

บทคัดย่อ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากในปี 2548 มีจำนวนถึงร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ เป็นแหล่งผลิตภัณฑ์มวลรวมและการจ้างงาน เป็นการป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540-2541 เกิดภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดศักยภาพในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจเสรีทางการค้า รัฐบาลจึงส่งเสริมยุทธศาสตร์ทางการพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยใช้วิธีการพัฒนาตามมาตรฐานสากลและมุ่งเน้นการเจริญเติบโตภายใต้สังคมที่มีคุณภาพมีภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ตลอดจนการอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน แต่ในทางปฏิบัติยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ จึงมีการแสวงหาทางเลือกใหม่เพื่อแก้ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นทฤษฎีวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้นำไปปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจแบบยั่งยืน

ในการศึกษาจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎี การออกแบบ รูปแบบวิสาหกิจ และการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลในกระบวนการธุรกิจ ตลอดจนการศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงต่อแนวคิด รวมทั้งเกณฑ์ความสำเร็จในการนำแนวคิดมาใช้ โดยการวิจัยแบบผสมและพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ และการสอบถามอย่างมีโครงสร้างและใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า จากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ผู้นำทางความคิด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในการนำแนวคิดไปใช้ กลุ่มสนใจแนวคิดและหรือมีการนำไปใช้

ผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จำเป็นต้องหาแนวทางแก้ไขที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวความคิดวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการกระทำจากส่วนลึกของจิตใจที่ไม่เป็นไปตามกระแสนิยมจากภายนอก เป็นเรื่องคุณธรรมและความสุขที่จะช่วยเหลือผู้ที่เกี่ยวข้อง พันธมิตรและเครือข่ายทุกระดับ ภายใต้การทำงานด้วยความสมัครใจด้วยกลไกกำกับดูแลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้เกิดความสมดุลในกระบวนการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและพัฒนา มีกระบวนการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการปันส่วนและการมีส่วนร่วมตลอดจนกระบวนการเชื่อมโยงและปฏิสัมพันธ์กันจากภายนอก และจากภายนอกสู่ภายใน ทำให้เกิดการยกระดับจิตสำนึกเพื่อการพัฒนา ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดชุมชนเข้มแข็งทำงานร่วมกันอย่างสันติและเกื้อกูลระหว่างวิสาหกิจกับชุมชนและสร้างวัฒนธรรมองค์กรเป็นผู้

ให้แก่สังคม และเป็นบรรทัดฐานของสังคมในที่สุด ก่อให้เกิดการรวมตัวของอาสาสมัครเพื่อสังคม รวมทั้งสังคมนิยมปัญหาอันเกิดจากกระบวนการเรียนรู้และการทำงานร่วมกัน นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ตลอดจนเสริมสร้างการสนับสนุนซึ่งกันและกัน ย่อมนำมาซึ่งความสุขและความรู้สึกในการเป็นเจ้าของของสังคมร่วมกัน ด้วยแนวคิดดังกล่าวส่งผลให้รูปแบบวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะอยู่ในรูปแบบกระบวนการธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะอุตสาหกรรม ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กร ที่มีการใช้ทรัพยากรภายในองค์กร โดยองค์กรเป็นผู้ดำเนินการด้วยรูปแบบที่สอดคล้องต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงนำไปสู่การออกแบบกระบวนการธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวคิดภายใต้การกำหนดเป้าหมายความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจ วิสัยทัศน์ และภารกิจ เนื่องจากรูปแบบอยู่ในกระบวนการธุรกิจนั่นเอง ด้วยแนวคิดที่กำหนดจะต้องมีผู้ริเริ่มและผลักดันให้นำไปปฏิบัติภายใต้ทีมอาสาสมัครและการพัฒนากิจกรรม รวมทั้งโปรแกรมความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการธุรกิจ และนำไปปฏิบัติและมีการวัดผลตลอดจนปรับปรุงเพื่อพัฒนา ภายใต้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูง เป็นผู้ริเริ่มและผลักดันที่สำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ต้องมีความเข้าใจวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงจากประสบการณ์

ภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้นำจะต้องมีลักษณะให้คำปรึกษากล้าตัดสินใจสู่การเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่ดี ตลอดจนสามารถสร้างผู้นำในองค์กรทุกระดับให้มีพฤติกรรมเป็นต้นแบบในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนาในระดับจิตของพนักงาน พันธมิตร เครือข่ายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ภายใต้กระบวนการเรียนรู้การปันส่วน การเชื่อมโยงและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ส่งผลให้เกิดความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีการวัดผลความสำเร็จจากการนำแนวคิดไปปฏิบัติ คือ ปัจจัยทางด้านความสุข วัฒนธรรมองค์กร ความต่อเนื่องของโครงการ เครือข่ายและการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำความคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ทันทีที่มีสำนักต่อสังคม เพราะอยู่ในกระบวนการธุรกิจและดำเนินการจากภายในสู่ภายนอกองค์กร ภายใต้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ริเริ่มและผลักดันแนวคิดนี้ให้เกิดการนำไปปฏิบัติ เมื่อเกิดวัฒนธรรมภายในองค์กรมีความเข้าใจและพร้อมจะดำเนินต่อเนื่อง ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงจะลดบทบาทเป็นเพียงผู้ผลักดันแนวความคิดเท่านั้น นอกจากนี้ผลการศึกษายังพิสูจน์ได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำแนวความคิดนี้ไปดำเนินงานจะสามารถลดต้นทุน เพิ่มความเชื่อมั่นและสร้างความภูมิใจให้เกิด

กับลูกค้าและพนักงาน สำหรับในระดับประเทศควรรีให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องนำ
แนวความคิดนี้ไปใช้ในองค์กรของตนเพื่อความเข้าใจก่อนจะให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งทำกิจกรรมส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ขยายองค์ความรู้ที่ถูกต้องสู่
สังคมโดยการประชาสัมพันธ์ต้นแบบของการเรียนรู้และยกย่องผู้ทำความดีให้แผ่นดิน

Abstract

In 2005 The Small and Medium Business Enterprises has been played an important role in the Thai economy up to 99.5% of overall business enterprises which were the major sources of Gross Domestic Product and manpower and to protect the monopoly in the economy system. However in 1997-1998, Thai economic crisis effected Small and Medium Business Enterprises were lack of capability in the Free Trade Agreement System. The government was involved and promoted the strategy to sustainable business development based on international standard process which is based on the growth of quality of social development with intellectual approach, knowledgeable, co-operation and sharing, but in practical still did not reach the target yet. For that reason, the study is seeking for a new method to solve these problems by adapting the Corporate Social Responsibility Theory (CSR Theory).

The study is based on objective: the sustainable business development which contains CSR concept and model, CSR process design, human resources management in CSR practices, entrepreneur or chief executive officer's knowledge and understanding with concept and criteria for success. The research method used in mix methodology, qualitative and quantitative approaches and development research. The qualitative survey based on in-depth interviews, observation and structural interview and data are analyzed by the triangulation research method, of sampling 3 groups one the leader opinions, one the Small and Medium Business Enterprises who successfully used the concept and finally, the one who is and interested or used this concept.

The research result is that Small and Medium Business Enterprises must use corporate social responsibility (CSR) to develop sustainable competitiveness. The Small and Medium Business Enterprises must voluntarily reach deep into its conscious to adopt CSR permanently not because it is a fad from inside out, but because CSR is a rightful undertaking providing joy in assisting all stakeholders, business alliances and networks at every level. To obtain corporate governance, operational effectiveness and sustainable growth, Small and Medium Business Enterprises must implant a conscious

desire for advancement by developing a learning organization, creating a scheme for sharing, participation, and involvement, and devising method for linking interaction from inside out as well as from outside in. This leads to a peaceful working cooperation with a powerful community, enabling the organization to develop a socially responsible and a giving corporate culture, setting the standard for other organizations to follow. It also paves the way for congregation of volunteers working for community service, resulting in accumulation of knowledge obtained from working cooperation, and generation of new creativities and mutual support between the organization and the community, bringing mutual happiness to the organization as well as the community, and a sense of belonging to the community for both. Embracing CSR by Small and Medium Business Enterprises to obtain sustainable growth and development requires thorough understanding of CSR and firm commitment by the highest level of business leadership in formulating business vision, mission, business practices and processes that are socially responsible to produce goods and services. To be successful volunteers doing community service work must be formed and methods for bringing feed backs and results for adjustments and improvements must be implemented and reviewed regularly.

To obtain sustainable growth and development, top management must demonstrate a firm commitment to CSR by setting examples and standards for CSR practices, developing a learning organization, implanting CSR as a corporate culture at every level of leadership, and most importantly by demanding that all employees, business alliances and networks consciously practicing CSR religiously. The success of CSR implementation is measured by gauging employee happiness, continuity of CSR as corporate culture, breadth of networks and alliances practicing CSR, and effectiveness of communication.

Furthermore, this study finds that with firm commitment and initiation from the top leadership, Small and Medium Business Enterprises can implement CSR immediately after recognizing the need to be socially responsible because CSR is practiced from within the organization out to the community. After CSR is embraced and accepted throughout the organization, the role of the top leadership turns from

initiator to supporter. This study finds additionally that practicing CSR reduces cost, increases confidence and pride among customers and employees. For Thailand, agencies that are responsible for CSR must implement CSR within themselves to gain thorough understanding before advising to and helping Small and Medium Business Enterprises implement CSR. These agencies must constantly promote CSR by disseminating accurate CSR knowledge to the public as well as publicly recognizing organizations that are doing good deeds for the country.