2012) เป็นการนำตัวเลขมูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ส่วนเพิ่มที่เกิดจากกิจการมีส่วนสร้างอย่างแท้จริงหารด้วยตัวเลขมูลค่าปัจจุบันเงินจ่ายลงทุนของกิจการ สำหรับการคำนวณผลลัพธ์ที่เกิดจากกิจการมีส่วนสร้างอย่างแท้จริงให้นำผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ทางสังคมที่เกิดทั้งหมดมาปรับค่าด้วยผลลัพธ์ทางสังคมที่อย่างไรก็ตามต้องเกิดขึ้นอยู่แม้ไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรอื่นใดสร้างขึ้น (Deadweight) หลังจากนั้นจึงปรับค่าด้วยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลจากการทำงานของกิจการ (Attribution) ซึ่งการคำนวณหาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมได้เริ่มต้นจากการนำ Deadweight มาปรับค่ากับผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ทางสังคมที่เป็นตัวเงินตั้งต้นและนำผลลัพธ์ที่เหลือมาปรับด้วยค่าด้วย Attribution เพื่อให้ได้ผลลัพธ์สุทธิหรือผลประโยชน์ทางสังคมที่โรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมมีส่วนสร้างอย่างแท้จริง งานวิจัยนี้กำหนดให้ปี พ.ศ. 2555 เป็นปีฐานและการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิใช้อัตราคิดลดร้อยละ 6.9984

4.4.1 มูลค่าปัจจุบันของเงินจ่ายลงทุนสำหรับแต่ละกิจกรรมของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อม

(หน่วย : บาท)

กิจกรรม	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม		214,328	233,582	404,294	447,614	394,980
ผลิตปุ๋ยหมักจากเศษใบไม้เศษอาหารและมูลสัตว์		86,227	90,298	76,606	51,898	58,304
ผลิตปุ๋ยมูลไส้เดือนจากเศษอาหาร		104,982	12,915	13,112	13,288	13,534
ผลิตน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์		12,380	12,805	13,383	13,977	14,632
ปลูกผักสวนครัวสำหรับประกอบอาหาร		376,708	391,159	415,282	440,778	470,535
ผลิตน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันที่ใช้แล้วจากการประกอบอาหาร		171,142	62,052	67,359	71,904	52,543
รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกร		1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
รวมต้นทุนการดำเนินงาน	-	2,165,767	2,002,811	2,190,036	2,239,459	2,204,528
อัตราคิดลด		6.9984%				
มูลค่าปัจจุบันของเงินจ่ายลงทุน	8,841,791	2024113.144	1749385.025	1787802.042	1708575.111	1571916.122

4.4.2 มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ทางสังคม และ SROI ของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อม

(หน่วย : บาท)

กิจกรรม	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม		500,100	545,024	943,353	1,044,434	921,621
ประหยัดค่าปุ๋ย เนื่องจากการผลิตปุ๋ยหมัก		57,773	23,702	26,594	44,102	37,696
รายได้จากการขายปุ๋ยมูลไส้เดือน		71,270	92,123	64,911	39,331	38,809
รายได้จากการขายน้ำยาล้างจานและน้ำยาอเนกประสงค์		17,756	18,691	19,675	20,710	21,800
ประหยัดต้นทุนวัตถุดิบทำอาหาร เนื่องจากการปลูกผักสวนครัว		1,522,550	1,687,036	1,869,292	2,071,238	2,295,000
ประหยัดค่าพลังงาน เนื่องจากใช้น้ำมันไบโอดีเซล		(91,675)	29,865	33,108	28,452	13,489
ประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงมีรายได้เพิ่มขึ้น		27,631	24,310	25,985	27,491	28,291
กลุ่มเกษตรกรมีรายได้เพิ่มจากการขายผลผลิต		4,263,140	4,723,700	5,234,017	5,799,465	6,426,000
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะ		1,069	832	2,135	2,377	2,137
รวมผลประโยชน์ส่วนเพิ่ม		6,369,614	7,145,283	8,219,070	9,077,600	9,784,843
อัตราคิดลด	6.9984%					
มูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ทางสังคม	32,806,311					
มูลค่าเงินลงทุน	8,841,791					
SROI	3.71					

5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำการวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มาใช้เป็นเครื่องมือประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งที่เคยเป็นของเสียหรือขยะที่เกิดขึ้นพร้อมกับการให้บริการของโรงแรมควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ได้จากข้อมูลปี พ.ศ. 2555–2559 โดยใช้ปี พ.ศ. 2555 เป็นปีฐานนั้น พบว่ามีค่าเท่ากับ 3.71 หมายความว่า ในการลงทุน 1 บาท ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับผลตอบแทนกลับมารวมเป็นมูลค่าเท่ากับ 3.71 บาท ซึ่งให้เห็นว่า กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ทางโรงแรมได้ริเริ่มทำขึ้นมานั้น มีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อโรงแรม สิ่งแวดล้อมและชุมชน ของเสียและขยะชนิดต่าง ๆ สามารถนำมาแปรรูปกลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับตัวโรงแรม กลุ่มเกษตรกร ประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง นอกจากนี้ยังทำให้องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะ รูปแบบการดำเนินงานที่เอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมสามารถสร้างจุดเด่นให้แก่กิจการได้อย่างชัดเจน ช่วยให้สามารถสร้างความมั่นใจด้านการพัฒนาที่สร้างความยั่งยืนให้ทั้งลูกค้า ผู้บริหารโรงแรม ผู้ถือหุ้น กลุ่มเกษตรกร ชุมชนท้องถิ่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้เสียอื่น นอกจากนี้ยังเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ธุรกิจโรงแรมและที่พักอาศัยในการนำกรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเข้ามาใช้บริหารงานในองค์กร

5.2 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย การวิจัยในอนาคตสามารถศึกษาเพิ่มเติม โดยทำการเปรียบเทียบกับโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีขนาดใหญ่ในประเทศไทย กับโรงแรมรักษ์สิ่งแวดล้อมในต่างประเทศ

REFERENCES

- Abaeian, V., Yeoh, K.K. & Khong, K.W. (2014). *The antecedents of adopting corporate social responsibility in the Malaysian hotel sector: a conceptual model*. International Conference on Emerging Trends in Scientific Research, 2014 Pearl International Hotel, Pak Publishing Group, Kuala Lumpur, Malaysia, 440-449.
- Abaeian, V., Khong, K.W., Yeoh, K. K. & McCade, S. (2019). Motivations of undertaking CSR initiatives by independent hotels: a holistic approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2468–2487.
- Arvidson, M., Battye, F. & Salisbury, D. (2014). The social return on investment in community befriending. *International Journal of Public Sector Management*, 27(3), 225–240.
- Banke-Thomas, A. O., Madaj, B., Ameh, C., & van den Broek, N. (2015). Social Return on Investment (SROI) methodology to account for value for money of public health interventions: A systematic review. *BMC Public Health*, 15: 582. Public online 2015 June 24. doi: 10.1186/s12889-015-1935-7.
- Bellucci, M., Nitti, C., Franchi, S., Testi, E. & Bagnoli, L (2019). Accounting for social return on investment (SROI) The costs and benefits of family-centred care by the Ronald McDonald House Charities. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 46–75.
- Carroll, A.B. & Shabana, K.M. (2010). The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Review*, 12(1), 85–105.
- Emerson, J., Wachowicz, J. & Chun, S. (2000). *Social Return on Investment: Exploring Aspects of Value Creation in the Nonprofit Sector*. The Robert Foundation. www.redf.org.
- Fernández-Robin, C., Celemin-Pedroche, M.S. Santander-Astorga, P. & Alonso-Almeida, M.M. (2019). Green Practices in Hospitality: A Contingent Approach. *Sustainability*. 11, 1–24.
- Geerts, W. (2014). Environmental certification schemes: hotel managers' views and perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 87–96.
- Graci, S. & Dodds, R. (2008). Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotel industry. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 251–270.
- Jirarattanasopha, V., Witvorapong, N. & Hanvoravongchai, P. (2018). Social return on investment for community-based alcohol consumption control program during Buddhist Lent. *Journal of Health Research*, 32(6), 398–407.
- Kongmanee, C., Satsue, P. & Phitthayaphinant, P. (2018). Social Return on Investment of Scientific Research Projects in Project Package of Para-Rubber Industry Development. *Modern Management Journal*, 16(2), 43–56.

- Kuckshinrichs, W., Kronenberg, T. & Hansen, P. (2010). “The social return on investment in the energy efficiency of buildings in Germany.” *Energy Policy* 38(8), 4317–4329.
- Lee, E. M., Park, S-Y. & Lee, H. J. (2013). Employee perception of CSR activities: its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66(10), 1716–1724.
- Martinez, P., Pérez, A. & Bosque, I. R. D. (2014). CSR influence on hotel brand image and loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27(2), 267–283.
- Midgett, C., Deale, C.S. & Crawford, A. (2019). A cross-case analysis of barriers to sustainability in small enterprises in Dare County, North Carolina. *Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 144–156.
- Millar, R., & Kelly, H. (2013). Social return on investment (SROI) and performance measurement: The opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review*, 15(6), 923–941.
- Moody, M., Littlepage, L. & Paydar, N. (2015). Measuring social return on investment. *Non Profit Management and Leadership*, 26, 19–37.
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E. & Goodspeed, T. (2009). *A guide to social return on investment*. Office of the Third Sector. The Cabinet Office: London.
- Park, S-Y. & Levy, S.E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel front-line employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), 332–348.
- Prud’homme, B. & Raymond, L. (2016). Implementation of sustainable development practices in the hospitality industry: A case study of five Canadian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(3), 609–639.
- Rotheroe, N. & Richards, A. (2007). Social Return on Investment and social enterprise: Transparent accountability for sustainable development. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 31–48.
- Sony, A & Ferguson, D. (2017). “Unlocking consumers’ environmental value orientations and green lifestyle behaviors: A key for developing green offerings in Thailand.” *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 9(1), 37–53.
- SROI Network. (2012). *A guide to Social Return on Investment*. <http://socialvalueint.org/wp-content/uploads/2016/12/The-SROI-Guide-2012.pdf>
- Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Tanaree, A., Assanangkornchai, S., Isaranuwatjai, W. Thavorn, K. & Coyte, P. P. (2019). Integrated treatment program for alcohol related problems in community hospitals, Songkhla province of Thailand: A social return on investment analysis. *PLOS ONE*, 14(1), e0209210. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0209210>.

- United Nations. (2019). The Sustainable Development Goals Report 2019. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019.pdf>
- Wan, Y. K. P., Joanne, S. H. & Huamg, H. L. W. (2017). Environmental awareness, initiatives and performance in the hotel industry of Macau. *Tourism Review*, 72(1), 87–103.
- Watson, K., Evans, J., Karvonen, A. & Whitley.T. (2016). Capturing the social value of buildings: The Promise of Social Return on Investment (SROI). *Building and Environment*, 103, 289–301.
- WHO. (2017). *Social return on investment: Accounting for value in the context of implementing Health 2020 and the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Denmark: World Health Organization Regional Office for Europe.
- Yusof, Z.B. & Jamaludin, M. (2014). Barriers of Malaysian Green Hotels and Resorts. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 153(2014), 501–509.

