

แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
ตามหลักการของมูฮัมหมัด ยูนุส*
THE GUIDELINES FOR SOCIAL BUSINESS DEVELOPMENT IN THAILAND
ACCORDING TO THE PRINCIPLES OF MUHAMMAD YUNUS

ศราวุธ นาควิตยานนท์

Sarawoot Nakvittayanon

ศยามล เจริญรัตน์

Sayamol Charoenratana

อุณเรือน เล็กน้อย

Unruan Leknoi

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Chulalongkorn University, Thailand

E-mail: sarawootza5@msn.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมูฮัมหมัด ยูนุส 2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานและความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมมาใช้ในธุรกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยตามหลักการของศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูนุส โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการดำเนินการ 2 ส่วน คือ 1) การวิจัยเอกสาร และ 2) วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้รูปแบบเทคนิคเดลฟาย ซึ่งจะให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 17 คน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิแบ่งออกเป็นกลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากหน่วยงานภาครัฐบาล 2) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากหน่วยงานภาคเอกชน 3) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากนักวิชาการที่มีประสบการณ์การทำงาน 4) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือธุรกิจเพื่อสังคมที่สังกัดสมาชิกของสมาคมธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยค้นพบว่าสถานการณ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมตามแนวทางของยูนุสในประเทศไทย ในแง่มุมทางกฎหมายถือว่าเป็นเรื่องล่าช้า แต่ภาครัฐเริ่มมีการให้ความสำคัญด้วยการเพิ่มโอกาสในการลงทุน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม ในด้านกฎหมาย องค์กรส่วนใหญ่ได้นิยามตามกฎหมายเพื่อเป็นประโยชน์ในการระบุงิการที่

* Received February 19, 2022; Revised May 11, 2022; Accepted June 1, 2022

เข้าเกณฑ์ในการได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล ประกอบกับระบบการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามกฎหมาย การจดทะเบียนดังกล่าวไม่ได้ให้สถานะความเป็นนิติบุคคลกับผู้จดทะเบียน ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจเพื่อสังคมทั้งที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมและไม่ได้จดทะเบียนจึงมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย

คำสำคัญ: ธุรกิจเพื่อสังคม, มูฮัมหมัด ยูนุส, การพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม

Abstract

The objectives of this research article were to: 1) study and analyze the social business concept of Muhammad Yunus 2) to study the implementation and feasibility of applying the social business concept into social business in Thailand. 3) to suggest guidelines for promoting social enterprises in Thailand for accordance with the principles of Professor Muhammad Yunus, using research methods in the form of qualitative research consisting of 2 parts: 1) documentary research and 2) methods of in-depth interviews with experts using the Delphi technique, which will use 17 qualified experts, with experts divided into groups as follows: 1) Qualified experts from state agency 2) Qualified persons from private sectors 3) Qualified persons from academics with working experience 4) Qualified persons from social enterprises or social business affiliated with members of the association Social Business of Thailand. Situation of social business operations according to Yunus guidelines in Thailand from a legal point of view, it's a delay. But the government has started to focus on increasing investment opportunities. Problems and obstacles to running social enterprises and social business legally, most organizations define the law to be useful in identifying enterprises eligible for government promotion. Together with the registration system as a legal social enterprise. Such registration does not give the registrant the status of a legal entity. As a result, social business, both registered and unregistered social enterprises, have a variety of organizational forms.

Keywords: Social Business, Muhammad Yunus, Social Business Development

บทนำ

ประเทศไทยกับสถานการณ์การแบ่งแยกชนชั้น นับวันยิ่งมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ด้วยปัญหาทางทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของประเทศไทยส่งผลให้เกิด



ช่องว่างระหว่างคนจนและคนรวยห่างขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความเหลื่อมล้ำเสียจนคนจนไม่สามารถแข่งขันได้อย่างเท่าทันคนรวย หรือด้วยเหตุปัจจัยบางประการที่คนรวยมีโอกาสมากกว่าคนจนในเชิงเศรษฐกิจตั้งแต่เริ่มต้น จึงส่งผลให้เกิดโอกาสที่ตามมาในการที่จะทำให้คนรวยยิ่งรวยมากขึ้น เมื่อเทียบกับโอกาสที่คนจนจะได้รับในชีวิต เมื่อมองในแง่ความเป็นจริง คนจนแทบจะไม่มีโอกาสแข่งขันกับคนรวยได้เลยทั้งในแง่ของทรัพย์สิน การเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ จึงทำให้คนจนยิ่งจนลงนั่นเอง หรือเรียกสถานการณ์นี้ได้ว่า ปรากฏการณ์แมทธิว (Matthew Effect) (Merton, R. K., 1968) เมื่อเกิดปัญหาสถานการณ์ดังกล่าวมาข้างต้นการช่วยเหลือสังคมในภาคธุรกิจจึงถือกำเนิดขึ้น หลังจากนั้นองค์กรภาคธุรกิจเริ่มมีแนวคิดในการตระหนักถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้ริเริ่มให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาของสังคมจนมีวิวัฒนาการเกิดขึ้นหลากหลายรูปแบบ มีกฎเกณฑ์ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่ชัดเจน ต่อมาเริ่มมีแนวคิดที่ให้ภาคธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคมโดยแบ่งกำไรส่วนหนึ่งมาทำประโยชน์ให้กับสังคม การดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ให้กับกิจการและสังคมไปพร้อมกันเพื่อความสำเร็จในระยะยาวมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน (Beschoner, T., 2013)

อย่างไรก็ตามนับได้ว่าแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ก็ถือเป็นแนวคิดที่เป็นจุดเริ่มต้นของการแก้ไขปัญหาสังคมผ่านรูปแบบการดำเนินกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม แต่ทั้งนี้ยังคงมีแนวคิดองค์กรที่ตระหนักถึงสังคมที่มีความน่าสนใจอีกรูปแบบหนึ่ง คือ “แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business)” ถือ เป็นหนึ่งในแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านสังคมผ่านรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ให้บรรลุเป้าหมายให้เกิดผลสำเร็จในระดับที่ก่อให้เกิดการส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่มีทั้งหมด 17 ข้อ ตามที่องค์กรสหประชาชาติ (United Nations : UN) เป็นระยะเวลา 15 ปี ตั้งแต่ปี 2016 - 2030 ได้ประกาศให้เป็นเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาของโลก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูनुส ที่ได้กล่าวว่า หากวาระการพัฒนาหลังปี พ.ศ. 2573 ต้องการจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ จำเป็นจะต้องสร้างแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมให้สามารถตอบเป้าหมาย 3 ประการ (Yunus, M., 2009) ได้แก่ 1) สิ้นความยากจน (Zero Poverty) 2) ไร้การว่างงาน (Zero Unemployment) 3) การปล่อยก๊าซคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Zero net Carbon Emissions) นอกจากนั้นผลสำเร็จของแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ของศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูनुส มีส่วนช่วยในการแก้ไขปัญหาความยากจน และพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน โดยแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูनुส สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ประเภทที่หนึ่ง social business type I ที่เป็นธุรกิจแสวงหาผลกำไรที่ไม่สุญเงินต้น - ไม่ปันผลกำไร (non-loss, non-dividend company)

สามารถรับเงินลงทุนคืนเฉพาะเงินต้นเท่านั้น ไม่มีการจ่ายดอกเบี้ย ไม่มีการปันผลจากกำไรที่เกิดจากธุรกิจ โดยกำไรทั้งหมดจะคงไว้ในกิจการเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาสังคม และ 2) ประเภทที่สอง social business type II ที่เป็นธุรกิจแสวงหากำไรและสามารถปันผลได้ (profit-making company) แต่ต้องอยู่บนเงื่อนไขว่าผู้ถือหุ้น หรือเจ้าของกิจการจะต้องเป็นผู้ยากจนและผู้ด้อยโอกาสเท่านั้น แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จเป็นที่ประจักษ์มากในประเทศไทย เนื่องจากเป็นประเทศบ้านเกิดของศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูनुส และเป็นประเทศต้นแบบของแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม ปัจจุบันมีการตั้งสถาบัน Yunus Social Business (YSB) เป็นกองทุนธุรกิจเพื่อสังคมและผู้ริเริ่มทางสังคม (Yunus, M., 2009)

จากสาเหตุดังกล่าวจึงเป็นที่มาของงานวิจัยครั้งนี้ที่มุ่งเน้นศึกษาเพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ว่าแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เพื่อให้เป็นไปตามแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของ มุฮัมมัด ยูनुส ควรเป็นอย่างไร และมีโอกาสสำเร็จมากน้อยอย่างไร เพื่อนำไปสู่การสร้างสังคมยั่งยืนให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมุฮัมมัด ยูनुส
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานและความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมมาใช้ในธุรกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ในประเทศไทยตามหลักการของศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูनुส

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยตามหลักการของมุฮัมมัด ยูनुส ในครั้งนี้จะเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยไปสู่แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ตามหลักการของ ศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูनुส โดยผู้วิจัยได้นำเทคนิคการเก็บข้อมูลแบบ (Delphi Technique) มาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงมากที่สุด

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การเลือกกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่มที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และให้ความร่วมมือในการทำวิจัย ทั้งในระดับผู้บริหาร ระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ ในกรณีที่กลุ่มเป้าหมายไม่สมัครใจยินยอมให้ข้อมูล ตอบคำถามไม่ได้ คุณสมบัติไม่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้จะทำการคัดออกจากการเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ และในกรณีที่ผู้ทรงคุณวุฒิมีความประสงค์ไม่ต้องการให้แสดงข้อมูลส่วนบุคคล



ผู้วิจัยจะดำเนินการตามหลักการจริยธรรมการวิจัยอย่างเคร่งครัด โดยแบ่งกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 17 ท่าน ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดจะต้องมีความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม และธุรกิจเพื่อสังคม ตรงตามเงื่อนไขที่ผู้วิจัยได้กำหนดได้แก่

1. ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากหน่วยงานภาครัฐบาล จำนวน 3 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิมาจาก สถาบันไทยพัฒน์ เจ้าหน้าที่นโยบายสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม และอาจารย์ประจำวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 5 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิมาจาก บริษัท อิมเมจ พลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด บริษัท บัดดี้โฮมแคร์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด บริษัท ป่าสาละ จำกัด บริษัท มิงเกิล คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท อาซิฟ โซเชียลเอนเทอไพรส์ จำกัด
3. ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากนักวิชาการที่มีประสบการณ์การทำงาน จำนวน 3 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิมาจาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม และนักวิชาการสถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน
4. ผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ ธุรกิจเพื่อสังคมที่สังกัดสมาชิกของสมาคมธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (SE Thailand) จำนวน 6 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิมาจาก บริษัท ธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มูลนิธิมือต่อมือ มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก สถานสงเคราะห์เด็กบ้านเวียงพิงค์ มูลนิธินิมิตใหม่เพื่อชีวิต และบริษัท เรย์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 การสร้างแบบสัมภาษณ์โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique)

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) มีรายละเอียดและขั้นตอนสรุปได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับขั้นตอนแรกจะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In debt Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นในเชิงลึก ซึ่งในแบบสัมภาษณ์นี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอนย่อย คือ ตอนที่ 1 การสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทราบถึง เพศ อายุ ประวัติการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งงานในปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม และข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อ ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นด้านแนวคิดการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม ตอนที่ 3 ความคิดเห็นในสถานการณ์ปัจจุบัน ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการคาดการณ์ในอนาคต และตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาโยบายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อสังคม โดยทั้งหมดเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open

Ended Questions) ในการสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยจะสอบถามเกี่ยวกับเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมและธุรกิจเพื่อสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย สถานการณ์แนวโน้มในการเปลี่ยนรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมไปสู่ธุรกิจเพื่อสังคมในไทย การแก้ไขปัญหาความโปร่งใสในการปันผลกำไรให้กับผู้ถือหุ้นสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมเทียบกับธุรกิจเพื่อสังคม โอกาสในการเติบโตในอนาคตเมื่อเทียบกับวิสาหกิจเพื่อสังคมเทียบกับธุรกิจเพื่อสังคม

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งที่ 1 หลังจากได้ข้อมูลในครั้งที่ 1 แล้ว ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปข้อมูลและรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลดังกล่าวมาสู่การออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งที่ 2

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างแบบสอบถามจากข้อมูลที่สรุปได้ในขั้นที่ 2 ในขั้นตอนนี้ จะเป็นการสร้างคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Questions) เกี่ยวกับความเป็นไปได้เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนจากรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมไปสู่แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมตามหลักการของมุฮัมหมัด ยูनुส ในประเทศไทย ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับธุรกิจเพื่อสังคม จุดแข็งของธุรกิจเพื่อสังคมในเรื่องความโปร่งใสของผู้ถือหุ้นและเรื่องปันผลกำไรที่มาช่วยแก้ปัญหาจากวิสาหกิจเพื่อสังคม ควรปรับเปลี่ยนวิสาหกิจเพื่อสังคมไปเป็นธุรกิจเพื่อสังคมใหม่ โดยอยู่ในรูปแบบคำตอบลักษณะมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert scale) ซึ่งจะเป็นชนิดมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

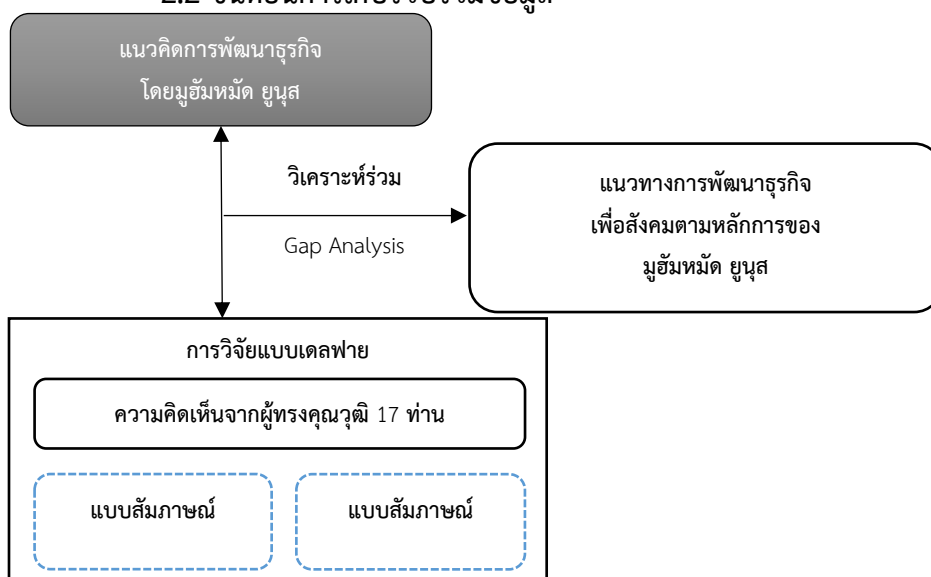
ขั้นตอนที่ 4 การเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ ในขั้นตอนนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาเกณฑ์วัดค่าเฉลี่ยระดับความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยยึดเกณฑ์ตามค่าที่ได้จากสูตรคำนวณของระดับขั้น หรือ ค่าพิสัย เท่ากับ 0.80 โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา (Descriptive Static) คือ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่ารวมหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode)

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ นำข้อมูลการวิเคราะห์ในขั้นต้นส่งกลับไปยังผู้ทรงคุณวุฒิทราบตำแหน่งของคำตอบแต่ละท่านตามข้อมูลทางสถิติที่ได้ตอบคำถามในรอบที่ 1 เพื่อต้องการให้ผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านทราบถึงคำตอบของแต่ละท่านในรอบที่ผ่านมาพร้อมกับทบทวนคำตอบใหม่อีกครั้ง และที่สำคัญจะต้องให้ข้อมูลการตอบคำถามของผู้ทรงคุณวุฒิทราบถึงคำตอบของแต่ละท่านว่ามีความแตกต่างกับผู้ทรงคุณวุฒิท่านอื่นหรือไม่ หากผู้ทรงคุณวุฒิท่านใดยืนยันคำตอบเดิมผู้ทรงคุณวุฒิท่านนั้นจะต้องแสดงเหตุผลประกอบในแบบสอบถามรอบที่ 2 นี้ด้วย และจึงนำแบบสอบถามรอบที่ 2 ที่ได้ทำการปรับปรุงตามขั้นตอนของเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เรียบร้อยแล้วไปสอบถามความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิในรอบสุดท้ายอีกครั้ง



ขั้นตอนที่ 6 การสรุปผลขั้นตอนที่ 5 และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ นำข้อมูลที่ได้จากครั้งที่ 5 มาปรับแก้และนำกลับไปถามผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งเป็นครั้งสุดท้าย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงสถิติตั้งระบุในรายละเอียดขั้นตอนที่ 4 จากนั้นนำข้อมูลมาสู่การสรุปผลข้อมูลและรายงานผลข้อคิดเห็นทั้งหมด

2.2 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล



ตารางที่ 1 รูปแบบขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

3. แนวคิดและทฤษฎี

3.1 แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business)

แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) โดยศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูนุส เริ่มต้นขึ้นในยุค 1970 เป็นช่วงที่บังคลาเทศเพิ่งผ่านพ้นสงครามประกาศอิสรภาพ ทำให้เศรษฐกิจในตอนนั้นเข้าสู่ภาวะถดถอยอย่างหนัก ส่งผลให้ประชาชนยากจนเป็นจำนวนมาก ซึ่งศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูนุสได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงตัดสินใจทิ้งอาชีพอาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ที่สหรัฐอเมริกา และบินกลับมาบ้านเกิดเพื่อฟื้นฟูประเทศของตนทันที ศาสตราจารย์ยูนุสได้กลับมารับหน้าที่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยอีกครั้งในบังคลาเทศ ซึ่งจากการทำงานและได้คลุกคลีกับบรรดาผู้ที่ยากจนจริง ๆ ในหมู่บ้าน โดยเฉพาะกลุ่มสุภาพสตรีที่ถูกกดขี่ด้วยสถานะทางสังคม เขาจึงพบว่าคนจนไม่ได้เกิดมาจากความขี้เกียจในการทำงานหรือการขาดแคลนทักษะในการทำงาน แต่มันเป็นผลมาจากความบกพร่องของนโยบายรัฐที่ละเลยในการสร้างโอกาสของการเข้าถึงทรัพยากรให้กับคนเหล่านี้อย่างเท่าเทียม นั่นทำให้เขารู้สึกว่าทฤษฎีที่ร่ำเรียนมานั้นเป็นแค่ “คำว่างเปล่า (Empty words)” ที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหายากจนได้อย่างแท้จริง ศาสตราจารย์ยูนุส เลยเริ่มตั้งคำถามกับตัวเองว่า “แล้วเราจะทำอย่างไร

ได้บ้าง เพื่อช่วยยกระดับชีวิตผู้อื่นให้ดีขึ้น” (Nurhayati, N., 2016) คำถามดังกล่าวจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจเพื่อสังคม โดยศาสตราจารย์ยูนุสได้ตัดสินใจก่อตั้งธนาคารกรามินหรือที่รู้จักกันในชื่อธนาคารหมู่บ้าน ซึ่งจะเลือกปล่อยกู้ให้เฉพาะกับกลุ่มคนยากจน พร้อมกับฝึกกฎทุกอย่างอย่างของธนาคาร ด้วยการเข้าถึงกลุ่มผู้ยากจนที่สุดของประเทศ สวนทางกับธนาคารที่มุ่งหาลูกค้าที่ร่ำรวย จึงเป็นที่มาที่ทำให้ก่อกำเนิดแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมขึ้น (สถาบันไทยพัฒน์, 2559)

โดยประเภทธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูนุส ได้ดังนี้ (Yunus, M., 2009)

ประเภทที่ 1 (Type I Social Business) คือ ธุรกิจที่ไม่สูญเสียเงินต้นและไม่ปันผลกำไร (non-loss, non-dividend) โดยเป็นการมุ่งแก้ไขปัญหาดังกล่าวเป็นสำคัญ มีการถือหุ้นโดยนักลงทุน หรือ บุคคลธรรมดา ซึ่งจะนำกำไรที่ได้จากการทำธุรกิจมาพัฒนาและขยายธุรกิจต่อเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นในประเภทที่ 1 นี้จะสามารถรับได้แค่เงินลงทุนที่เป็นเงินต้นคืนได้เท่านั้น ไม่สามารถรับเงินปันผลได้ ไม่มีการให้ดอกเบี้ย หรือเงินชดเชยอัตราเงินเฟ้อใด ๆ (Non-loss) และกำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจทั้งหมดจะต้องคงไว้ในกิจการเพื่อนำไปช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวและสิ่งแวดล้อม (Non - Dividend)

ประเภทที่ 2 (Type II Social Business) คือ ธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรและสามารถปันผลได้ แต่มีเงื่อนไขว่าเจ้าของธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นจะต้องเป็นผู้ยากจน และผู้ด้อยโอกาสเพราะเนื่องจากการปันผลกำไรนั้นถือเป็นการขจัดความยากจน เป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวตรงตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจเพื่อสังคมตั้งแต่ต้น

3.2 แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)

กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมอังกฤษ (Department of Trade and Industry UK, 2002) ได้ให้คำนิยามไว้ว่าเป็นองค์กรที่มีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ มีเป้าหมายหลัก คือ การช่วยเหลือสังคม โดยรายได้ที่มาจากกิจการดำเนินธุรกิจนั้นจะต้องนำไปพัฒนาองค์กรส่วนหนึ่ง หลังจากนั้นจะต้องนำไปพัฒนาสังคมให้มีความเจริญมากขึ้นเพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคมส่วนรวมและก่อให้เกิดประโยชน์ สำหรับผลกำไรที่ได้นั้นไม่ใช่ผลกำไรที่เพิ่มความมั่งคั่งของผู้ที่เป็นเจ้าของและผู้ที่เป็นผู้ถือหุ้นของกิจการ

แฮ็คเก็ต (Hackett, M., 2010) ได้ให้นิยามของ ธุรกิจเพื่อสังคมว่า เป็นกิจการที่เน้นเป้าหมายทางสังคมเป็นพื้นฐานหลักในการดำเนินงาน และส่วนเกินที่ได้จากการดำเนินกิจการจะนำกลับไปลงทุนทั้งในตัวธุรกิจและชุมชน เพื่อต้องการยึดจุดประสงค์ทางสังคมที่ได้ระบุไว้ มากกว่าการมุ่งสร้างผลกำไรสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นและเจ้าของกิจการเพียงอย่างเดียว

รัฐบาลสหราชอาณาจักร (British Government, 2002) ได้ให้นิยามธุรกิจเพื่อสังคมว่า ในการทำงานธุรกิจเพื่อสังคมนั้นผู้ดำเนินงานเศรษฐกิจเพื่อสังคม จะมีจุดประสงค์



หลักในการสร้างผลลัพธ์ทางสังคมมากกว่าการมุ่งหวังแค่เพียงหวังผลประโยชน์จากกำไรให้กับผู้ถือหุ้นและเจ้าของกิจการเพียงอย่างเดียว ธุรกิจเพื่อสังคมยังดำเนินการจัดหาสินค้าและบริการในรูปแบบของการประกอบกิจการ เพื่อจัดจำหน่ายในตลาด และนำผลกำไรที่ได้จากการดำเนินกิจการไปใช้เพื่อบรรลุดัตถประสงค์ที่ตั้งไว้ ธุรกิจเพื่อสังคมจะต้องดำเนินงานอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ผู้บริโภค สังคม และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทางการค้า

3.3 แนวคิดอื่น ๆ อันเกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อสังคม

นอกจากนี้จากการศึกษา SDG goal ที่ว่าด้วยเรื่องของความชอบธรรมในสังคมพบว่า เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มีทั้งหมด 17 เป้าหมาย (Goals) ภายใต้เป้าหมายหนึ่ง ๆ จะมีเป้าหมายย่อย ๆ เรียกว่า เป้าประสงค์ (Targets) มีจำนวนทั้งสิ้น 169 เป้าประสงค์ และเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าในการบรรลุเป้าประสงค์ต่าง ๆ ตัวชี้วัด (Indicator) จำนวน 232 ตัวชี้วัด ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อติดตามความก้าวหน้าของเป้าประสงค์นั้น ๆ (Sachs, J. D., 2012)

โดยในการวิจัยครั้งนี้สนใจศึกษาเป้าหมายที่เกี่ยวข้องหลัก 3 เป้าหมายด้วยกัน ได้แก่ เป้าหมายการพัฒนาที่ 1 ขจัดความยากจน เป้าหมายการพัฒนาที่ 2 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคน เป้าหมายการพัฒนาที่ 13 ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

การศึกษานี้ได้ทำการเก็บข้อมูลผ่านการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยได้รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เพื่อให้ทราบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมุฮัมมัด ยูनुส

จากสถานการณ์การดำเนินงานธุรกิจเพื่อสังคมตามแนวทางของยูनुสในประเทศไทย ผลการวิจัยข้อมูลสถานการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมในไทย พบว่า ในแง่มุมมองของกฎหมายที่ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสังคมในไทย ถือว่าเป็นกฎหมายที่เพ่งปรากฏนิยามของธุรกิจเพื่อสังคมในปี พ.ศ. 2562 เท่านั้น ดังนั้น จึงเห็นว่าในแง่มุมมองความสนใจทางกฎหมายถือว่าเป็นเรื่องล่าช้า เมื่อเทียบกับการเกิดขึ้นขององค์กรประเภทนี้ที่เกิดขึ้นมาหลายสิบปีแล้วแง่มุมดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาที่ตามมาของธุรกิจเพื่อสังคมในไทยในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นในเชิงโครงสร้างองค์กรเอง และรวมทั้งโอกาสและแรงสนับสนุนจากสังคมภายนอกจึงเริ่มขึ้นช้ากว่าเป้าหมายของผู้ก่อตั้งองค์กร ดังนั้นอาจเรียกได้ว่า มีเพียงความต้องการที่แรงกล้า (Passion) ของผู้ก่อตั้ง

อย่างเดียวไม่อาจทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องสร้างข้อกำหนดนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากภาครัฐจะเป็นแรงสนับสนุนที่ดีต่อธุรกิจเพื่อสังคมในอนาคต ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงนโยบายของรัฐ จากการศึกษาพบว่า เริ่มมีการให้ความสำคัญต่อ ภาคธุรกิจเพื่อสังคมไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการลงทุน สิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นสัญญาณที่ดีต่อการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมในไทย

2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานและความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมมาใช้ในธุรกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมและธุรกิจเพื่อสังคมที่เกิดขึ้นในไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิผลการวิจัย พบว่า องค์กรที่ให้การสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคม ส่วนใหญ่ได้นิยามตามกฎหมาย เพื่อเป็นประโยชน์ในการระดมทุนที่เข้าเกณฑ์ในการได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล มากกว่าจะเป็นเกณฑ์ตายตัวที่จะพิจารณาว่ากิจการนั้น ๆ เป็นธุรกิจเพื่อสังคมหรือไม่ และควรได้รับการสนับสนุนจากองค์กรตัวกลาง การศึกษาตามโครงการสภาพการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยไม่ได้ใช้นิยามตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 แต่ใช้นิยามที่ใกล้เคียงกับองค์กรตัวกลาง และเชิญชวนให้ธุรกิจเพื่อสังคมทั้งหกประเภทตามแผนแม่บทฯ เข้าร่วมให้ข้อมูลประกอบการศึกษา แม้ว่าประเทศไทยจะมีระบบการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามกฎหมาย แต่การจดทะเบียนดังกล่าวไม่ได้ให้สถานะความเป็นนิติบุคคลกับผู้จดทะเบียน ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจเพื่อสังคมทั้งที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมและไม่ได้จดทะเบียนมีรูปแบบองค์กรทางกฎหมายที่หลากหลาย โดยมากจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัด ส่วนที่เหลือจดทะเบียนในรูปของสหกรณ์ และมูลนิธิหรือสมาคมห้างหุ้นส่วน และวิสาหกิจชุมชนระบุว่ายังไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ดังนั้นทำให้ผู้จัดทำโครงการสำรวจออนไลน์ได้เท่านั้น ซึ่งองค์กรชุมชนในต่างจังหวัดอาจมีอุปสรรคในการเข้าถึงการสำรวจออนไลน์ นอกจากนี้องค์กรชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ได้มองว่าตนเองเป็นธุรกิจเพื่อสังคม

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ในประเทศไทยตามหลักการของศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูनुส

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมตามแนวทางของยูनुสในบริบทของประเทศไทย จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้อธิบายถึงแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม ในประเทศไทย ตามหลักการ โดยประกอบไปด้วย เป้าหมาย 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

เป้าหมายที่ 1 เพื่อส่งเสริมเป้าหมายด้านการสิ้นความยากจน (Zero Poverty)

หากพิจารณาในเรื่องนโยบายของภาครัฐที่ เพื่อลดความยากจนซึ่งเป็นเป้าหมายของธุรกิจเพื่อสังคม พบว่า แผนแม่บทที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน คือ การลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้ รวมถึงการสร้างโอกาส นอกจากนี้ภาครัฐได้มีนโยบายที่สนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อน



ในเรื่องเงินทุนจากนักลงทุนต่าง ๆ เพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจเพื่อสังคมอีกด้วย โดยธุรกิจเพื่อสังคมควรมีแนวทางในการส่งเสริมเป้าหมายด้านการสิ้นความยาก ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยภาครัฐในระดับท้องถิ่น

1.1 การวางแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มรายได้ทางตรงของครัวเรือน เช่น การสร้างประโยชน์จากของเหลือใช้ในชุมชน โดยธุรกิจเพื่อสังคมจะเข้าไปช่วยเหลือในเรื่องการวางแผนองค์กร การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ชุมชนสามารถเพิ่มรายได้จากสิ่งที่มีอยู่แล้วในชุมชน

1.2 การวางแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลดรายจ่ายทางตรงของครัวเรือน เช่น ธุรกิจที่ส่งเสริมในด้านการเกษตรครบวงจร โดยผู้บริหารสร้างความเข้าใจชุมชนและทรัพยากรชุมชนและนำมาวางแผนให้ทุกทรัพยากรสามารถเกิดประโยชน์และไม่ต้องซื้อทรัพยากรจากภายนอก โดยธุรกิจเข้าไปช่วยเหลือในเรื่องการวางแผนองค์กร การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ชุมชนสามารถเพิ่มรายได้จากสิ่งที่มีอยู่แล้วในชุมชน

1.3 การวางแผนในเรื่องการสร้างโอกาสทางตรงของครัวเรือน เช่น ธุรกิจเพื่อสังคมที่มีกลยุทธ์ในการจ้างงาน 100% เป็นคนที่มีหนี้สินล้นพ้นตัว (ต้องพิสูจน์ได้ว่าหนี้สินนั้นไม่ได้เกิดจากหนี้สิน ที่เกิดจากการฉ้อโกงหรือการพนัน)

เป้าหมายที่ 2 แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยภาครัฐในระดับส่วนกลาง

1. การกำหนดให้มีการประเมินความสามารถทางธุรกิจเพื่อสังคมต่อการช่วยเหลือและฟื้นฟู ความยากจน เช่น การวัดผลดัชนีความเหลื่อมล้ำทางสังคม (Gini) มาประยุกต์ใช้ในการวัดผลรายองค์กร เพื่อประเมินว่าธุรกิจเพื่อสังคมใดที่ลดความยากจนได้อย่างมีศักยภาพ

2. การกำหนดบทบาทของธุรกิจเพื่อสังคม ในการกระตุ้นและให้คำแนะนำ (Facilitator) ผสมผสานกับบทบาทในการประสานงาน (Coordinator) กลุ่มอาชีพ ชุมชนและภาคประชาชน

เป้าหมายที่ 3 เพื่อส่งเสริมเป้าหมายด้านไร้งานว่างงาน (Zero Unemployment)

1. การกำหนดความสามารถในการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมในเชิงพื้นที่ เช่น กำหนดพื้นที่ใน ความดูแลของธุรกิจเพื่อสังคมต้องสามารถลดระดับการว่างงานในชุมชนได้ในภายในระยะเวลา 1 - 5 ปี โดยข้อกำหนดดังกล่าว ต้องเกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

2. การวางแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรงให้แก่ ชุมชน โดยธุรกิจเข้าไปช่วยเหลือในเรื่องการวางแผนองค์กร การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ชุมชนสามารถมีแหล่งงานในชุมชนได้อย่างมีศักยภาพ

3. เพื่อส่งเสริมเป้าหมายการปล่อยก๊าซคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Zero net Carbon Emissions)

4. การกำหนดให้ธุรกิจเพื่อสังคมส่งรายงานการประเมิน Carbon Footprint โดยมีมาตรการ เพิ่มแรงจูงใจกับองค์กรที่มี Carbon Footprint ขนาดเล็ก

5. การกำหนดให้ธุรกิจเพื่อสังคมที่กำลังจะจดทะเบียนธุรกิจใหม่ มีโมเดลธุรกิจที่สนใจสิ่งแวดล้อม โดยใช้เกณฑ์ที่อ้างอิงตามหลักการ Sustainable development goal (SDG)

อภิปรายผล

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมุฮัมหมัด ยูनुส สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมุฮัมหมัด ยูनुส มุ่งเน้นในเรื่องการยกระดับความยากจนของประชาชนให้มีชีวิตที่พ้นเส้นความยากจนเป็นหลักและในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งสามารถอธิบายเป็นหัวใจหลัก 3 ประการ คือ 1) สิ้นความยากจน (Zero Poverty) 2) ไร้การว่างงาน (Zero Unemployment) 3) การปล่อยก๊าซคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Zero net Carbon Emissions) (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2562) ในขณะที่วิสาหกิจเพื่อสังคมยังคงมุ่งเน้นการ สร้างประโยชน์และผลกำไรให้แก่ชุมชนผ่านการเติบโตของธุรกิจต่าง ๆ โดยยังไม่คำนึงถึงเรื่องภาวะความยากจนและสภาพแวดล้อมเท่าที่ควร (บุษกร ปิงประเสริฐ และคณะ, 2563) นอกจากนี้จะเห็นว่า รวมทั้งจากข้อมูลการศึกษานโยบายต่าง ๆ ของประเทศไทยยังชี้ให้เห็นว่า แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมในไทย ยังคงขาดประเด็นที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการยกระดับความยากจนของประชาชน ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของยูनुส ทั้งนี้ถึงแม้ภาครัฐจะมีกลไกส่งเสริมและให้ทุนสนับสนุนต่อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสังคมในไทย

แต่อย่างไรก็ตามนโยบายดังกล่าวยังไม่ชี้ให้เห็นถึงความครอบคลุม ประเด็นหลักทั้ง 3 ประการ ที่กล่าวไปข้างต้น ซึ่งเมื่อพิจารณาประเด็นทั้ง 3 ของแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของยูनुส แล้ว สะท้อนให้เห็นว่า ยูनुส ให้ความสำคัญกับเรื่องการสร้างเม็ดเงินคืนสู่สังคมที่ต้องนำประชาชนไปสู่สภาวะไร้การว่างงาน และต้องยั่งยืนจนถึงขั้นสิ้นความยากจนในที่สุดด้วย ในขณะที่ด้านการสร้างเม็ดเงินนั้นต้องไม่เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนสู่สิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าแนวคิดของมุฮัมหมัด ยูनुส สร้างความจำเป็นให้องค์กรที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสังคมใช้ว่าจะมีเพียงหน่วยงานที่ทำหน้าที่เพื่อมนุษย์ สังคม หรือ เศรษฐกิจเท่านั้น แต่ทั้งนี้หน่วยงานที่สามารถวัดผลในเรื่องวิทยาศาสตร์ อันเกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซสู่สิ่งแวดล้อมก็จำเป็นต้องร่วมวางแผนการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสังคมด้วย แนวคิดดังกล่าวนี้จึงจะประสบความสำเร็จได้ต่อไปในอนาคต



2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานและความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมมาใช้ในธุรกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย

โดยความแตกต่างของแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมูฮัมหมัด ยูนุส ที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ประการซึ่งเกี่ยวข้องกับความยากจนถึง 2 ประการแต่อีกประการหนึ่งเป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อม คือ การปลดปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์ จึงทำให้เห็นว่า แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของ มูฮัมหมัด ยูนุส เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรองค์กรเพิ่มเข้ามา (Yunus, M., 2009) ซึ่งหากพิจารณาถึงความสำคัญในประเด็น ดังกล่าวนี้นี้ ถือว่าเป็นการเพิ่มมุมมองขององค์กรเพื่อสังคมได้อย่างน่าสนใจ เพราะในปัจจุบันโลกมีเป้าหมายร่วมกันในเรื่อง Sustainable development goal (SDG) ซึ่งมุมมองนี้จึงถือเป็นมุมมองที่ สร้างความตระหนักและความแตกต่างที่น่าสนใจระหว่างธุรกิจเพื่อสังคม และวิสาหกิจเพื่อสังคม (Global Sustainable Investment Alliance, 2018) หากพิจารณาถึงการดำเนินงานและความเป็นไปได้ของธุรกิจเพื่อสังคมในไทยจะพบว่า ประเทศไทยยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่แตกต่างกัน หรือ องค์กรที่ทำหน้าที่ในการดูแลธุรกิจเพื่อสังคมต้องมีภาระหน้าที่ที่เด่นชัดมากยิ่งขึ้น เพื่อสามารถบูรณาการตัวชี้วัดต่าง ๆ ทั้งในเรื่อง ความยากจน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เช่น หน่วยงานที่ดูแลเรื่อง ดัชนีชี้วัดความเหลื่อมล้ำในสังคม (Gini co - efficiency) ดัชนีอื่นเกี่ยวข้องกับ SDG Goals ที่สามารถวัดผลในเรื่องความยากจน การมีประสิทธิภาพของแรงงาน และรวมทั้งการวัดผลในเรื่องก๊าซเรือนกระจกที่จำเป็นต้องใช้หน่วยงานทางด้านวิทยาศาสตร์เข้ามาร่วมด้วย

การบูรณาการหน่วยงานที่ทำหน้าที่แตกต่างกันอย่างมากเช่นนี้ ถือเป็นเรื่องยากสำหรับการนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในประเทศไทย แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าหากกระบวนการในการวางแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำอันมีรากเหง้ามาจากปัญหาความยากจนแล้ว แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมูฮัมหมัด ยูนุสนี้ จะเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการนำมาวางแผนนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี และการบูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ ข้างต้นก็จะเป็นเรื่องเกินกว่าศักยภาพของประเทศไทยอย่างแน่นอน

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ในประเทศไทยตามหลักการของศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูนุส

การส่งเสริมและพัฒนาองค์กรเพื่อสังคมในประเทศไทยตามหลักการของมูฮัมหมัด ยูนุส ให้สามารถเติบโตพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนนั้น (สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี, 2556) กำลังเป็นประเด็นที่หลายภาคส่วนตระหนักและให้ความสำคัญต่อการผลักดันให้สามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาภาครัฐมีความพยายามในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยตามหลักการของมูฮัมหมัด ยูนุส รวมทั้งสนับสนุนและผลักดันการออกกฎหมายเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจเพื่อสังคม

ในอนาคต ในขณะที่ภาคธุรกิจเอกชนที่มีความพร้อมต่างให้ความสนใจต่อการสนับสนุนความช่วยเหลือเพื่อสังคมมากยิ่งขึ้นทั้งนี้เพื่อสะท้อนผ่านโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ทั้งนี้ผู้วิจัยขอให้ข้อเสนอแนะว่า นอกจากหน่วยงานระดับชาติที่ต้องให้ความสำคัญกับการบรรจุแนวคิดดังกล่าวลงสู่นโยบายแล้ว จุดเริ่มต้นที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ในประเทศไทยตามหลักการของศาสตราจารย์มุฮัมมัด ยูนุส คือ ชุมชนต้องเป็นส่วนสำคัญในการวัดผลความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม

ดังนั้นควรมุ่งเน้นเรื่องจัดปัญหาความหิวโหย ความยากจน และความเหลื่อมล้ำในระดับท้องถิ่น จากชุมชนในพื้นที่ชนบทและขยายวงกว้างสู่ชุมชนในพื้นที่เมือง ยิ่งไปกว่านั้นจากผลการศึกษาที่ ระบุว่า พฤติกรรมของคนภายในชุมชน มีความเกี่ยวข้องต่อการจัดความยากจน จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่หน่วยงานระดับท้องถิ่นต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสังคม เพราะจะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและวัดผลพฤติกรรมของคนในชุมชน และผนวกรวมกับแนวคิดในระดับชาติที่สร้างความเชื่อมโยงของการวัดผลภาพรวมของธุรกิจเพื่อสังคม จะยังเป็นการสร้างประโยชน์ที่แท้จริงได้ในสังคมตามแนวคิดของมุฮัมมัด ยูนุส

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมุฮัมมัด ยูนุส มีความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมมาใช้ในธุรกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย โดยมีข้อค้นพบว่า สถานการณ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมตามแนวทางของยูนุสในประเทศไทย ในแง่ของความสนใจทางกฎหมายถือว่าเป็นเรื่องล่าช้า ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงนโยบายของรัฐบาล เริ่มมีการให้ความสำคัญต่อภาคธุรกิจเพื่อสังคมไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการลงทุน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมและธุรกิจเพื่อสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย องค์กรที่ให้การสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคม ส่วนใหญ่ได้นิยามตามกฎหมาย เพื่อเป็นประโยชน์ในการระบูกิจการที่เข้าเกณฑ์ในการได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล มากกว่าจะเป็นเกณฑ์ตายตัวที่จะพิจารณาว่ากิจการนั้น ๆ เป็นธุรกิจเพื่อสังคมหรือไม่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีระบบการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามกฎหมาย แต่การจดทะเบียนดังกล่าวไม่ได้ให้สถานะความเป็นนิติบุคคลกับผู้จดทะเบียน ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจเพื่อสังคมทั้งที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมและไม่ได้จดทะเบียนมีรูปแบบองค์กรทางกฎหมายที่หลากหลาย โดยมากจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัด ส่วนที่เหลือจดทะเบียนในรูปของสหกรณ์ และมูลนิธิหรือสมาคมห้างหุ้นส่วน และวิสาหกิจชุมชนระบุว่ายังไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล นอกจากนี้สำหรับนักวิจัยในอนาคตที่สนใจประเด็นเรื่องแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมของมุฮัมมัด ยูนุสนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่องานวิจัยในอนาคต คือ 1) ควรวางแผนงานวิจัยในมุมมอง



และทัศนคติจากผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมเพื่อให้เห็นปัญหาในกระบวนการทำงานจริงของผู้ประกอบการ และ 2) ควรกำหนดประเภทของธุรกิจเพื่อสังคมให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อสามารถเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มาจากตัวแทนของธุรกิจเพื่อสังคมได้ครอบคลุมในทุกประเภท หากสามารถวิจัยในประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติม จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมตามแนวคิดของมูฮัมหมัด ยูนุส เป็นอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2562). กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ หนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมเครื่องมือพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- บุษกร ปิงประเสริฐ และคณะ. (2563). การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย: วิธีการวิจัยแบบผสม. *BU Academic Review*, 2(19), 73-87.
- สถาบันไทยพัฒน์. (2559). สร้างธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยพัฒน์.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี. (2556). ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม Corporate Social Responsibility. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Beschorner, T. (2013). Creating Shared Value: The One-Trick Pony Approach - A COMMENT ON Michael Porter and Mark Kramer. *Business Ethics Journal Review*, 17(1), 106-112.
- British Government. (2002). *Social Enterprise: A Strategy for Success*. London: Department of Trade and Industry.
- Department of Trade and Industry UK. (2002). *Department of Trade and Industry Consolidated Resource Accounts 2001-2002*. London: The Stationery Office.
- Global Sustainable Investment Alliance. (2018). *Sustainable Investor Poll on TCFD Implementation*. Belgium: The Global Sustainable Investment Review. The Lancet.
- Hackett, M. (2010). Challenging Social Enterprise Debates in Bangladesh. *Social Enterprise Journal*, 3(6), 210-224.

- Merton, R. K. (1968). The Matthew effect in science: The reward and communication systems of science are considered. *Science*, 159(3810), 55-62.
- Nurhayati, N. (2016). Grameen Bank Proyek “Social Business” Muhammad Yunus. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*, 2(1), 31-48.
- Sachs, J. D. (2012). From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals. *Viewpoint*, 379(9), 2206-2211.
- Yunus, M. (2009). *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. New York: Public Affairs.