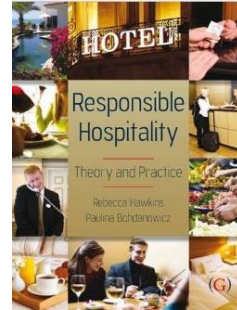




# Book Review

ดร.พิชญากร กุญชรินทร์

เรื่อง:	Responsible Hospitality – Theory and Practice
ผู้เขียน:	Hawkins, Rebacca, & Bohdanowicz, Paulina
สำนักพิมพ์:	Goodfellow Publishers Ltd
ปีที่พิมพ์:	2012
จำนวนหน้า	282



หนังสือ Responsible Hospitality – Theory and Practice หรือ อุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเขียนโดย Hawkins, Rebacca และ Bohdanowicz, Paulina จัดเป็นหนังสือเล่มแรกที่มีหน้า 10 หลักการในการบริหารจัดการผลกระทบของธุรกิจในการบริการที่จะส่งผลกระทบต่อสังคม พร้อมทั้งมีการยกตัวอย่างกรณีศึกษา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจทั้งทฤษฎีและเห็นภาพตามจากผู้เขียนต้องการจะสื่อสาร โดยผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ Dr. Rebacca Hawkins เป็นผู้อำนวยการหน่วยงานวิจัย ที่ปรึกษา และความร่วมมือทางด้านอุตสาหกรรมบริการเพื่อสังคมแห่ง มหาวิทยาลัย Oxford Brookes ประเทศอังกฤษ และ Dr. Paulina Bohdanowicz เป็น ที่ปรึกษาหน่วยงานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัย Leeds Metropolitan ประเทศอังกฤษ ซึ่งผู้เขียนทั้งสองท่านถือเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับด้าน การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

บทนำ ส่วนแรก กล่าวถึง สาเหตุที่อุตสาหกรรมบริการควรทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้มีส่วนในการปกป้องสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่นและควรเป็นผู้นำสำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพัฒนาธุรกิจเพื่อไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งองค์กรการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้กล่าวไว้ใน Agenda 21 (กำหนดการครั้งที่ 21) เมื่อ ปี ค.ศ. 1996 ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการควรที่จะ

- 1) สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้กับธุรกิจและสังคมควบคู่ไปด้วยกัน
- 2) มีการสร้างแรงจูงใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่ธุรกิจตั้งอยู่
- 3) มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ ที่จะช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 4) ใช้โอกาสในการสื่อสารกับลูกค้าและชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าบ้านเพื่อที่จะสร้างความร่วมมือในการก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 5) สร้างทางเลือกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา หรือ ประเทศที่เป็นเกาะ
- 6) เป็นผู้นำอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อไปสู่การประกอบธุรกิจที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ส่วนที่สองของบทนำ กล่าวถึง ความหมายของ Hospitality หรืออุตสาหกรรมบริการ ว่าหมายถึง ส่วนย่อยส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งอุตสาหกรรมบริการตามความหมายของหนังสือเล่มนี้ ได้แก่ โรงแรมและที่พักประเภทอื่นๆ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวหรือหมู่บ้านที่เปิดบริการนักท่องเที่ยว โรงแรมสำหรับเยาวชน ที่พักสำหรับวันหยุดหรือที่พักระยะสั้นอื่นๆ แคมป์พักแรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยว ยานพาหนะประเภทต่างๆ ที่เปิดให้บริการเป็นที่พักแรม ที่พักทุกประเภท ร้านอาหารทุกประเภท ร้านอาหารที่ให้บริการสั่งกลับบ้าน ร้านอาหารแผงลอย การบริการจัดเลี้ยง การบริการอาหารอื่นๆ ทุกประเภท ผับ บาร์ ร้านอาหารเหล้าขนาดเล็ก และสถานบันเทิงอื่นๆ

โครงสร้างของหนังสือแบ่งเป็น 5 ส่วน ส่วนแรกคือ The theory of Responsible Business เป็นการสรุปย่อๆ เกี่ยวกับ 10 หลักการในการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตั้งแต่ส่วนที่ 2-5 จะเป็นการอธิบายแต่ละหลักการและการยกตัวอย่างกรณีศึกษา ส่วนที่ 2 คือ The environment หลักการในการหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนที่ 3 คือ People and Communities การทำธุรกิจที่เคารพความคิดเห็นของของคนที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภาค ระดับประเทศและระดับโลก ส่วนที่ 4 คือ Fairness and Transparency การสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรโดยการทำธุรกิจอย่างมีความโปร่งใส และส่วนที่ 5 คือ Leadership and Future Directions บทบาทของธุรกิจในอนาคตหรือการเป็นผู้นำและการกำหนดทิศทางในการทำธุรกิจเพื่อสังคม

**ส่วนที่ 1 The Theory of Responsible Business** ผู้เขียนได้มีการวิเคราะห์และสรุป 10 หลักการในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีดังนี้

ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- 1) หลักการข้อที่ 1 หลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่
- 2) หลักการข้อที่ 2 การเตรียมการสำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่น การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของโลกร, การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, ความปลอดภัยของอาหาร และประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคมอื่นๆ ซึ่งธุรกิจจะต้องสร้างความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นและคนในท้องถิ่นในการรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันเหล่านี้
- 3) หลักการข้อที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมควรดำเนินธุรกิจอย่างไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเช่น eco resort (บ้านพักตากอากาศเชิงนิเวศ), Green Hotel (โรงแรมสีเขียว) ซึ่งธุรกิจเหล่านี้จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างจากธุรกิจบ้านพักตากอากาศหรือโรงแรมทั่วไป

การเคารพความคิดเห็นของคนในชุมชนท้องถิ่น

- 1) หลักการข้อที่ 4 มีกระบวน Stakeholders (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) ของธุรกิจ ว่าประกอบไปด้วยใครบ้างและให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของStakeholders (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) ซึ่งมีนักวิชาการบางท่านกล่าวเอาไว้ว่า สิ่งที่ยุ่งยากที่สุดสำหรับธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การเข้าใจความต้องการของStakeholders (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) และท้ายที่สุดธุรกิจจะต้องหาจุดกลางระหว่างการทำธุรกิจและความเห็นของStakeholders (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาและความขัดแย้ง
- 2) หลักการข้อที่ 5 ธุรกิจในอนาคตหรือการบริการที่ต้องการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต้องมีการขอความร่วมมือจาก Supply Chain (ห่วงโซ่อุปทาน) ได้แก่ ผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ/ ส่วนประกอบ ผู้ค้าส่ง/หรือผู้กระจายสินค้า ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคหรือลูกค้า
- 3) หลักการข้อที่ 6 ธุรกิจในอนาคตหรือการบริการที่ต้องการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมควรให้พนักงานและลูกค้ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติที่ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม, เศรษฐกิจและ สังคม ซึ่งในปัจจุบันมีผู้บริโภคหรือลูกค้าบางกลุ่มที่ต้องการใช้บริการธุรกิจที่มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม
- 4) หลักการข้อที่ 7 มีส่วนก่อให้เกิดนโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม

การดำเนินงานที่เป็นธรรมและโปร่งใส

- 5) หลักการข้อที่ 8 สร้างคุณค่าในการทำธุรกิจเพื่อสังคมและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยธุรกิจจะต้องระบุความหมายของธุรกิจเพื่อสังคม และมีข้อปฏิบัติที่ชัดเจน หลังจากนั้นก็มี การประกาศให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ทราบ เช่น โรงแรมก็มีการแจ้ง ผู้จัดการทุกแผนกเพื่อให้เข้าไปใช้ในการบริหารพนักงานในแผนกต่างทุกระดับเพื่อให้แน่ใจว่า แนวทางในการทำธุรกิจเพื่อสังคมขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์

6) หลักการข้อที่ 9 สร้างความน่าเชื่อถือโดยการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสโดยมีการรายงานผลการปฏิบัติการต่อลูกค้าพนักงานและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

7) หลักการข้อที่ 10 ยึดหลักการทำการทำธุรกิจเพื่อสังคมเป็นหัวใจหลักขององค์กร เป็นการสร้างตำแหน่งทางการตลาด,ความน่าเชื่อถือได้ขององค์กรและสร้างชื่อเสียงให้องค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจเพื่อสังคม

**ส่วนที่ 2 The environment** ในหัวข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับการหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้เขียนได้อธิบายเพิ่มเติมและยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักการข้อที่ 1-3 ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

1) หลักการข้อที่ 1 หลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการที่ดำเนินธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น

- โรงแรม Marriott ลดการใช้พลังงานลง 13% ระหว่างปี 2007-2009
- โรงแรม Scandic มีการอนุรักษ์การใช้ทรัพยากรน้ำและมีการนำระบบการกำจัดน้ำเสียมาใช้ทำให้สามารถประหยัดเงินได้ถึง 19 ล้านยูโรระหว่างปี 1997-2007
- โรงแรม Hilton ซึ่งมีสาขา 1,300 สาขาทั่วโลกมีการบันทึกข้อมูลการดำเนินงานลงในระบบ ที่ชื่อว่า Lightstay ซึ่งเป็นระบบที่สร้างขึ้นเพื่อบันทึกข้อมูลการประหยัดพลังงานเช่น น้ำ ไฟฟ้า ซึ่งคิดเป็นเงินแล้ว โรงแรมในเครือ Hilton สามารถประหยัดเงินได้ถึง 29 ล้านดอลลาร์ในปี 2009
- McDonald's มีการติดตั้งระบบ QSR เพื่อเป็นระบบในการจัดการเพื่อประหยัดพลังงานลงในร้าน McDonald's หลายสาขา ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานลงได้ประมาณ 10% ต่อสาขา นอกจากนั้น McDonald's ยังสามารถประหยัดเงินได้ถึง 3000 ล้านดอลลาร์ จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารใหม่และลดการใช้วัสดุลงซึ่งสามารถประหยัดเงินและประหยัดการใช้ทรัพยากร
- ธุรกิจ Mitchells & Butlers ซึ่งเป็นธุรกิจแบบเครือข่ายที่มีหลายสาขาสามารถลดต้นทุนลง 5% จากการประหยัดพลังงาน

2) หลักการข้อที่ 2 การเตรียมการสำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของโลก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความปลอดภัยของอาหาร และประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคมอื่นๆ ซึ่งผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ เช่น โรงแรม Old Mill ตั้งอยู่ที่เมือง Bath ประเทศอังกฤษมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชั่วคราวในการดูแลเรื่องน้ำท่วมในช่วงฤดูที่มีฝนตกหนัก, มีครัวสองที่และมีการเตรียมการเอาไว้รับมือกับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงเช่นหากน้ำท่วม ก็จะสามารถเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ครัวและเครื่องครัวไปยังครัวที่สองซึ่งอยู่ชั้นสองและธุรกิจก็สามารถจะยังดำเนินต่อไปได้แม้ว่าจะเกิดน้ำท่วม, มีการย้ายแผนกซักรีดจากชั้นใต้ดินไปยังชั้นบนสุด ซึ่งจากการดำเนินการทั้งหมดทำให้โรงแรม Old Mill ประสบความสำเร็จในการปกป้องธุรกิจไม่ให้อุณหภูมิเสียหายได้ตอนที่เกิดน้ำท่วม ผู้จัดการโรงแรมสามารถบริหารจัดการพนักงานและดูแลปกป้องทรัพย์สินได้เมื่อเกิดน้ำท่วมเนื่องจากโรงแรมมีการวางแผนการจัดการความเสี่ยงตอนที่เกิดน้ำท่วมเอาไว้ล่วงหน้า สร้างความน่าเชื่อถือให้ธุรกิจไม่สายตาคูกำ เนื่องจากการจัดการที่ดีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ

- การจัดการทรัพยากรน้ำ เช่นบริษัท Nestle ได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับการวางแผนในการจัดการทรัพยากรน้ำ ซึ่งบริษัทมีการลดการใช้ทรัพยากรน้ำลง 33%

- โรงแรมและรีสอร์ท Wyndham, โรงแรมในเครือ Intercontinental Hotel Group และ บริษัทบริการอาหาร Sodexo เข้าร่วมโครงการ Carbon Disclosure Project (การเปิดเผยการใช้ก๊าซคาร์บอน) เพื่อเป็นมาตรการในการบริหารจัดการเพื่อก่อให้เกิดการลดการใช้ก๊าซคาร์บอนภายในโรงแรมและรีสอร์ท

3) หลักการข้อที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ในส่วนนี้หนังสือจะเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวหรือโรงแรม รีสอร์ทเข้ากับ ส่วนหนึ่งที่ว่า Killing Goose

that Laid the Golden Egg (ฆ่าห่านที่ออกไข่ทองคำ) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามคือห่านทองคำที่ให้ผลตอบแทนเป็นเงิน ส่วน ไข่ทองคำ คือ เงินรายได้จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามนั้นเรื่อย ๆ ซึ่งไข่ทองคำหรือเงินที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวเวลานั้นแม้จะน้อยแต่ยั่งยืน แต่หากผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวเวลานั้นฆ่าห่านทองคำด้วยการละเลยที่จะดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว เช่น เร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไปจนในที่สุดแหล่งท่องเที่ยวก็จะเสื่อมโทรม หรือ การทิ้งน้ำเสียหรือสิ่งปฏิกูลลงในแหล่งท่องเที่ยว พวกทะเลชายหาด ในที่สุดแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็เสื่อมโทรมทะเลก็สกปรก ท้ายที่สุดแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็เสื่อมโทรมและไม่มีการท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวอีก ซึ่งผู้เขียนได้มีการยกตัวอย่างกรณีศึกษา ดังนี้

- การออกแบบโรงแรมอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น โรงแรม Inn Green ซึ่งตั้งอยู่ที่ Tamworth เมือง Staffordshire ประเทศอังกฤษ มีการใช้เทคโนโลยีสีเขียว ดังนี้ การใช้หลอดไฟ Led เพื่อประหยัดไฟฟ้าในโรงแรม, ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียโดยนำน้ำจากห้องน้ำและอ่างอาบน้ำกลับไปใช้กับชักโครกกับห้องพักในโรงแรมทุกห้อง, สร้างโรงแรมด้วยไม้แทนคอนกรีต, ระบบน้ำร้อนของโรงแรมถูกทำให้ร้อนโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์, มีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ เช่น ใช้กระดาษ Recycle สำหรับติดผนังในโรงแรม วัสดุที่นำมาสร้างโรงแรมทุกประเภทถูกตรวจสอบแล้วว่า เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้คอนกรีตที่ใช้น้ำที่มีสารคาร์บอนต่ำซึ่งซื้อมาจากผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่โรงแรมตั้งอยู่, หลังคาของโรงแรมสร้างมาจากกระเบื้องที่ทำจากดินเหนียว ใช้หน้าต่างที่ผลิตจากวัสดุที่ป้องกันรังสีและความร้อน และ ในห้องพักใช้พลังงานโลกกับระบบปั๊มความร้อนและทำความเย็น ซึ่งจากการดำเนินการทั้งหมดทำให้ โรงแรม Inn Green สามารถลดการใช้ก๊าซคาร์บอนลงได้ถึง 81%, ประหยัดพลังงานน้ำได้มากถึง 66% การใช้พลังงานโลกกับระบบปั๊มความร้อนและทำความเย็นในห้องพักซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่แพงแต่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในระยะยาวเนื่องจากโรงแรมมีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง การใช้พลังงานโลกกับระบบปั๊มความร้อนและทำความเย็นในห้องพักทั้งหมดก่อให้เกิด Economy of Scale (การประหยัดจากขนาด) ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานลงได้ถึง 50%

- โรงแรมขนาดเล็กมี 60 เตียง ชื่อ Burgess Hill Green ซึ่งตั้งอยู่ที่ ประเทศอังกฤษ เป็นโรงแรมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โรงแรมลดการใช้ก๊าซคาร์บอนลงได้ถึง 70% และลดการใช้พลังงานน้ำลงได้ 60% โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมที่มีขนาดเดียวกัน ซึ่งโรงแรมมีการดำเนินการต่างๆ ดังนี้ การใช้พลังงานโลกกับระบบปั๊มความร้อนเพื่อทำน้ำให้ร้อนและทำความเย็น, มีการเก็บน้ำฝนเอาไว้และนำมาใช้ในห้องน้ำโรงแรมทั้ง 100% ซึ่งทำให้ประหยัดการใช้น้ำได้ถึง 20% ของการใช้น้ำทั้งหมดของโรงแรม ใช้วัสดุที่ผลิตจากวัสดุที่ป้องกันรังสีและความร้อนที่มีประสิทธิภาพ, ใช้ระบบการควบคุมการไหลของน้ำฝักบัวทำให้ไม่สูญเสียทรัพยากรน้ำโดยเปล่าประโยชน์ การใช้ระบบเซนเซอร์เพื่อเปิดปิดไฟอัตโนมัติเพื่อปิดไฟเมื่อไม่ต้องการใช้หรือไม่มีคนอยู่ และ ใช้หลังคาและผนังแบบโปร่งแสงเพื่อรับแสงอาทิตย์เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

**ส่วนที่ 3 People and Communities** ในส่วนนี้เนื้อหาจะเกี่ยวกับ การทำธุรกิจที่เคารพความคิดเห็นของคนที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภาค ระดับประเทศและระดับโลก ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักการข้อที่ 4-7 ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

**4) หลักการข้อที่ 4 การพัฒนาโลกในการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง** ในส่วนนี้ผู้เขียนมีการอธิบายว่า ธุรกิจจะต้องระบุ Stakeholders (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) ของธุรกิจ ว่าประกอบไปด้วยใครบ้าง เช่น ลูกค้า พนักงาน คนในชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของ Stakeholders (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) ซึ่งผู้เขียนได้มีการยกตัวอย่างกรณีศึกษา ดังนี้

- บริษัทบริการอาหาร Sodexo ได้ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของลูกค้า, พนักงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าจะเป็นความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับธุรกิจก็ตาม เนื่องจาก บริษัทบริการอาหาร Sodexo เชื่อว่าความคิดเห็นของคนเหล่านี้มีความสำคัญต่อธุรกิจและบริษัทจะต้องจัดการและดำเนินการกับความเห็นเหล่านี้

- การรับฟัง feedback ของลูกค้าหลังจากใช้บริการ เช่น Starbucks มีการใช้ Social Media ได้แก่ Facebook, Twitter ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อรับฟังข้อติชม หลังการใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อ Brand คือ ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าธุรกิจเอาใจใส่และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

- การที่ธุรกิจเข้าไปอ่านความคิดเห็นจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ เช่นจาก website TripAdvisor ซึ่งมีสมาชิกจำนวน 40 ล้านคนทั่วโลก และมีผู้เข้าเยี่ยมชมที่ไม่ได้เป็นสมาชิกอีกประมาณ 13 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งความคิดเห็นจากลูกค้าที่เคยใช้บริการเหล่านี้เปรียบเสมือนเป็นอิทธิพลของ Word of Mouth (การบอกเล่าปากต่อปาก) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของ Potential Customers (ผู้ที่คาดว่าจะมาเป็นลูกค้าในอนาคต)

- การรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนท้องถิ่น เช่นธุรกิจอาหาร Fast Food ชำนาญที่ใหญ่ที่สุดในโลก McDonald's ได้มีการเปลี่ยน Logo ของบริษัทจากสีแดงเป็นสีเขียวในร้าน McDonald's ในทวีปยุโรป เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์และนโยบายความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในทวีปยุโรป

**5) หลักการข้อที่ 5 การขอความร่วมมือจาก Supply Chain (ห่วงโซ่อุปทาน) ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ/ ส่วนประกอบ, ผู้ค้าส่ง/หรือผู้กระจายสินค้า, ผู้ค้าปลีก และ ผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ดังนี้**

- การสร้างความร่วมมือจาก Supply Chain ของบริษัท Cadbury ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ช็อคโกแลตแห่ง Dairy Milk ซึ่งมีการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการสร้างความร่วมมือทางเครือข่ายกับหน่วยงานต่างๆ เช่น Marine Stewardship Council ซึ่งเป็นผู้ออกฉลาก eco-label ด้านอาหารทะเลฉลากแรกของโลก ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของ Dairy Milk ว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- โรงแรม Scandic มีการจูงใจให้บริษัทผู้ผลิตสินค้าส่งให้โรงแรมผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น จูงใจให้บริษัทผู้ผลิตโคมไฟผลิตโคมไฟประหยัดพลังงานและลดการใช้สารเคมีในการผลิตส่งให้โรงแรม ซึ่งในบางกรณี โรงแรม Scandic จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตที่มีประกาศนียบัตรรับรองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเท่านั้น

- บริษัท Walmart มีจุดมุ่งหมายที่จะลดการใช้ก๊าซคาร์บอนลง 20 ตัน เพื่อไม่ให้เกิด *ปรากฏการณ์เรือนกระจก* ภายในสิ้นปี 2015 โดย Walmart ได้มีการขอความร่วมมือจากบริษัท Suppliers ต่างๆ ด้วยการตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะทำการซื้อ โดยเฉพาะกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าจากประเทศจีน

- บริษัท PepiCo ผู้ผลิตมันฝรั่งทอดกรอบยี่ห้อ Walkers Crisps ซึ่งบริษัทได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ บริษัทที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศอังกฤษว่าจะผลิตมันฝรั่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยการซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากบริษัทผู้ผลิตสินค้าที่มีการลดการใช้ก๊าซคาร์บอน, ประหยัดน้ำ, และไม่ใช้สารเคมีในการเกษตร

- โรงแรม Loews ตั้งอยู่ที่เมือง San Diego รัฐ California ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการออกนโยบายการซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตในชุมชนท้องถิ่นเท่านั้น เช่น ซื้อวัตถุดิบโดยตรงจากชาวนาและชาวไร่ที่อยู่ในเมือง San Diego ซึ่งส่งผลให้โรงแรม Loews ได้วัตถุดิบในการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเป็นการช่วยเหลือเศรษฐกิจคนในท้องถิ่น

**6) หลักการข้อที่ 6 ควรให้พนักงานและลูกค้ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติที่ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม, เศรษฐกิจและ สังคม ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ดังนี้**

- โรงแรม Scandic ได้มอบรางวัลจูงใจให้แก่โรงแรมในเครือโดยการให้รางวัลเป็นเงินสนับสนุนโรงแรมในเครือที่ทำธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ดีกว่าเป้าหมายที่วางไว้

- โรงแรม Hilton ให้รางวัลคือจักรยาน แก่พนักงานเป็นรายบุคคลที่สามารถดำเนินงานอย่างโดดเด่นภายใต้นโยบายของโรงแรมในด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- โรงแรมในเครือ Marriott มีการออก Campaigns การเชิญชวนลูกค้าปลูกต้นไม้โดยร่วมมือกับโครงการช่วยชีวิตต้นไม้ Amazon

- ธุรกิจโรงแรมบางแห่งมีการจูงใจลูกค้าด้วยการให้รางวัลเล็ก ๆ น้อยๆ แก่ ลูกค้าที่เดินทางมาด้วยยานพาหนะโดยสาร

- โรงแรม Hilton มีการส่งข้อความถึงผู้มาใช้บริการห้องประชุมของโรงแรมด้วยการใช้ที่รองแก้วและนามบัตรที่มีคำแนะนำในการปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

7) หลักการข้อที่ 7 มีส่วนก่อให้เกิดนโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ดังนี้

- โรงแรม Fairmont ประเทศอังกฤษมีการร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลเจ้าของเว็บไซต์ VisitEngland และเว็บไซต์ GreenTraveller.co.uk มีการดำเนินการและบริหารโรงแรมอย่างเป็นทางการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีการเผยแพร่ Eco Brochure เกี่ยวกับโรงแรมในเว็บไซต์ของโรงแรม

- บริษัทบริการอาหาร Sodexo ได้ร่วมมือกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลและสัญญาว่าบริษัทจะเป็นผู้นำในการทำธุรกิจอย่างเป็นทางการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- โรงแรมซึ่งเป็นสมาชิกของInternational Tourism Partnership (องค์กรความร่วมมือการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ) ได้แก่ โรงแรม Rezidor โรงแรม Marriott โรงแรม Wyndham โรงแรม Fairmont และโรงแรม Intercontinental ร่วมมือกันสร้างมาตรฐาน The Hotel Carbon Measurement Initiative (HCMI 1.0) หรือแนวทางการวัดคาร์บอนของโรงแรมเพื่อสร้างวิธีการในการวัดและรายงานผลด้านการปล่อยคาร์บอนแบบครบวงจร และสื่อสารไปสู่สาธารณะในลักษณะที่สอดคล้องและโปร่งใส

**ส่วนที่ 4 Fairness and Transparency** ในส่วนนี้เนื้อหาในส่วนนี้จะกล่าวถึง การสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรโดยการทำธุรกิจอย่างมีความโปร่งใส ผู้เขียนได้สรุปใจความสำคัญและยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักการข้อที่ 8-9 ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

8) หลักการข้อที่ 8 สร้างคุณค่าในการทำธุรกิจเพื่อสังคมและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างว่าธุรกิจได้มีการสร้างสโลแกนของธุรกิจที่เป็นการสะท้อนการทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น

- โรงแรม Scarlet ตั้งอยู่ที่เมือง Cornwall ประเทศอังกฤษ เป็นโรงแรมในเครือ The Red Hotel Group ซึ่งวางตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรมว่าเป็น “A Green Eco-luxury Resort” หรือ “โรงแรมเชิงนิเวศระดับหรู” และมีสโลแกนว่า We loved the contrast of a rich red colour with our green ethos (เราชอบความขัดแย้งของสีแดงกับแนวคิดพื้นฐานสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเรา)

- ร้านอาหาร Fast Food ชื่อ Pret a Manger มีนโยบายหลักว่า “สร้างอาหารจากธรรมชาติด้วยมือ หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี วัตถุดิบอาหาร และสารกันบูด”

- บริษัท Nestle มีสโลแกนว่า “Good Food Good Life” หรือ “อาหารที่ดี คุณภาพชีวิตที่ดี”

- บริษัท Unilever มีสโลแกนที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่า “Creating a Better Future Every day” หรือ “สร้างอนาคตที่ดีกว่าในทุกๆ วัน”

9) หลักการข้อที่ 9 สร้างความน่าเชื่อถือโดยการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ผู้เขียนได้อธิบายว่าธุรกิจจะต้องมีการรายงานผลการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมให้ประชาชนได้รับรู้ เช่น

- โรงแรม Intercontinental มีการรายงานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในปี 2005 (Environmental and Social Report 2005)

- ธุรกิจอื่นๆ ที่มีการรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสังคมในเว็บไซต์ทางการของธุรกิจ ได้แก่ บริษัท Apetito ซึ่งเป็นบริษัทรับจัดเลี้ยง, ร้านอาหาร Leon, โรงแรม Scandic และ โรงแรม Sanga Saby ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ได้ตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมว่าเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือใน Brand หรือตราผลิตภัณฑ์และท้ายที่สุดลูกค้าก็จะเกิดความรู้สึกจงรักภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์

**ส่วนที่ 5 Leadership and Future Directions** โดยเนื้อหาจะเกี่ยวกับหลักการข้อที่ 10 ซึ่งสรุปบทบาทของธุรกิจในอนาคตในการเป็นผู้นำและผู้กำหนดทิศทางในการทำธุรกิจเพื่อสังคม

**10) หลักการข้อที่ 10** ยึดหลักการทำการทำธุรกิจเพื่อสังคมเป็นหัวใจหลักขององค์กร ผู้เขียนได้สรุปและยกตัวอย่าง ดังนี้

- โรงแรม Rezidor ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีรายชื่ออยู่ใน “Ethisphere Institute” ว่าเป็นธุรกิจที่มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- บริษัทบริการอาหาร Sodexo ซึ่งมีรายชื่ออยู่ใน โครงการ “Two Tomorrow” ว่าเป็นธุรกิจบริการอาหารที่มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- โรงแรม Accor ซึ่งเป็นโรงแรมเครือข่ายหนึ่งที่ใหญ่ที่สุดในโลกมีการระบุลงใน Agenda ของโรงแรมตั้งแต่ปีที่ก่อตั้งโรงแรมคือ ปี 1990 ว่าประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจของโรงแรม

หนังสือเล่มนี้จัดเป็นหนังสือที่มีประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้อ่าน เนื่องจากหนังสือหรือตำราวิชาการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมยังมีน้อย และหนังสือเล่มนี้มีหลัก 10 ประการในการบริหารจัดการผลกระทบของธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการที่จะส่งผลกระทบต่อสังคม โดยผู้เขียนได้อธิบายแต่ละหลักการได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีการยกตัวอย่างกรณีศึกษาจริงซึ่งมาจากการศึกษาค้นคว้าของผู้เขียนทั้งสองท่าน ทำให้ผู้อ่านเข้าใจทั้งทฤษฎีและเข้าใจตามที่คุณเขียนทั้งสองท่านต้องการจะสื่อสาร