

รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจ

เพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

The Model of Development and Promotion for Sustainability of Social Enterprises in Thailand

ทรงศักดิ์ ใจกล้า

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย และเพื่อเสนอแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ จากองค์กรขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จในการบริหารองค์กรจนสามารถบรรลุความสำเร็จเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความยั่งยืน และสังคมให้การยอมรับว่ามีบทบาทในการทำประโยชน์เพื่อสังคมตามหลักการของธุรกิจเพื่อสังคม

มีผลการศึกษาวิจัย

1. สภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ในด้านการบริหารจัดการ องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม มีการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อสังคม วางโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร มีแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง วิเคราะห์ขนาดขององค์กรต่อโอกาสทางธุรกิจ และมีการวางแผนในเชิงยุทธศาสตร์เชิงรุก
2. ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีการกำหนดนโยบายขององค์กรอย่างชัดเจน ขับเคลื่อนกลไกทางเศรษฐกิจ ผสานกับนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ และประยุกต์หลักแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงยั่งยืน



3. แนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย พบว่า แนวปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ขึ้นอยู่ปัจจัยหลัก 3 ส่วน คือ ส่วนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ส่วนของภาคประชาคม และส่วนของภาคประชารัฐ ซึ่งทุกภาคส่วนต้องประสานการทำงานในแนวทางเดียวกัน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเพื่อเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ

คำสำคัญ : องค์กรธุรกิจ, องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม, ผู้ประกอบการ,ความยั่งยืน,

Abstract

Article entitled “The Model of Development and Promotion for Sustainability of Social Enterprises in Thailand” has the objective of research is to study states of general problems of social enterprises in Thailand, to analyze factors for promoting sustainability of social enterprises in Thailand and to present ways to perform for development of sustainability of social enterprises in Thailand The dissertation was employed by the qualitative research methodology collecting data by in-depth interviewing 2 groups of key informants: executives and operators from large, medium and small organizations that are successful social enterprises, can achieve success as a sustainable social enterprise, and society is acknowledging that they play an important role in contributing to society in accordance with the principles of social business.

The research result is found that

1. As for states of general problems of social enterprises in Thailand, it has been found that in aspect of management: the social enterprises has made plan for society, layout Management of organization and a risk management plan, analyze size of organization for business opportunities as well as proactive strategic plan



2. As for factors for promoting sustainability of social enterprises in Thailand, it has been found that organization's policies are clearly defined including driving economic mechanism, encouraging government policies and applying philosophy of Sufficiency Economy with the aim for sustainable business,

3. As for ways to perform for development of sustainability of social enterprises in Thailand found that it depends on three main factors: part of social enterprise, community and public sector. All sectors need to coordinate in the same way with regard to economic stakeholders, society and environment with integrity and ethics as well as good governance to monitor the activities to be honest.

Keywords: Business, Social Enterprises, Entrepreneur, Sustainability

บทนำ

กิจการเพื่อสังคม เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยไม่หวังผลกำไร แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชนและสังคม แต่เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน และสังคม ซึ่งถือเป็นความพยายามที่จะต่อสู้กับผลกระทบด้านลบของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของระบบเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก ได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของผลกระทบด้านลบต่อสังคมด้วย ซึ่งในอดีตอันยาวนานนั้น มักจะแก้ปัญหาโดยการย้ายสถานที่จากที่เดิมไปสู่ที่ใหม่ ที่ไม่มีผู้ร้องเรียน ซึ่งจะเป็นเพียงการเปลี่ยนผู้ได้รับผลกระทบ เช่น การย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมจากยุโรป และสหรัฐอเมริกาไปสู่ภูมิภาคอื่นหรือการย้ายมาสู่อาเซียน

แนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อสังคม (Corporate Social Responsibility หรือ CSR) นั้น ถูกนำเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการพัฒนา ที่กระทำกันอยู่ในขณะนี้ ให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) เป็นสภาพที่เราได้ประจักษ์แล้วว่าเหตุการณ์หรืออุบัติภัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ภาวะโลกร้อน หรือน้ำท่วม ล้วนแต่เป็นผลจากการกระทำของมนุษย์ ผลก็คือชาวโลกต่างก็ได้รับผลกระทบจากการกระทำเหล่านั้น



โดยมีความรุนแรงมากน้อยต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมของแต่ละสถานที่ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาวิธีการและความร่วมมือร่วมใจในอันที่จะสร้างสรรค์ และกระทำสิ่งดีๆ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโลก นั่นคือ การผนวกจุดแข็งระหว่างภาคประชาสังคมกับความมีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจที่จะสร้างประโยชน์สูงสุดแก่สังคมโดยที่ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานด้วยตนเอง โดยไม่ต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐ หรือ แหล่งทุนภายนอก ไม่ต้องรับการอุดหนุนเงินจากภาษีของประชาชน หรือเรียกว่า เป็นองค์กรที่แสวงหากำไรเพื่อสังคม (Social Profit Organization) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur)”

กิจการเพื่อสังคมเกิดจากแนวคิดประเภทของ CSR as Process เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (None Profit Organization) เกิดจากแนวคิดนักพัฒนาสังคมกับการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการ หรือเรียกว่าผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) หากแต่ว่าการดำเนินการทางสังคมทั้งหมดไม่ได้เป็นตัวชี้วัดว่าเป็นการประกอบการ ตัวอย่างเช่น การแบ่งรายได้จากองค์กรมาเพื่อทำงานเพื่อสังคม โดยตัวมันเองไม่ถือเป็นกิจกรรมของการประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งเดียวกับที่องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรใช้เป็นแนวทางในการทำงาน

แนวคิดเรื่องการหาผลประโยชน์ต่อสังคมนี้เอง เป็นคำถามว่าทำอย่างไร ภาคประชาชน ชุมชนถึงจะได้ประโยชน์สูงสุด นั่นคือ การผนวกจุดแข็งระหว่างภาคประชาสังคมกับความมีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจที่จะสร้างประโยชน์สูงสุดแก่สังคมซึ่งผู้ประกอบการต้องอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานด้วยตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกหรือรับการอุดหนุนจากภาษีของประชาชน หรือเรียกว่า เป็นองค์กรที่หากำไรให้แก่สังคม (Social Profit Organization) เจ้าของธุรกิจดังกล่าวมักเรียกตัวเองว่า ผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur)

ด้วยเหตุที่องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในไทยยังเป็นรูปแบบที่ค่อนข้างใหม่ ทำให้กลไกการสนับสนุนทั้งจากภาคประชาสังคม และจากภาครัฐยังขาดกลไกที่ดีพอ โดยเฉพาะกฎระเบียบที่อนุญาตให้ภาครัฐให้การส่งเสริมสนับสนุน ตลอดจนเงื่อนไขการเตรียมตัวเป็นผู้รับการสนับสนุน นั่นคือความจำเป็นในการบัญญัติกฎหมายขึ้นเพื่อการนี้โดยเฉพาะเริ่มต้นจากการตั้งคณะกรรมการศึกษาและจัดทำรายงานเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม พร้อมร่างกฎหมาย สถาปนา



แห่งชาติ (สปช.) ซึ่งได้ดำเนินการแล้วเสร็จเสนอต่อที่ประชุม สปช.ให้มีการพิจารณา นับว่าเป็นการสร้างความคิดในการวางนโยบาย หรือแนวทางส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีคุณภาพว่าต้องผลักดันนโยบายและมาตรการเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1. ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การสอนเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมในทุกระดับชั้น 2. ต้องนำการวิจัยและนวัตกรรมใหม่มาปรับใช้ 3. รัฐต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในระยะเริ่มต้น 4. เปิดโอกาสให้จดทะเบียนรับรองสถานะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม 5. สร้างระบบการจดทะเบียนพาณิชย์ สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ไม่ได้มุ่งแสวงผลกำไรมาแบ่งปันกัน 6. ต้องมีระบบกองทุนสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม 7. สร้างระบบจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน 8. สร้างระบบยกเว้นหรือลดภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และ 9. สร้างกลไกในทุกระดับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งสภาปฏิรูปแห่งชาติ เห็นชอบกับรายงานและข้อเสนอของคณะกรรมการฯ เห็นชอบกับร่าง พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม และให้ส่งรายงานพร้อมร่าง พ.ร.บ. ให้คณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติเพื่อดำเนินการต่อไป

ความจำเป็นอีกประการหนึ่งของการทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ปัจจุบันยังไม่มีกรรวบรวมข้อมูลเชิงหลักการและเชิงปฏิบัติการที่เป็นข้อเท็จจริงจากประสบการณ์ตรงขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมของคนไทยที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่มีรูปแบบค่อนข้างใหม่ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้มาโดยการคัดเลือกแบบเจาะจงซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับผู้บริหาร และ 2) ระดับปฏิบัติการ โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากองค์กรขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่เป็น



องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จในการบริหารองค์กรจนสามารถบรรลุความสำเร็จเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความยั่งยืน และสังคมให้การยอมรับว่ามีบทบาทในการทำประโยชน์เพื่อสังคมตามหลักการของธุรกิจเพื่อสังคม ที่สามารถผ่านเกณฑ์การประเมินของทางราชการหรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ประเมินติดต่อกันไม่น้อยกว่า 3 ปี เพื่อให้ครอบคลุมประชากรอย่างทั่วถึง จึงคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจากองค์กรขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก อย่างละ 1 แห่ง ขนาดใหญ่ ได้แก่ บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) จังหวัดกรุงเทพมหานคร ขนาดกลาง ได้แก่ วงษ์พาณิชย์ จังหวัดพิษณุโลก และขนาดเล็ก ได้แก่ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยโดยตอบคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ข้อโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. สภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ปัญหาที่ต้องการทราบคือ สภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นอย่างไร และมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย สรุปผลได้ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

การบริหารจัดการองค์กรให้สามารถอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยรวบรวมเอากลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อความสำเร็จในเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และความประหยัด ซึ่งการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเพื่อเป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยพร้อมจะแก้ไขเพื่อลด



ผลกระทบดังกล่าว กับการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาบูรณาการให้เกิด การดำเนินกิจการเป็นการสร้างความสำเร็จและประโยชน์สุข อีกทั้งเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันทุกเวทีการค้า ซึ่งจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของกิจการ ต่อไป

ปัญหาขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม คือ การเกิดปัญหา สภาพคล่อง โดยเฉพาะเงินทุนก้อนแรกที่ใช้ในการก่อตั้งกิจการ เป็นการยากมากที่จะ หาผู้ร่วมทุน หรือกู้ยืม หรือกระทั่งเงินช่วยเหลือจากองค์กรที่มักจะสนับสนุนการ ทำงานของ NGOs การขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญ การขาดแคลนความเป็นมืออาชีพในการ บริหารจัดการเชิงธุรกิจ การขาดแคลนนวัตกรรมที่จะเข้ามาแก้ปัญหาสังคม และ สุดท้ายคือ การขาดแคลนการแข่งขันกับองค์กรเชิงพาณิชย์โดยทั่วไป ดังนั้นรัฐบาลจึง ควรเข้ามาสร้างมาตรฐานรวมถึงการสนับสนุนกิจการเพื่อสังคม เพื่อให้กิจการเพื่อ สังคมสามารถเป็นกิจการเพื่อสังคมที่สมบูรณ์แบบได้ คือ สามารถเป็นกิจการที่ทำกำไร ได้ ใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมได้ และมีจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจ โดยทั่วไป และมีทรัพยากรทุนจากสังคม และสุดท้ายคือเกิดเครือข่ายการทำงาน

2. ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ปัญหาที่ต้องการทราบคือ ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อ สังคมในประเทศไทย และมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืน ทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยสร้างความยั่งยืนที่เกี่ยวกับนโยบายขององค์กร

การกำหนดนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Policy) ขึ้น โดยนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เติบโต ก้าวหน้าอย่างมั่นคงยั่งยืนใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำ แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นแกนหลักในการดำเนินงานทุกขั้นตอนอย่าง เป็นรูปธรรม โดยมีโครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นฟันเฟือง



หลักในการขับเคลื่อน เพื่อให้ธนาคารสามารถถ่ายทอดเป้าหมายในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนสู่การปฏิบัติการในสายงานต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และช่วยบูรณาการแผนการปฏิบัติงานให้มีความเชื่อมโยงกัน สร้างสัมฤทธิ์ผลแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืน และอำนวยความสะดวกสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับกลไกทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือ ทุน ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการ และเทคโนโลยี

ทุน (Capital) ทุนถือเป็นปัจจัยสำคัญ เป็นกุญแจนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สิ่งสำคัญของการพัฒนาก็คือ การกระจายการลงทุนไปให้กว้างและ เป็นไปอย่างเพียงพอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมีประโยชน์ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า ที่ดิน แร่ธาตุ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ เป็นต้น และมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยมนุษย์ใช้ทรัพยากรเหล่านี้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ หากประเทศใดมีทรัพยากรมาก จะทำให้ประเทศนั้นๆ มีโอกาสพัฒนาได้มาก แต่ก็ต้องรู้จักใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเพียงพอ นำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนาที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องจะทำให้ประเทศนั้นๆ สามารถมีทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศโดยเน้นให้เห็นถึง ประสิทธิภาพ และคุณค่าของประชากร เป็นหลักการศึกษาประชากร ครอบคลุมไปถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สภาพการทำงาน ภาวะเจริญพันธุ์ อัตราการเกิด อัตราการตาย และอัตราการย้ายถิ่น เป็นต้น คุณภาพของประชาชน เป็นหน่วยผลิตที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการผลิตภาพและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจึงมีหน้าที่ และบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างแท้จริงหน้าที่ เป็นผู้ตัดสินใจเลือกการผลิตสินค้า



และบริการว่าจะผลิตอะไร จำนวนเท่าไร จะเลือกปัจจัยในการผลิต เป็นผู้เลือก เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการผลิต การขยายตลาดสินค้าและการบริการ เป็นผู้รับภาระความเสี่ยง และความไม่แน่นอนต่างๆที่เกิดขึ้นจากการลงทุน ผู้ประกอบการมีหน้าที่ดังกล่าวเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพการผลิตสินค้า และการบริการเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการจ้างงาน การกระจายรายได้ โครงสร้างตลาด การค้าและการลงทุน ซึ่งทำให้เศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลง เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการพัฒนาเศรษฐกิจจะดำเนินไปอย่างรวดเร็ว รวดเร็วหรือล่าช้าอย่างไร ยังต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ซึ่งมีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ทักษะคนของประชากร ศาสนาและวัฒนธรรม ระบบครอบครัว ระบบการเมืองการปกครอง ตลอดจนกฎหมายต่างๆ ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นสิ่งที่มิมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชากรในสังคมทั้งสิ้น

ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนที่เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ

นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาธุรกิจ ควรจะมีลักษณะเช่นเดียวกันกับการที่พ่อแม่สนับสนุนและเลี้ยงดูบุตร วิชาของตน โดยให้การสนับสนุนที่แตกต่างกันตามพัฒนาการของเด็กในแต่ละวัย มีเป้าหมายให้ลูกเติบโตใหญ่ เลี้ยงดูตนเองได้ และยังสามารถกลับมาเกื้อกูลพ่อแม่ (ภาครัฐ) ในตอนท้ายได้อีกด้วย

นโยบายสนับสนุนภาคธุรกิจที่เหมาะสมจึงควรจะมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาแบบเป็นขั้นบันได (multi-stage upgrading roadmap) โดยผู้กระตือรือร้นช่วยเหลือหรือการส่งเสริมภาครัฐเข้ากับระดับการพัฒนาและเรียนรู้ของภาคธุรกิจ ธุรกิจที่สามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาในแต่ละขั้นตอน ควรที่จะได้รับการส่งเสริมในขั้นต่อไป ในขณะที่ธุรกิจที่ไม่สามารถที่จะแสดงให้เห็นพัฒนาการตามเป้าหมายก็ไม่ควรที่จะได้รับการส่งเสริมต่อบริบทแห่งการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่รวดเร็วและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ภาครัฐจำเป็นต้องกำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศที่เหมาะสม โดยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างของระบบต่างๆ ภายในประเทศให้มีศักยภาพ แข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ และสร้าง



ฐานความรู้ให้เป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างรู้เท่าทันควบคู่ไปกับการกระจายการพัฒนาที่เป็นธรรม และเสริมสร้างความเท่าเทียมกันของกลุ่มคนในสังคม และความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้คงความสมบูรณ์เป็นรากฐานการพัฒนาที่มั่นคง และเป็นฐานการดำรงวิถีชีวิตของชุมชนและสังคมไทย ตลอดจนการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศทุกระดับ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน

ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนที่เกี่ยวกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะคำนึงถึงทางสายกลาง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนไม่แสวงหาผลกำไรจนเกินระดับความยั่งยืน ไม่เอาัดเอาเปรียบหรือใช้ผลประโยชน์จากสังคมอย่างไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีที่อาจก่อให้เกิดวิกฤติตามมา นอกจากนั้นยังส่งเสริมให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและคุณภาพทำให้เป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของชาติให้มีความสมดุล มั่นคงและยั่งยืน

3. แนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ปัญหาที่ต้องการทราบคือ แนวปฏิบัติเพื่อเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นอย่างไร และมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อเสนอแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยสรุปผลได้ดังนี้

แนวปฏิบัติขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

1) การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่ต้องการพัฒนาตัวเองไปสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจนั้นจะต้องมุ่งมั่นและเอาจริงนับตั้งแต่เริ่มต้น ด้วยการกำหนดความคิดของตนให้อยู่ในแนวทางธุรกิจเพื่อสังคมอย่างมั่นคง เข้มแข็ง กำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นเข็มทิศชี้ทางเดินที่ถูกต้องไว้แต่ต้น เพื่อเป็นหลักประกันว่าแนวปฏิบัติขั้นตอนต่อไปจะอยู่ในแนวทางที่เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ยั่งยืนได้จริง



2) การกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร เป็นการสร้างความชัดเจนของวัตถุประสงค์ขององค์กรแล้ววางแนวทางที่จะไปสู่จุดนั้นซึ่งผ่านการศึกษาวิเคราะห์แล้วเป็นอย่างดีว่าเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพสังคมภายนอกที่องค์กรดำรงอยู่ และสอดคล้องกับความเข้มแข็งหรืออ่อนแอขององค์กร

3) การกำหนดกรอบในการจัดทำโครงการหรือกิจกรรม เป็นการจัดหาเครื่องมือที่จะนำพาขับเคลื่อนแผนกลยุทธ์ไปสู่ภาคปฏิบัติโดยกำหนดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันนั้นๆ ไม่ให้เล็กหรือใหญ่เกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่ความสูญเสียได้ทั้งสองทาง จึงจำเป็นต้องกำหนดกรอบไว้แล้วดำเนินการตามนั้นให้สำเร็จ

4) การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นเทคนิควิธีทางการตลาดทั่วไปของธุรกิจทุกประเภทจำเป็นต้องมี แตกต่างกันไปแต่สำหรับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมจะต้องเข้มงวดเรื่องการสร้างเครือข่ายอย่างมีคุณธรรมสูงกว่าธุรกิจทั่วไป เพราะคุณธรรมจะเป็นสิ่งผูกมัดให้เครือข่ายที่สร้างขึ้นสำเร็จนั้นมีความยั่งยืนที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรด้วย

5) การสร้างกระบวนการบริหารจัดการภายใน เป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะชี้ขาดความสำเร็จในการสร้างความยั่งยืนของทุกองค์กร เปรียบเสมือนการจัดทรัพยากรทุกชนิด ทั้งวัตถุดิบ เครื่องมือ เงินทุน และที่สำคัญที่สุดคือทรัพยากรบุคคลที่ไม่เพียงแต่ต้องมีให้เพียงพอเท่านั้น แต่ต้องผ่านกรรมฝึกฝนขัดเกลาให้สามารถขับเคลื่อนกระบวนการภายในทุกองคาพยพไปพร้อมๆ กันได้

6) การกำหนดตัวชี้วัดและเกณฑ์เพื่อการประเมินผลสัมฤทธิ์ขององค์กร อย่างน้อย 4 ด้าน คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต และด้านความยั่งยืนทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อทราบคุณภาพของผลงานที่ได้รับ และแสวงหาจุดบกพร่องของกระบวนการทำงานเพื่อแก้ไขต่อไป

แนวปฏิบัติของภาคประชาคม

1) การรับรู้ของประชาคมต่อองค์กร การรับรู้เรื่องราวกิจกรรมขององค์กรโดยประชาคมย่อมส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีมากกว่าผลลบ และแม้บางสถานการณ์ที่เป็นผลลบ การรับรู้อย่างต่อเนื่องก็สามารถยับยั้งปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ง่าย การรับรู้จึงเป็นสิ่งที่เราจำเป็นต้องดำรงอยู่อย่างต่อเนื่อง



2) การมีจิตสำนึกเป็นเจ้าขององค์กร จิตสำนึกเป็นเจ้าของจะเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกก่อนจนเกิดความรู้สึกผูกพัน เห็นคุณค่าการมีอยู่ขององค์กรคู่กับประชาคม ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคมเท่านั้นที่จะสร้างแนวทางนี้ได้สำเร็จ

3) การสนับสนุนสินค้าหรือบริการขององค์กร แนวปฏิบัตินี้จะเป็นผลสืบเนื่องจากแนวปฏิบัติที่ 1. และ 2. สิ่งสำคัญคือองค์กรต้องรักษาภาพที่เป็นคุณนี้ไว้ให้ยั่งยืนให้ได้ ด้วยการเอาใจใส่ต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการ รวมถึงการเฝ้าระวังผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดแก่ชุมชนต้องได้รับการแก้ไขและสื่อสารโดยเร็ว

4) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร การมีส่วนร่วมของประชาคมต่อองค์กรจะเป็นดัชนีชี้วัดความยั่งยืนขององค์กรที่ดีที่สุดที่จะทำให้องค์กรได้รับรู้ความรู้สึกของชุมชนและประชาคม การที่มีผู้ถอยห่างออกไปจากการมีส่วนร่วมจะเป็นสิ่งบอกเหตุให้องค์กรต้องเร่งสำรวจข้อบกพร่องของตัวเองและรีบแก้ไข

5) การเข้ามาเป็นหุ้นส่วนขององค์กร สิ่งยึดเหนี่ยวระหว่างองค์กรกับชุมชนหรือประชาคมที่แนบแน่นที่สุดคือการมีส่วนร่วมกันในการได้รับผลประโยชน์จากธุรกิจขององค์กร การมีโอกาสดำเนินการเป็นหุ้นส่วนของสมาชิกในชุมชน หรือประชาคมย่อมแสดงถึงคุณค่าแห่งความยั่งยืนขององค์กร

6) การประเมินผลกระทบจากองค์กรที่มีต่อประชาคม ถ้าประชาคมมีส่วนในการประเมินผลกระทบจากองค์กรต่อชุมชนด้วย ก็จะทำให้เกิดความไว้วางใจระหว่างกัน

แนวปฏิบัติของภาครัฐ

- 1) การกำหนดการส่งเสริมเชิงนโยบาย
- 2) การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารและพัฒนาองค์ความรู้
- 3) การสร้างจิตสำนึกในการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
- 4) การสนับสนุนให้มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่สมบูรณ์
- 5) การส่งเสริมการลงทุน
- 6) การสนับสนุนการทำกิจกรรม
- 7) การส่งเสริมด้วยมาตรการทางภาษี



อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ จะกล่าวถึง รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญและน่าสนใจ และนำมาอภิปรายผล ดังนี้

สภาพปัญหาทั่วไปขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

จากผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานองค์กรมีองค์ประกอบสำคัญที่นักบริหารงานควรคำนึงเพื่อให้การบริหารงานประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย เงิน (money) วัตถุดิบ (materials) เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ (machine or equipment) และแรงงาน หรือคน (man) องค์ความรู้ในการบริหารงาน สมัยใหม่จะต้องคิดถึงองค์ประกอบสำคัญดังกล่าว เพื่อพิจารณากำหนดเป้าหมายขององค์กร ว่าจะมีทิศทางหรือแนวทางในการบริหารองค์กรอย่างไร แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาระบบการบริหารงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรตามโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันสูง จึงมีการสร้างระบบการบริหารงานที่เน้นคนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหารงานสมัยใหม่ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายขึ้น จึงได้มีแนวความคิดในการบริหารคนหรือทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรของตน เพื่อความสำเร็จและบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพร จุ้ยใจงาม ที่พบว่าเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เข้ามาสนับสนุนการบริหารงานขององค์กร จะสามารถช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมให้ยืนได้ด้วยตัวเองในสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เพราะเนื่องจากประเทศไทยต้องยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญของสังคมไทย หรือองค์กรต้องให้ความสนใจ เพราะว่าการบริหารจัดการจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รศ.พรชัย เทพปัญญาที่กล่าวถึงโลกในอนาคตเป็นโลกที่ทำงานในสิ่งแวดล้อมที่เป็นพลวัตมากขึ้น การแข่งขันจะมีอัตราที่สูงขึ้น และเป็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของความคาดหวังทางสังคมเพิ่มขึ้น และจะกดดันเรียกร้องในองค์กร มีการปรับตัวเพื่อแสวงหาแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเฉพาะการพยายามให้เกิด “ การมีส่วนร่วม (Participation) ” มากขึ้น “ การให้อำนาจ (Empowerment) ” “ การเข้าไปเกี่ยวข้อง (Involvement) ” “ การทำงานเป็นทีม



(Teamwork) ” ทั้งหมดจะต้องพัฒนา ไปพร้อม ๆ กัน โดยผ่านกระบวนการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความมั่นใจจาก องค์ประกอบสำคัญข้างต้น คือ บุคคล (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (materials) และ การจัดการ (management) หรือกระบวนการทางบริหาร (Administration)

2. ปัญหาขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

จากผลการวิจัยพบว่า แม้ธุรกิจเพื่อสังคมจะมีความเหมือนธุรกิจปกติทั่วไป ในแง่ของการที่กิจการอยู่ได้ด้วยการแสวงหากำไร แต่ธุรกิจเพื่อสังคมมีความต่างจากธุรกิจทั่วไปในหลายประการ เริ่มตั้งแต่ผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจเพื่อสังคม จะไม่ใช่สินค้าตลาดทั่วไป ที่มุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ แต่จะถูกผลิตหรือออกแบบให้ใช้งานเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมหรือสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อภิญาเอียดจ้อย, 2555) ที่พบว่ากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อสังคม ก็เป็นไปเพื่อส่งมอบประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ส่งมอบ ผู้จัดจำหน่าย ผู้ประกอบการรายย่อย และพนักงาน ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่าอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจปกติ ที่คำนึงถึงการส่งมอบประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสังคม ต้องแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการเงินลงทุนที่ได้รับโดยไม่ให้ขาดทุน (Non-loss) สร้างเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้เพียงพอที่จะหล่อเลี้ยงกิจการ โดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาคหรือเงินอุดหนุนจากภายนอก เรียกได้ว่าเป็นธุรกิจที่มุ่งสร้างคุณค่าสูงสุด (Maximize Value) ให้แก่สังคม

ปัจจัยเสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เสริมสร้างความยั่งยืนทางสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มี 8 ประการ ได้แก่ 1. บุคลากร เจ้าหน้าที่ทุกคนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม จะต้องมุ่งมั่น ทุ่มีเท และเสียสละกับการทำงานด้วยจิตกุศลและเป็นจิตสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของสังคม องค์กร และประเทศชาติ 2. องค์กรที่มีการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพระยะยาวของทั้งองค์กรเอง ควบคู่ไปกับของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องจะสามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน 3. ปัจจัยอื่นที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ ค่านิยมองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย แนวทางสู่การพัฒนาอย่าง



ยั่งยืน และแผนกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน 4. สิ่งที่ทำหายในการสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน คือ การทำให้คนในองค์กรเข้าใจว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนไม่ใช่การทำการกุศล แต่เป็นการสร้างสำนึกที่ดีอยู่ในกระบวนการพัฒนา อุปสรรคที่เด่นที่สุด คือ ความยากในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความเข้าใจจนยอมรับกระบวนการทำงาน การสร้างแรงจูงใจ ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ทุกคนในองค์กรขนาดใหญ่พูดและเข้าใจไปในแนวเดียวกัน แต่ต้องใช้หลักค่อยเป็นค่อยไป ไม่ใจร้อน เพราะเป็นเป็นเรื่องที่ต้องเต็มใจเปลี่ยนแปลง 5. ปัจจัยเสริมเชิงนโยบายในการสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นควรมีจัดการผลกำไรโดยให้มีการแบ่งปันคืนสู่สังคม การสร้างสถานะมั่นคงทางการเงินโดยยึดหลักทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงและประหยัด จัดการการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม การจัดการความรับผิดชอบต่อคุณค่าสินค้าด้วยการผลิตสินค้าคุณธรรมหรือสินค้าไร้พิษ การจัดการความยั่งยืนขององค์กรด้วยทุกคนต้องยึดหลักธรรมะ “ซื่อสัตย์” ร่วมกัน และการบรรเทาปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมโดยสิ้นเชิง 6. ควรกำหนดนโยบายที่ทำให้สังคมได้รับความช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรม คือ นำผลกำไรจากธุรกิจมาช่วยเหลือสังคม และเอื้อให้ประชาชนเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้สะดวกมากขึ้น 7. ควรมีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอของการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ทั้งด้านการดำเนินการและด้านบริการ และ 8. การกำหนดนโยบายเพื่อผลักดันไปสู่ภาคปฏิบัตินั้นย่อมมีปัญหา ที่ผู้ปฏิบัติต้องปรับแก้ตามสถานการณ์จริงเมื่อนำไปปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (มาลัยแก้ว รังสิสุริยนต์, 2542) ที่กล่าวถึงกิจการเพื่อสังคมยังสามารถพิจารณาและปรับเปลี่ยนรูปแบบทางธุรกิจที่ดำเนินอยู่ หรือจัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยมีพันธกิจในการดำเนินงานที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง ในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (social enterprise : SE) หรือในรูปแบบที่เรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม (social business : SB) ความยั่งยืนในกรณีนี้จะเกิดขึ้นจากการที่องค์กรมีความมุ่งประสงค์ที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมโดยตรง มิใช่การหวังผลกำไรในทางธุรกิจเป็นหลัก แต่เป็นการดำเนินธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ด้วยวิถีทางที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้

แนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทาง



เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ดังนี้

แนวปฏิบัติขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

1. การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่ต้องการพัฒนาตัวเองไปสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจนั้นจะต้องมุ่งมั่นและเอาจริงนับตั้งแต่เริ่มต้น ด้วยการกำหนดความคิดของตนให้อยู่ในแนวทางธุรกิจเพื่อสังคมอย่างมั่นคง เข้มแข็ง กำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นเข็มทิศชี้ทางเดินที่ถูกต้องไว้แต่ต้น เพื่อเป็นหลักประกันว่าแนวปฏิบัติขั้นตอนต่อไปจะอยู่ในแนวทางที่เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ยั่งยืนได้จริง

2. การกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร เป็นการสร้างความชัดเจนของวัตถุประสงค์ขององค์กรแล้ววางแนวทางที่จะไปสู่จุดนั้นซึ่งผ่านการศึกษาวิเคราะห์แล้วเป็นอย่างดีว่าเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพสังคมภายนอกที่องค์กรดำรงอยู่ และสอดคล้องกับความเข้มแข็งหรืออ่อนแอขององค์กร

3. การกำหนดกรอบในการจัดทำโครงการหรือกิจกรรม เป็นการจัดหาเครื่องมือที่จะนำพาขับเคลื่อนแผนกลยุทธ์ไปสู่ภาคปฏิบัติโดยกำหนดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันนั้นๆ ไม่ให้เล็กหรือใหญ่เกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่ความสูญเสียได้ทั้งสองทาง จึงจำเป็นต้องกำหนดกรอบไว้แล้วดำเนินการตามนั้นให้สำเร็จ

4. การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นเทคนิควิธีการตลาดทั่วไปของธุรกิจทุกประเภทจำเป็นต้องมี แตกต่างกันแต่สำหรับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมจะต้องเข้มงวดเรื่องการสร้างเครือข่ายอย่างมีคุณธรรมสูงกว่าธุรกิจทั่วไป เพราะคุณธรรมจะเป็นสิ่งผูกมัดให้เครือข่ายที่สร้างขึ้นสำเร็จนั้นมีความยั่งยืนที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรด้วย

5. การสร้างกระบวนการบริหารจัดการภายใน เป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะชี้ขาดความสำเร็จในการสร้างความยั่งยืนของทุกองค์กร เปรียบเสมือนการจัดทรัพยากรทุกชนิด ทั้ง วัตถุดิบ เครื่องมือ เงินทุน และที่สำคัญที่สุดคือทรัพยากรบุคคลที่ไม่เพียงแต่ต้องมีให้เพียงพอเท่านั้น แต่ต้องผ่านการฝึกฝนขัดเกลาให้สามารถขับเคลื่อนกระบวนการภายในทุกองคาพยพไปพร้อมๆ กันได้

6. การกำหนดตัวชี้วัดและเกณฑ์เพื่อการประเมินผลสัมฤทธิ์ขององค์กร อย่างน้อย 4 ด้าน คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต และ ด้านความยั่งยืน



ทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อทราบคุณภาพของผลงานที่ได้รับ และแสวงหาจุดบกพร่องของกระบวนการทำงานเพื่อแก้ไขต่อไป

ซึ่งสอดคล้องกับบทความงานวิจัยของ (Diochon, M. & Anderson, A. R, 2009) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีส่วนต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมคือกิจกรรมสนับสนุนในกระบวนการดำเนินงานภายในขององค์กร โดยถึงแม้ว่ากิจการเพื่อสังคมจะมีกระบวนการดำเนินงานจากกิจกรรมหลักที่มีประสิทธิภาพและครบถ้วนแค่ไหน แต่ถ้าหากขาดกระบวนการดำเนินงานจากกิจกรรมสนับสนุนภายในองค์กร ผลลัพธ์ของกิจการเพื่อสังคมนั้นๆ ก็ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ, 2552) ที่กล่าวถึงการกำกับดูแลกิจการ และบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส เราจะดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ เพื่อสร้างสรรค์สนับสนุนสังคม สร้างความแข็งแกร่งให้กับ ปรัชญาองค์กร พันธกิจ องค์กร และแนวทางการปฏิบัติงาน องค์กร กำกับดูแลและบริหารจัดการองค์กรด้วยความโปร่งใส รักษาความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจต่อองค์กรเป็นสำคัญ การเสริมสร้างให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ การดำเนินธุรกิจที่สร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ผู้บริโภค พนักงาน เกษตรกร ชาวประมง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจ ซึ่งทั้งหมดถือเป็นหุ้นส่วนที่ต้องเดินไปด้วยกันบนวิถีความยั่งยืน เช่น ปลาที่ใช้ในกระบวนการผลิตต้องได้มาจากการทำประมงที่ยั่งยืน สิ่งเหล่านี้เป็นกลไกที่เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาได้ เช่น การสร้างเงื่อนไขในการทำธุรกิจ การให้ความรู้ การปลูกฝังจิตสำนึก เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับทุกภาคส่วนสังคม

แนวปฏิบัติของภาคประชาคม

1. การรับรู้ของประชาคมต่อองค์กร การรับรู้เรื่องราวกิจกรรมขององค์กรโดยประชาคมย่อมส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีมากกว่าผลลบ และแม้บางสถานการณ์ที่เป็นผลลบ การรับรู้อย่างต่อเนื่องก็สามารถยับยั้งปรับเปลี่ยนได้ง่าย การรับรู้จึงเป็นสิ่งเราจำเป็นต้องดำรงอยู่อย่างต่อเนื่อง

2. การมีจิตสำนึกเป็นเจ้าขององค์กร จิตสำนึกเป็นเจ้าของจะเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกก่อนจนเกิดความรู้สึกผูกพัน เห็นคุณค่าการมีอยู่ขององค์กรคู่กับประชาคม ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคมเท่านั้นที่จะสร้างแนวทางนี้ได้สำเร็จ



3. การสนับสนุนสินค้าหรือบริการขององค์กร แนวปฏิบัตินี้จะเป็นผลสืบเนื่องจากแนวปฏิบัติที่ 1. และ 2. สิ่งสำคัญคือองค์กรต้องรักษาภาพที่เป็นคุณนี้ไว้ให้ยั่งยืนให้ได้ ด้วยการเอาใจใส่ต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการ รวมถึงการเฝ้าระวังผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดแก่ชุมชน ต้องได้รับการแก้ไขและสื่อสารโดยเร็ว

4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร การมีส่วนร่วมของประชาคมต่อองค์กรจะเป็นดัชนีชี้วัดความยั่งยืนขององค์กรที่ดีที่สุดที่จะทำให้องค์กรได้รับรู้ความรู้สึกของชุมชนและประชาคม การที่มีผู้ถอยห่างออกไปจากการมีส่วนร่วมจะเป็นสิ่งบอกเหตุให้องค์กรต้องเร่งสำรวจข้อบกพร่องของตัวเองและรีบแก้ไข

5. การเข้ามาเป็นหุ้นส่วนขององค์กร สิ่งยึดเหนี่ยวระหว่างองค์กรกับชุมชนหรือประชาคมที่แนบแน่นที่สุดคือการมีส่วนร่วมกันในการได้รับผลประโยชน์จากธุรกิจขององค์กร การมีโอกาสได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนของสมาชิกในชุมชน หรือประชาคมย่อมแสดงถึงคุณค่าแห่งความยั่งยืนขององค์กร

6. การประเมินผลกระทบจากองค์กรที่มีต่อประชาคม ถ้าประชาคมมีส่วนในการประเมินผลกระทบจากองค์กรต่อชุมชนด้วย ก็จะทำให้เกิดความไว้วางใจระหว่างกัน

ภาคประชาสังคม คือการสร้างสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งหรือส่วนของสังคมที่มีประชาชนเป็นผู้แสดงบทบาทหลัก พื้นที่ดังกล่าวจึงไม่ใช่ภาครัฐ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่โดยมีกฎหมายรองรับ และภาคธุรกิจเอกชนที่เน้นดำเนินงานโดยมุ่งแสวงหาผลกำไรในพื้นที่ประชาสังคม ประชาชนทั่วไปเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการที่เป็นอิสระจากภาครัฐ และอยู่นอกบริบทการแข่งขันทางการเมือง ซึ่งกลุ่มและผู้กระทำการทางสังคม อาจมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต วิธีคิดอันหลากหลายมาร่วมกันในกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล ถกเถียง แลกเปลี่ยนความคิด สร้างเอกลักษณ์และความเห็นร่วมกัน รวมถึงต้องมีจุดมุ่งหมายร่วมในการพิทักษ์หรือเพิ่มพูนผลประโยชน์สาธารณะบางประการให้กับสังคม โดยลักษณะของพื้นที่ดังกล่าวสามารถเข้าไปปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่ทางการเมือง และทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจระหว่างสามพื้นที่ดังกล่าวนี้ด้วย ขณะที่ภาคธุรกิจชั้นนำในระดับโลกเขาจะหาเชิงรุกเพื่อจะช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างไรที่จะมองเรื่อง “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” หรือ Sustainability เป็นสำคัญ ด้วยความคิดที่ว่า “ทำให้ธุรกิจของคุณแตกต่างจากคู่แข่งให้ได้” ซึ่งหากเราไม่สามารถตอบโจทย์ก่อนคู่แข่ง เมื่อถึงเวลาที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจจะส่งผลเสียต่อ



ธุรกิจของเรามากกว่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ, 2552) ที่กล่าวถึงความยั่งยืนคือ หัวใจสำคัญของการจัดการความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ส่วนการยกระดับคุณภาพสังคม เราต้องมองย้อนไปถึงแก่นขององค์กรว่า เราได้ทำความดี หรือมีความรับผิดชอบต่อสังคมจริงหรือไม่ ซึ่งผู้บริหารระดับสูงต้องมองถึงการคิดเชิงกลยุทธ์ การบริหารจัดการในการลงทุน โดยต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและบทบาทที่จะมีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพสังคม ดังนั้น แนวคิดแบบเดิมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR เราเห็นจากหลายบริษัทที่ทำกิจกรรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม เช่น สนับสนุนโครงการปลูกป่า สร้างฝายชะลอน้ำ หรืออื่นๆ แต่ก็ไม่สามารถเทียบได้กับการมีธุรกิจที่ใช้จ่ายมาแมลงและส่งเสริมให้ใช้สารเคมีอย่างปลอดภัย รวมถึงไม่ไปทำลายสิ่งแวดล้อม การเผาป่า และบุกรุกพื้นที่ในการทำธุรกิจ

ดังนั้นเราต้องกลับมาถามตัวเองเรื่องแก่นของธุรกิจว่าเรามีส่วนในการส่งเสริมความดีหลักหรือไม่ หากสามารถทำได้ก็จะมีส่วนในการยกระดับในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากบริษัทต้องการมีความยั่งยืนต่อไปในอนาคตข้างหน้าและนำหน้ากว่าบริษัทอื่นๆ การดำเนินธุรกิจในกลุ่มธุรกิจเชิงรุกรวมถึงการสร้างนวัตกรรมเพื่อมารองรับในการปฏิบัติจะเป็นส่วนช่วยให้บริษัทเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน บริหารความเสี่ยงในระยะยาว และช่วยยกระดับคุณภาพสังคมได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (อภิญา เอียดจ้อย, 2555) ที่ให้ความสำคัญกับภาคประชาชนทั่วไป ที่เราจะต้องมองย้อนกลับมาถามตัวเองว่าการใช้ชีวิตหลักๆ ของเรามีส่วนในการเข้าเติมปัญหาในสังคมมันรุนแรงขึ้นหรือไม่ ตั้งแต่การเลือกใช้สินค้าในฐานะผู้บริโภค การเลือกลงทุนหรือมีทรัพยากรส่วนเกิน เช่น เวลา เงิน และความคิด มาช่วยกับสังคมได้อย่างไรบ้าง

แนวปฏิบัติของภาครัฐ

1. การกำหนดการส่งเสริมเชิงนโยบาย
2. การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารและพัฒนาองค์ความรู้
3. การสร้างจิตสำนึกในการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
4. การสนับสนุนให้มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่

สมบูรณ์

5. การส่งเสริมการลงทุน



6. การสนับสนุนการทำกิจกรรม

7. การส่งเสริมด้วยมาตรการทางภาษี

ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการรายใหม่ (New social entrepreneurs) ซึ่งเป็นองค์กรที่ประเทศไทยควรให้การสนับสนุนเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันไทยกำลังตื่นตัวกับกระแสการสร้างผู้ประกอบการใหม่เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่สนใจจัดตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแล้วยังมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อม อีกด้วยว่าองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่มักจะประสบปัญหาทางด้านเงินทุนเป็นอย่างมากทั้งในการระดมเงินทุนเริ่มต้นกิจการและเงินทุนในการขยายกิจการ เพราะองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมนั้นมักมีผลตอบแทนด้านการเงินต่ำ ทำให้การเข้าถึงเงินทุนเชิงพาณิชย์จากแหล่งอื่น เช่น การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน หรือการระดมจากตลาดทุนแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย นอกจากนี้การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ลำสัน เลิศกุลประหยัด, 2555) ที่กล่าวถึงองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมประเภทนี้ จะมีความตั้งใจเข้ามาทำกิจกรรมเชิงธุรกิจเพื่อสังคมแต่อาจขาดประสบการณ์และขาดทักษะการบริหารจัดการเชิงธุรกิจที่เหมาะสม ดังนั้น แหล่งเงินทุนที่เหมาะสมสำหรับกิจการในกลุ่มนี้มากที่สุดควรจะเป็นกองทุนร่วมลงทุนในลักษณะของธุรกิจเงินร่วมลงทุนเพื่อสังคม (Venture Philanthropy) เป็นหลัก ทั้งนี้มีเหตุผลสนับสนุนหลายประการ อาทิเช่น มูลนิธิต่างๆ มักมีนโยบายให้การสนับสนุนเป็นรายโครงการมากกว่าการเข้ามาช่วยกิจการทั้งบริษัท การบริจาคขององค์กรการกุศลต่างๆ มักมีข้อจำกัดเรื่องของงบประมาณที่ไม่เพียงพอมูลนิธิหลายแห่งมักเน้นการจัดสรรเงินทุนโดยคำนึงถึงความต้องการใช้เงินทุนของโครงการมากกว่าผลประกอบการที่ผ่านมาของวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือการที่มูลนิธิส่วนมากจะไม่เข้ายุ่งเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมทำให้ธุรกิจเงินร่วมลงทุนในลักษณะ Venture Philanthropy น่าจะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมประเภทนี้ในประเทศไทย



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปประกอบการพิจารณาและประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทาง รูปแบบการบริการจัดการและพัฒนาองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการเพิ่มระดับความเข้มข้นของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งเพื่อการสร้างการรับรู้ทางเทคนิค ความเข้าใจในกระบวนการ และ ทราบช่องทางการเข้าถึงมาตรการต่างๆขององค์กรเหล่านั้น

2. ภาครัฐต้องทุ่มเทในการรณรงค์และส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมให้มากกว่าการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะส่งผลต่อสังคมแบบไม่ยั่งยืน

3. องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมรายใหม่ส่วนใหญ่จะขาดปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ นั่นคือ ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ดังนั้นการส่งเสริมให้ธุรกิจเกิดได้ไม่สำคัญเท่ากับการช่วยเหลือด้านการตลาดให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้

4. ปัจจุบันกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในประเทศไทยยังไม่ได้เป็นที่รู้จักมากนัก ส่วนใหญ่มักทับซ้อน และถูกเข้าใจไปในเรื่องของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility - CSR) อีกด้วยดังนั้น สิ่งที่ควรส่งเสริม คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งกับผู้ประกอบการหรือบุคคลทั่วไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากผลการวิจัยที่พบว่าปัญหาที่ทุกองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมประสบอยู่คือการผลักดันนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ทุกตัวอย่างสามารถแก้ปัญหานี้ได้ตามสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เรื่องยืนยันว่าทุกองค์กรจะสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเองเสมอไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่เกิดขึ้นใหม่ ยังขาดประสบการณ์ อาจไม่สามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง และย่อมมีเป็นจำนวนมากด้วย ดังนั้น ภาครัฐ จึงควรแสวงหาความร่วมมือในการพัฒนาทักษะและกระบวนการนี้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่องด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ทั้งเกษตรโดยตรงและการแปรรูป ในอนาคตจึง



เห็นสมควรให้มีการทำการวิจัยหัวข้อนี้กับภาคเกษตรเพิ่มเติม เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงยั่งยืนในภาคเกษตรกรรม

2. ควรมีผู้ทำการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมในเชิงการตลาดโดยเฉพาะ เป็นการศึกษาสภาพปัญหาที่แท้จริงเกี่ยวกับช่องทางในการแก้ปัญหาการแข่งขันเสรีที่เป็นอุปสรรคของการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมที่สำคัญ

3. จากการที่กิจการเพื่อสังคมเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีคุณธรรมเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและสร้างความยั่งยืนให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องแต่ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รับรู้กันในวงกว้าง จึงยังมีการศึกษาในเรื่องดังกล่าวไม่มาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าน่าจะมีการส่งเสริมเผยแพร่ลักษณะการประกอบการดังกล่าวให้กว้างขวาง และทำการศึกษาถอดแบบความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จในประเทศออกมาให้เป็นความรู้ เผยแพร่สู่สาธารณะ เพื่อที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้สนใจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ. (2552). *การวิจัยเพื่อการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงใน ภาคธุรกิจ ระยะที่ 1 : การพัฒนาเครื่องมือสำหรับกรวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)).
- มาลัยแก้ว รังสิริยันต์. (2542). *ทัศนคติของพนักงานบริษัทในเครือปิ่นทองที่มีต่อมาตรการด้านการบริหารงานบุคคลในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ*. วิทยานิพนธ์พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ล่าสัน เลิศกุลประหยัด. (2555). *ธุรกิจเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่*. วารสาร เศรษฐและนโยบายสาธารณะ สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อภิญา เอียดจ้อย. (2555). *การบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบกิจการเพื่อสังคม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Diochon, M. & Anderson, A. R. (2009). Social enterprise and effectiveness: a process typology . *Social Enterprise Journal*, 5(1), 7-29.