



รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

โดย

นางสาวปัทมิน ล้อมสมบุญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

โดย

นางสาวปิติมน ล้อมสมบูรณ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**PATTERN AND STRATEGY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
OF CHAO PHYA ABHAIBHUBEJHR HOSPITAL FOUNDATION**

By

Pitimon Lomsomboon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2011

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบ และกลยุทธ์
ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” เสนอโดย นางสาวปัทมน
ล้อมสมบูรณ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัตน์วงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ธนินทร์ฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ)
...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)
...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)
...../...../.....

53602721 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : รูปแบบและกลยุทธ์/ผู้ประกอบการสังคม/มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ปิตินัน ล้อมสมบุญ : รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 116 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และ 2) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข ปัญหาในการดำเนินงานเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยวิธีปรากฏการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้แทนองค์กรทั้งในระดับนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและสมาชิกกลุ่มสมุนไพรมานคงบัง จ.ปราจีนบุรี ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และนำเสนอผลการวิจัยด้วยการบรรยาย

ผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษการให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสรุปได้ว่าความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร คือเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเป็นผลประโยชน์ที่กลับคืนสู่สังคม ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย ส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์

จากการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม โดยหากแบ่งประเภทของผู้ประกอบการสังคมตามลักษณะของการประกอบธุรกิจ มูลนิธิฯจัดเป็นผู้ประกอบการทางสังคมแบบผสม คือเป็นการผสมผสานระหว่างการขายสินค้า และบริการ รูปแบบการบริหารจัดการ มูลนิธิมีการแบ่งภารกิจหลักของมูลนิธิเป็น 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายกิจกรรมโรงพยาบาล ฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทย และฝ่ายพัฒนาชุมชนและสังคม มูลนิธิฯ ใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโตเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ในการดำเนินการ กลยุทธ์ระดับธุรกิจมูลนิธิใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายโดยใช้การประชาสัมพันธ์องค์กร

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบหลากหลายมีตั้งแต่ ยา เครื่องสำอาง เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริม โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์เป็นผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพ ในด้านการบริการ ได้แก่ การนวดแผนไทยมีการใช้ตราสินค้าและใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการนวด เป็นการรับประกันคุณภาพ และมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยจัดให้มีผู้ค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายในแต่ละภาคของประเทศ มูลนิธิมุ่งเน้นการให้ความรู้ในเรื่องสรรพคุณของสมุนไพรชนิดต่างๆ เพื่อเป็นการบอกกล่าวถึงคุณภาพของสินค้าและบริการในทางอ้อมมากกว่าการโฆษณา และการแจกแผ่นพับให้ความรู้ด้านสรรพคุณสมุนไพรเป็นการเข้าถึงประสิทธิภาพในผลิตภัณฑ์ มีการจัดรูปแบบร้านค้าภายในโรงพยาบาลให้สวยงาม ทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เรียบร้อย พร้อมทั้งมีป้ายบอกสรรพคุณของสมุนไพรในแต่ละชนิดและมีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

53602721 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : PATTERN AND STRATEGY/ SOCIAL ENTREPRENEURSHIP/ CHAO PHYA ABHAIBHUBEJHR HOSPITALI FOUNDATION.

PITIMON LOMSOMBOON : PATTERN AND STRATEGY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP OF CHAO PHYA ABHAIBHUBEJHR HOSPITALI FOUNDATION.

THESIS ADVISOR : ASST.PROF. PITAK SIRIWONG, Ph.D. 116 pp.

The aims of this research were to study the meaning, pattern, strategy, troubleshooting and solution of Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation. This study was conducted and analyzed by phenomenology method. Nine informants who participated in this study were the leaders and worker nominees of Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation and Dong Bung villager who work with herbal plants. All data was collected by in-depth interview, participant observation, media and internet.

The results of study the meaning of Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation showed Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation was a social entrepreneurship which found to solve the social and environmental troubleshooting. Although Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation was the profit organization, all profit will be returned to society such as encouragement and development of Thai herbal plant and encouragement of herbal plant culture as organic agricultural standard.

The foundation was provided both product and service based on social entrepreneurship approach. The administrative organization has been divided into 3 departments which were hospital activity, Thai wisdom and Community and Society Development.

Study of marketing mix of products and service of Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation, the foundation provided various products such as drugs, cosmetics and beverages. The targets were the customers who pay attention to their health. The high quality products were obtained and guaranteed by GMP and supported scientific data. Chao Phya Abhaibhubejhr products was used for Thai massage service. The slogan "Good but Cheap" has been used for pricing policy. Product distributors were located in different region of Thailand in order to distribute the product effectively. Providing of Knowledge and Thai wisdom about properties of herbal plant was used as a main marketing strategy by viral marketing and brochure. The shop was clean and the products were labeled for price and properties clearly.

In this study, Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation was successful and can be used as a model for other social entrepreneurship. The pattern and strategy of Chao Phya Abhaibhubejhr hospital foundation may useful to others or establishment of new social entrepreneurship

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature.....

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ปัญญา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานให้สมบูรณ์ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้อำนวยการมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เจ้าหน้าที่มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและชาวบ้านกลุ่มสมุนไพรมานคงบัง ทุกท่านที่สละเวลาให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลรวมถึงเอกสารประกอบข้อมูลการทำวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณแรงสนับสนุนและกำลังใจที่ได้รับจาก ครอบครัว ตลอดจนเพื่อน ๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตในการวิจัย	5
ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	5
ขอบเขตด้านประชากร	5
ขอบเขตด้านพื้นที่	5
ขอบเขตด้านระยะเวลาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	5
กรอบแนวคิด	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการเป็นผู้ประกอบการสังคม	7
คำจำกัดความของผู้ประกอบการสังคม.....	7
ประเภทของผู้ประกอบการสังคม	10
คุณลักษณะของผู้ประกอบการสังคม	11
กระบวนการประกอบการสังคม	12
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	15
ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์	15
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	16
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	17
การสร้างบริการหรือผลิตภัณฑ์ (Product).....	18
การตั้งราคาค่าบริการ (Price)	18
ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ (Place)	18

การส่งเสริมการจัดจำหน่ายบริการ (Promotion)	18
สภาพแวดล้อมภายนอกที่สังเกตได้ (Physical Evidence)	19
บุคคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ (People)	19
ด้านกระบวนการ (Process)	19
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR).....	20
ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม.....	20
รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม	21
การกำหนดกลยุทธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคม	24
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน.....	25
ความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	25
แผนปฏิบัติการพัฒนาอย่างยั่งยืน	26
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์กร	28
คุณค่าและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์องค์กร	30
วัตถุประสงค์และวิธีการสร้างการประชาสัมพันธ์องค์กร	30
ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์องค์กร	32
กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ.....	32
ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและมูลนิธิ	
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร	35
ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	35
ประวัติความเป็นมาของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย.....	47
ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
วิธีดำเนินการวิจัย	51
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	52
การวิเคราะห์ข้อมูล	52

บทที่	หน้า
ระยะเวลาทำการวิจัย	54
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
การให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาล	
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรตามทัศนะขององค์กรและชุมชน	55
การประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะ	
กลับคืนกลับสู่สังคมทั้งหมด	56
การประกอบการที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อม ...	57
การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย	59
การส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์	60
วิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม	62
วิเคราะห์รูปแบบของผู้ประกอบการสังคม	62
วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม	63
วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการสังคม	78
ปัญหาด้านวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสมุนไพร	79
ปัญหาด้านกำลังการผลิต	79
ปัญหาการกระจายสินค้าไม่ทั่วถึงทุกจังหวัด	79
ปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น	80
ความล่าช้าในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	80
5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผล	90
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	91
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	91
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก แนวคำถามสัมภาษณ์	100

	หน้า
ภาคผนวก ข ภาพถ่ายมูลนิธิเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง	107
ประวัติผู้วิจัย.....	116

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการการประกอบการสังคม	14
2	กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	17
3	พีระมิด CSR	22
4	ไตรกัปปียะ(The Three Bottom Line).....	27
5	กระบวนการการประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ...	89
6	เจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์)	108
7	ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	108
8	โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	109
9	มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	109
10	สวนสมุนไพรอภัยภูเบศร.....	110
11	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร	110
12	ศูนย์สมุนไพรเพื่อสุขภาพอภัยภูเบศร.....	111
13	ตึกนวดไทยอภัยภูเบศร	111
14	นวดไทยอภัยภูเบศร สาขา กรุงเทพ	112
15	กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี	112
16	สมุนไพรไทย ต้นเสลดพังพอนตัวเมีย	113
17	โรงตากแห้งสมุนไพร กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง.....	113
18	โรงเก็บสมุนไพรที่แปรรูปแล้ว กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง.....	114
19	โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	114
20	ห้องควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	115
21	ที่บรรจุแคปซูลสมุนไพร มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	115

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ โดยแต่ละธุรกิจมุ่งหวังการสร้างกำไรสูงสุดเพื่อให้เกิดประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แม้ว่าธุรกิจดังกล่าวจะทำให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่การดำเนินธุรกิจดังกล่าวเป็นการกระทำที่มุ่งหวังผลตอบแทนและกำไรเป็นหลัก ก่อให้เกิดผลเสียตามมาอย่างมาก เกิดการเอารัดเอาเปรียบ ความเหลื่อมล้ำในสังคม อาชญากรรม การนำทรัพยากรที่มีอยู่ในธรรมชาติมาใช้ และก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยการแก้ปัญหาดังกล่าวจึงต้องตกเป็นภาระของภาครัฐซึ่งต้องแก้ปัญหาที่มีมากมายด้วยเงินทุนและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ทั้งหมด จึงได้เกิดการรวมตัวกันของภาคเอกชนอันได้แก่มูลนิธิ องค์กร และชุมชน เพื่อช่วยลดภาระของภาครัฐในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละระดับ โดยเงินทุนส่วนใหญ่มักได้จากการบริจาคจากผู้ใจบุญทำให้มีเงินทุนจำนวนไม่มากและไม่ยั่งยืนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ChangeFusion 2553)

จากปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อชนทุกชั้นทั้งในทางตรงและทางอ้อมกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรเอกชนทำให้ผลตอบแทนที่ได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยอาจมีสาเหตุจากคุณภาพชีวิตของลูกจ้างที่ไม่ดี ไม่มีสวัสดิการที่ดี จึงได้มีแนวคิดการการคืนประโยชน์ให้แก่สังคมเพื่อให้เกิดการพัฒนาและแก้ปัญหาของสังคมที่ยั่งยืน โดยริเริ่มโครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์คืนกลับต่อสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทนทำให้เกิดโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละธุรกิจมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่การดำเนินธุรกิจ และสามารถแบ่งเบาภาระของภาครัฐได้อย่างมาก (คณะวิจัยโครงการกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร 2553)

แนวคิดที่จะแก้ปัญหาสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนจึงได้เกิดขึ้น ด้วยพื้นฐานของความคิดที่ต้องการแก้ปัญหาของสังคมอย่างเต็มรูปแบบในรูปของผู้ประกอบการสังคม กล่าวคือเป็นการดำเนินธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและผลกำไรที่เกิดขึ้นมีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้ สำหรับผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นเป็นประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสังคม (โกศล ศีลธรรม 2554 : 157)

การประกอบการสังคม (Social Entrepreneur) คือกระบวนการหรือรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่เป็นประโยชน์และสามารถแก้ปัญหาของสังคมได้ มีผู้ให้ความหมายของการประกอบการสังคมไว้มากมาย แตกต่างกันไปตามมุมมองและแนวคิดของผู้เขียน โดยผู้ประกอบการสังคม (Social Entrepreneurship) อาจจะอยู่ในรูปขององค์กรกลุ่มบุคคลหรือบุคคลที่ไม่มุ่งหวังกำไรแต่มุ่งหวังให้เกิดการแก้ปัญหาของสังคม ช่วยให้คุณภาพชีวิตของคนในสังคมดีขึ้น การประกอบการสังคมจึงเป็นทางออกทางหนึ่งในการแก้ปัญหาของสังคม เช่นความยากจน ความเหลื่อมล้ำในสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาทางสาธารณสุข โดยนำรูปแบบทางธุรกิจมาผสมผสานใช้กับเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เป็นการรวมรูปแบบธุรกิจแบบไม่หวังผลกำไร พร้อมกับการทำประโยชน์เพื่อสังคมรวมเข้ากับธุรกิจหลักของบริษัท ซึ่งจะทำให้บริษัทยังคงสามารถสร้างรายได้ แต่ยังทำประโยชน์กลับคืนสู่สังคม รวมทั้งคืนผลกำไรที่ได้รับกลับคืนสู่ชุมชนโดยที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ (ChangeFusion 2553)

ในความเป็นจริงผู้ประกอบการสังคมนั้นได้ก่อกำเนิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 17 (Dee 1998 : 1-2) “โดยเรียกผู้ประกอบการสังคมว่า visionaries, humanitarians, philanthropists, reformer, saints หรือ ผู้นำที่ยิ่งใหญ่ โดยมีจุดสนใจไปอยู่ที่ ความกล้าหาญ ความกรุณาปราณี และวิสัยทัศน์ แต่ไม่ได้ให้ความสนใจในมิติของการปฏิบัติการที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นเราจึงรู้จัก St. Francis ในนามนักบุญสอนศาสนา แต่ไม่รู้ว่าเป็นผู้สอนศาสนาที่เติบโตอย่างรวดเร็วได้อย่างไร เด็กๆ ได้เรียนว่า Florence Nightingale คอยทำหน้าที่ดูแลบาดแผลของทหาร แต่ไม่ได้รู้ว่าเธอเป็นผู้สร้างโรงเรียนพยาบาลแห่งแรก และเป็นผู้ปฏิวัติวงการโรงพยาบาล หรือคานธีเป็นโลโก้แห่งอารยะขัดขืน แต่ไม่ใช่ในนามผู้ผลักดันให้อินเดียมีการกระจายอำนาจทางการเมือง ซึ่งทำให้อินเดียประสบความสำเร็จในการปกครองตัวเอง” (David Bornstein 2010 : 2)

ผู้ที่อ่านประวัติศาสตร์อย่างละเอียด จะพบผู้ประกอบการสังคมอยู่เบื้องหลังในการสร้างสรรค์สถาบันต่างๆ และการเคลื่อนไหวที่พวกเราไม่ได้ให้ความสนใจ อย่างไรก็ตามจนกระทั่งในศตวรรษที่ 17 เป็นยุคสมัยที่สังคมเริ่มเร่งการปฏิรูปโครงสร้างต่างๆ อย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดมีผู้คนจำนวนหนึ่งที่กลายมาเป็น “ผู้ประกอบการ” (David Bornstein 2010 : 3)

ปัจจุบันในประเทศไทย มีหลายองค์กรที่เป็นองค์กรทางธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรให้กับองค์กร แต่ได้นำรายได้ส่วนหนึ่งจากผลประกอบการที่ได้มาทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, CSR) แต่กิจกรรมดังกล่าวมักเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระยะสั้น และสามารถแก้ปัญหาทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมอย่างไม่มียั่งยืน จึงได้เกิดแนวความคิดการตั้งองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันเป็นหลักและต่อเนื่อง โดยไม่มุ่งหวังการแสวงหากำไรสูงสุดเหมือนการค้าเงิน

ธุรกิจทั่วไป ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับรัฐบาลที่มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในภาคเอกชนอันสามารถพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกัน เพื่อความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนของประเทศ ตัวอย่างเช่นบริษัท Opendream บริษัทชนบท จำกัด บริษัทโคโอบอร์ด มูลนิธิกระจกเงา บริษัทสวนเงินมีมา จำกัด บริษัทป่าใหญ่ศรีเอชัน จำกัด บริษัทวงษ์พาณิชย์ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นต้น (ChangeFusion 2553)

การดำเนินธุรกิจทางสังคมของผู้ประกอบการสังคมจะมีบทบาทที่สำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหาของสังคมแบบยั่งยืน แต่ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสังคมนั้น จะพบปัญหาและอุปสรรคอย่างมากในการดำเนินงาน เนื่องจากการดำเนินงานที่ผสมกันของธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรกับการทำประโยชน์ให้แก่สังคม ซึ่งจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดีพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการสังคมสามารถดำเนินไปได้และประสบความสำเร็จ รวมถึงบุคลากรมีความเสียสละและยึดประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก รูปแบบและกลยุทธ์ในการประกอบการสังคมจึงมีความแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจทั่วไป ดังนั้นการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการสังคมที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจะมีประโยชน์อย่างยิ่งในการเป็นต้นแบบให้กับผู้ประกอบการสังคมที่กำลังจะเกิดขึ้นใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจการประกอบการทางสังคมใหม่ๆ เนื่องจากมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นผู้ประกอบการสังคมตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างมากมาย ทั้งในด้านการจ้างงานและการผลิตยาจากภูมิปัญญาไทยในการพัฒนาทดสอบ และวิจัยเพื่อนำสมุนไพรไทยมาประยุกต์ใช้ในการรักษาผู้ป่วยแทนตำรับยาปัจจุบัน เนื่องจากในปัจจุบันมีโรคเรื้อรังหลายชนิดที่ไม่สามารถรักษาให้หายขาดได้ เช่น เบาหวาน มะเร็ง โรคหัวใจ โรคสมองเสื่อม เป็นต้น จำเป็นต้องค้นคว้าหาตัวยาใหม่ๆ จากการสังเคราะห์ยาหรือพัฒนาจากสารสกัดจากสมุนไพรเพื่อนำมาเป็นยาในการรักษาแบบทางเลือก (มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554)

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เปิดทำการเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2484 จัดเป็น 1 ใน 19 โรงพยาบาลประจำจังหวัด ยุคแรกของประเทศไทย เดิมใช้ชื่อว่าโรงพยาบาลปราจีนบุรี ต่อมาได้มีการเปลี่ยนเป็น "โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร" เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2509 เนื่องจากหอผู้ป่วยหลังแรก คือตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรนั้น สร้างโดยเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์)

ในปี 2540 - 2541 ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจโรงพยาบาลจึงได้นำภูมิปัญญาที่เก็บรวบรวมไว้และสมุนไพรจากชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยเศรษฐกิจชุมชน โดยขยายผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากที่มีเฉพาะยาให้ครอบคลุม ถึงอาหารเสริม เครื่องสำอางค์ และเครื่องดื่ม จาก

การพัฒนาสมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้จัดประกายให้ผู้คนในสังคมเห็นคุณค่าของการพัฒนาสมุนไพรบนพื้นฐานภูมิปัญญา และวิชาการสมัยใหม่จากการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพโดยยึดมาตรฐานสากลเป็นแนวทางการพัฒนาทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้รับความสนใจจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง แต่จากกฎระเบียบทางราชการทำให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่สามารถขึ้นทะเบียนตำรับยาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ จึงได้จัดตั้งมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ขึ้น โดยแบ่งภารกิจหลักของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็น 3 ฝ่ายคือฝ่ายกิจกรรมของโรงพยาบาล ฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทย โดยฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทยมีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรซึ่งรวมถึงการวิจัยและพัฒนาด้านโรงงานผลิตและด้านการตลาด และฝ่ายพัฒนาสังคมและชุมชน โดยรายได้ร้อยละ 70 มอบเป็นค่าใช้จ่ายให้กับโรงพยาบาลอีกร้อยละ 30 นำมาพัฒนาสมุนไพรและทำประโยชน์ให้สังคม (มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554)

ปัจจุบันมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีฐานะเป็นนิติบุคคล ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างครบวงจร โดยทำการศึกษาตั้งแต่กระบวนการปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพร การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ไปจนถึงการจำหน่าย มีการเปิดร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรและนวดแผนไทย ทำให้มีการใช้ยาสมุนไพรมากขึ้น สร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์ยา ทำให้ไม่ต้องผูกขาดกับบริษัทในประเทศตะวันตกเพียงอย่างเดียว และยังสร้างรายได้ให้กับชุมชนในการปลูกพืชสมุนไพรทำให้เกิดความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยใช้การจัดการวัตถุดิบสมุนไพรเป็นเครื่องมือ นั่นคือข้อตกลงการซื้อขายวัตถุดิบสมุนไพรผ่านกลุ่มเท่านั้น ไม่ซื้อผ่านคนกลางและมีการกำหนดปริมาณ คุณภาพ และราคาล่วงหน้าร่วมกันระหว่างชุมชนและทำให้ชุมชนเกิดการรวมตัวกัน มีการพัฒนาการจัดการในด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการกำหนดนโยบายในการใช้วัตถุดิบสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรอภัยภูเบศรภายใต้การรับรองของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์(มกท.) ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจาก IFOAM ทำให้สิ่งแวดล้อมได้รับการฟื้นฟู เกษตรกร และผู้บริโภคปลอดภัย อนุรักษ์ฟื้นฟูภูมิปัญญาไทยที่มีคุณค่า โดยการจัดกิจกรรมรวบรวมองค์ความรู้และสืบสานภูมิปัญญาหมอยาพื้นบ้าน เช่น การจัดทำโครงการค่ายหมอยาอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาหมอยาพื้นบ้าน (ChangeFusion 2553)

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาถึงการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เพื่อทราบถึงการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยา

อภัยภูเบศร และมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสามารถนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุง พัฒนา รูปแบบ และกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการสังคมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ผู้ประกอบการสังคมรายอื่นๆสามารถนำรูปแบบและกลยุทธ์ของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการสังคมได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

2.2 เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3. ขอบเขตในการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเว็บไซต์ขององค์กร ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และสมาชิกกลุ่มสมุนไพรมานคงบัง จ.ปราจีนบุรี

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และสมาชิกกลุ่มสมุนไพรมานคงบัง จังหวัดปราจีนบุรี

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตำบลท่าแกม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลเบื้องต้นตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2554 ระยะเวลาในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2554

4. กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีกรอบแนวคิดมุ่งเน้นที่จะทำการศึกษการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคม รวมถึงการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการศึกษามาสรุปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการสังคมรายอื่น

5. ประโยชน์ที่ได้รับ

5.1 ได้ทราบถึงการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ด้านการจัดการ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมายขององค์กรและทิศทางที่วางไว้อย่างเป็นระบบ

5.2 มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสามารถนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุง รูปแบบและกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการสังคมอย่างยั่งยืน

5.3 ผู้ประกอบการสังคมรายอื่นสามารถนำรูปแบบและกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ เพื่อให้องค์กรพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป ในบทที่ 1 บทนำนี้ ผู้วิจัยกล่าวถึงความสำคัญและความเป็นมาของปัญหาที่ทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยในเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยว่า เพื่อศึกษการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการสังคมที่ประสบความสำเร็จและก่อตั้งมาเป็นเวลานาน ทำให้ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการศึกษาเป็นแนวทางคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูล ตลอดจนเป็นความรู้ที่ผู้วิจัยจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การการศึกษาปรากฏการณ์ในชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลประสบ

ในบทต่อไปผู้วิจัยจะกล่าวถึง แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการศึกษาวางมิงงานวิจัยด้านใดที่เกี่ยวข้องกับมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรบ้าง การทบทวนวรรณกรรมจะทำให้ผู้วิจัยมีกรอบในการศึกษาและสามารถพัฒนาแนวคำถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการเป็นผู้ประกอบการสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม
5. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์กร
7. ประวัติความเป็นมาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการเป็นผู้ประกอบการสังคม

1.1 คำจำกัดความของผู้ประกอบการสังคม

ผู้ประกอบการสังคม (Social Entrepreneurship) ได้เริ่มขึ้นมาตั้งแต่ทศวรรษที่ 17 -18 (Dees 1998) แต่ที่ผ่านมาได้เรียกว่าผู้ประกอบการสังคมว่าเป็น visionaries, humanitarians, philanthropists, reformer, saints หรือผู้นำที่ยิ่งใหญ่หรืออื่นๆ ผู้ประกอบการสังคมนั้นได้ถูกตีความไปตามความเข้าใจต่างๆมากมายแต่ในความเป็นจริง การประกอบการสังคมเป็นการประกอบการที่มุ่งหวังกำไร แต่กำไรที่เกิดขึ้นจะถูกส่งคืนให้กับสังคมในรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมหรือต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีผู้ให้คำจำกัดความและความหมายของผู้ประกอบการสังคมนานาตามดังตัวอย่างต่อไปนี้

ดีส์ (Dees 1998) ได้ให้คำจำกัดความของผู้ประกอบการสังคมคือ ผู้ปฏิรูปและปฏิวัติทางสังคม โดยกลุ่มคนเหล่านี้สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม มีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสังคมและปัญหาการใช้ทรัพยากร โดยผู้ประกอบการสังคมนั้นสร้างคุณค่าต่อสาธารณะ ผลักดันให้เกิดโอกาสใหม่ๆ สร้างสรรค์และปรับตัว และจำแนกแนวคิดเรื่องผู้ประกอบการสังคมในสหรัฐอเมริกาออกเป็น 2 แนวคิด คือธุรกิจเพื่อสังคมเน้นไปที่การพัฒนาการประกอบการ

กลยุทธ์ขององค์กรการสร้างรายได้ และการวางแผนทางการเงินและงานที่สร้างสรรค์หรือนวัตกรรมทางสังคมที่เน้นไปที่ความคิดสร้างสรรค์

โดยสรุปผู้ประกอบการสังคมทำหน้าที่หลักในการเปลี่ยนส่วนต่างๆของสังคมโดย

1. เปลี่ยนพันธกิจของการสร้างคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืนมากกว่าการสร้างกำไรให้กับส่วนตัว
2. ความสำนึกและการไม่ยอมผ่อนผัน ทำให้เกิดโอกาสเพื่อที่จะรองรับกับพันธกิจ
3. มีส่วนร่วมในขบวนการในการปฏิรูปอย่างต่อเนื่อง การปรับตัว และการเรียนรู้
4. กล้าทำโดยไม่นึกถึงทรัพยากรที่อยู่อย่างจำกัดในมือ
5. แสดงถึงความพิศชอบอย่างมากในการมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือและการสร้างผลลัพธ์ใหม่ๆ

บอชชี (Boschee 1998) กล่าวว่า Social Entrepreneurship คือ การบริหารที่ไม่มุ่งหวังกำไร ซึ่งให้ความสนใจกับแรงผลักดันจากตลาดโดยที่ยังยึดมั่นในวิสัยทัศน์ อย่างไรก็ตามการถ่วงดุลระหว่างจริยธรรมและกำไรเป็นสิ่งที่เป็หัวใจและจิตวิญญาณในการขับเคลื่อน

ทอมป์สัน (Thompson et al. 2000) กล่าวว่าเราต้องการผู้ประกอบการสังคมเหมือนกับผู้ประกอบการธุรกิจ ประชาชนทราบว่าสามารถได้ในสิ่งที่ต้องการโดยที่ระบบสวัสดิการไม่สามารถทำให้ตามความต้องการได้ และผู้ที่มาอยู่ร่วมกันต้องใช้ทรัพยากรที่อยู่อย่างจำกัด ได้แก่ บุคคลทั่วไป อาสาสมัคร เงินทุน และใช้มันเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสังคม

จอห์นสัน (Johnson 2000) ได้ให้คำจำกัดความของผู้ประกอบการสังคมว่าเป็นการเกิดขึ้นใหม่ของการปฏิรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม โดยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาและการปฏิรูปสังคม ผู้ประกอบการสังคมทำให้การขอบเขตของส่วนกลางระหว่างเอกชนและ องค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไรถูกทำลายลง รวมถึงเป็นการผสมผสานระหว่างการมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไร

แมคมิลแลน (MacMillan 2003) ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการสังคมเป็นขบวนการที่ทำให้ได้มาซึ่งการดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่การเพิ่มสวัสดิภาพของสังคม ดังนั้นจึงเกิดประโยชน์ต่อทั้งธุรกิจและสังคม ประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้แก่การจ้างงาน การเพิ่มผลผลิต เพิ่มการแข่งขันของประเทศ และการเพิ่มคุณภาพชีวิต

บอชชี และแมคลอร์ก (Boschee and McClurg 2003) ได้ให้คำจำกัดความของผู้ประกอบการสังคมว่า กฎเกณฑ์ในการเสืงต่อธุรกิจที่ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ผู้จัดการที่ดีและสมาชิกของผู้บริหารสำหรับธุรกิจที่ไม่มุ่งหวังทำกำไรตระหนักดีว่าพวกเขาจะเพิ่มปริมาณขึ้นโดยไม่ขึ้นกับผู้บริหาร และจากสิ่งนี้ทำให้เป็นที่มาของคำว่า “Entrepreneurship”

และ Social Entrepreneurship นั้นคือบุคคลใดๆ ในทุกๆภาคส่วนผู้ซึ่งใช้รายได้ของตัวเองในการทำประโยชน์ต่อสังคม

เดวิด บอร์นสไตน์ (David Bornstein 2004) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการสังคมไว้ว่าเป็นผู้สร้างความเปลี่ยนแปลงสังคมเพราะพวกเขามีแรงกระตุ้น มีความคิดสร้างสรรค์ และยังเป็นผู้ตั้งคำถามกับสิ่งที่เป็นอยู่และใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ เสมอและเขายังปฏิเสธที่จะล้มเลิกความตั้งใจในการแก้ปัญหาสังคม

แมร์ และมาร์ติ (Mair and Marti 2004) กล่าวว่าเราให้คำจำกัดความกับผู้ประกอบการสังคมว่าเป็นการปฏิรูปในการใช้ทรัพยากรเพื่อที่จะสำรวจ หาประโยชน์ และโอกาสให้กับความต้องการของสังคมอย่างยั่งยืน

ดาร์ท (Dart 2004) ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนรูปแบบของความเข้าใจในเรื่องการไม่มุ่งหวังกำไรเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เช่น จากการไม่มุ่งหวังกำไรเป็นลูกผสมระหว่างมุ่งหวังและไม่มุ่งหวังกำไร การเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญกับสังคมเพียงอย่างเดียวเป็นการให้ความสำคัญกับทั้งเงินและสังคม จากความเข้าใจในการบริการที่ไม่แสวงหาผลประโยชน์เป็นการดำเนินธุรกิจที่มีการวางแผนร่วมกัน รวมถึงหลักและการออกแบบการดำเนินธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงจากการมีรายได้จากเงินบริจาคมากที่สุด ไม่มีค่าสมาชิก และไม่ต้องชำระภาษี เป็นการมองรายได้และการลงทุนเป็นหลัก

โรเจอร์ มาร์ติน และแซลลี ออสเบิร์ก (Martin and Osberg 2007) ให้ความหมายของผู้ประกอบการสังคมไว้ว่าผู้ประกอบการสังคมมีความสามารถในการแยกแยะความอยู่ดีชั่วชอนอยู่ในความเสมอภาค ซึ่งก่อให้เกิดความแตกแยก ความทุกข์ยาก ในภาคส่วนสังคม มนุษย์ที่ขาดแคลนช่องทางทางการเงินหรือนโยบายทางการเมืองเพื่อที่จะได้มาซึ่งผลประโยชน์ของตนเอง มีความสามารถในการมองเห็นโอกาสในความอยู่ดีชั่วชอนซึ่งจะนำไปสู่โอกาสการนำเสนอแนวทางการพัฒนาคุณค่าทางสังคมและนำแรงบัลดาลใจมาก่อให้เกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์ สิ่งที่มีความคิดสร้างสรรค์ตรงไปตรงมา กล้าหาญ และกล้าท้าทายผู้ที่มิอำนาจเหนือกว่า มีความสามารถในการหลอมรวมความเสมอภาคที่มั่นคงแบบใหม่ ซึ่งเปิดโอกาสหรือบรรเทาความทุกข์ของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการสร้างระบบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน และความเสมอภาคแบบใหม่นี้เองที่ช่วยสร้างอนาคตที่ดีกว่าของกลุ่มเป้าหมายและแม้แต่สังคมโดยรวม

สตูณี อาชวานันทกุล (2551) ผู้ประกอบการสังคมคือนักธุรกิจหรือปัจเจกชน ผู้มีจิตสาธารณะที่เลือกเดินทางสายกลางระหว่างนักธุรกิจ NGO แบบดั้งเดิม ที่ใช้ประโยชน์จากชุดความรู้จากโลกธุรกิจที่ประชาชนทั่วไปเข้าไม่ถึง ในการคิดค้น พัฒนา และลงมือดำเนินกิจการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และคุ้มค่าเมื่อเทียบกับต้นทุน

จากคำจำกัดความข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการสังคมคือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเป็นผลประโยชน์คืนกลับสู่สังคมทั้งหมด ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปการจ้างงาน การเพิ่มผลผลิต การเพิ่มโอกาส การรักษาสิ่งแวดล้อม โดยผู้ประกอบการสังคมจะต้องผสมผสานระหว่างธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์กับการช่วยเหลือสังคมโดยยึดผลประโยชน์ของสังคมเป็นพันธกิจหลักขององค์กรและนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการสังคมอย่างยั่งยืน

1.2 ประเภทของผู้ประกอบการสังคม

ผู้ประกอบการสังคมนั้นอาจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ตามรูปแบบของการประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการสังคมที่เน้นสินค้า ผู้ประกอบการสังคมที่เน้นบริการ และผู้ประกอบการสังคมแบบผสม ซึ่งผู้ประกอบการสังคมทั้งสามประเภทเป็นการประกอบการที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของกำไร ประโยชน์ต่อสังคม ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

1.2.1 ผู้ประกอบการสังคมที่เน้นสินค้า

ผู้ประกอบการสังคมที่เน้นสินค้าเป็นผู้ประกอบการที่เน้นส่งเสริมการขายสินค้า โดยสินค้าที่จำหน่ายอาจจะทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น หรือมีการรวมกลุ่มกันของคนในหมู่บ้านเพื่อผลิตสินค้าสำหรับขายเพื่อก่อให้เกิดรายได้ผ่านการขาย เช่น สินค้าหัตถกรรม ยกตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ ebannok.com เป็นโครงการที่ส่งเสริมการขายหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวเขาในภาคเหนือของประเทศไทยโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายผ่านระบบออนไลน์ (Change Fusion 2553)

1.2.2 ผู้ประกอบการสังคมที่เน้นบริการ

ผู้ประกอบการสังคมที่เน้นบริการ เป็นผู้ประกอบการที่เน้นการให้บริการ เช่น การสนับสนุนทางการศึกษา การบริการด้านสุขภาพหรือคุณภาพชีวิต การพัฒนาโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ เป็นต้น เช่นบริษัท Digital Divide Data (DDD) เป็นผู้ประกอบการสังคมที่เสนอการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่างๆให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดย DDD ทำการรักษาพันธกิจของผู้ประกอบการสังคมโดยการทำงานเยาวชนผู้ด้อยโอกาสในสังคมและให้คำตอบแทนอย่างเป็นธรรม

1.2.3 ผู้ประกอบการสังคมแบบผสม

ผู้ประกอบการสังคมแบบผสม เป็นผู้ประกอบการที่ผสมผสานระหว่างการขายสินค้าและบริการเข้าด้วยกัน เช่น บริษัท Change Fusion ที่เป็นผู้ให้บริการทางการออกแบบนวัตกรรมสังคม การลงทุนและบ่มเพาะ ซึ่งได้มีการดำเนินโครงการนวัตกรรมสังคม การลงทุน

และการบ่มเพาะ ที่เป็นผู้ให้บริการทางด้านออกแบบนวัตกรรมสังคมที่ดำเนินการโดยคนรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่องในเขตเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการจำแนกประเภทของผู้ประกอบการสังคมอาศัยชนิดของการประกอบการเหมือนกันกับการประกอบการธุรกิจทั่วไป เพียงแต่ผู้ประกอบการสังคมจะทำการคืนผลประโยชน์ที่ได้กลับสู่สังคมแทนที่จะให้ผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นหรือหุ้นส่วน

1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการสังคม

ผู้ประกอบการสังคมแต่ละรายนั้นอาจมีองค์ประกอบแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพันธกิจและวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการสังคมนั้นๆ แต่การประสบความสำเร็จในการประกอบการสังคมนั้นจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะดังต่อไปนี้ (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553 : 76-78)

1.3.1 นวัตกรรม (Innovative) ผู้ประกอบการสังคมคิดนอกกรอบ เพื่อหาทางที่แก้ปัญหา ซึ่งอาจจะเป็นวิธีที่แปลกใหม่แต่สร้างสรรค์ โดยยึดเป้าหมายขององค์กรเป็นหลักและไม่คำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

1.3.2 การยืนหยัด (Tenacity) ผู้ประกอบการสังคมจะไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและท้าทายกับสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยจะแสวงหาประโยชน์จากโอกาสและไม่รู้จักคำว่ายอมแพ้

1.3.3 หลงใหล (Passionate) ผู้ประกอบการสังคมจะมีความเชื่อมั่นและหลงใหลอย่างรุนแรงในสิ่งที่ทำ และจะไม่ยอมหยุดจนกว่าจะเป้าหมายจะเป็นจริง

1.3.4 เชี่ยวชาญ (Expertise) ผู้ประกอบการสังคมมีความรู้ ความสามารถ และเชี่ยวชาญในสิ่งที่ทำ ทำให้สามารถค้นพบวิธีใหม่ๆ ในการแก้ปัญหา

1.3.5 แพร่ระบาดทางความคิด (Infectiousness) ผู้ประกอบการสังคมจะมีอิทธิพลต่อคนรอบข้างให้สนับสนุนภารกิจและงานของเขา

1.3.6 มุ่งเน้น (Focused) ผู้ประกอบการสังคมมองเห็นและกระทำการในสิ่งที่คนอื่นพลาด เช่น โอกาสในการปรับปรุงระบบ การสร้างการแก้แนวทางในการแก้ปัญหา และการคิดค้นแนวทางใหม่ๆ ที่จะนำการเปลี่ยนแปลงมาสู่สังคม

1.3.7 เจ้าความคิด (Resourcefulness) ผู้ประกอบการสังคมดำเนินการในบริบทของสังคมมากกว่าในโลกธุรกิจ เขามีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนและระบบสนับสนุนของตลาดดั้งเดิม ดังนั้นเขาจะต้องมีทักษะพิเศษในการรวบรวมและเคลื่อนย้ายทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางการเงิน และทรัพยากรทางการเมือง

1.3.8 เน้นเป้าประสงค์ (Goal oriented) ผู้ประกอบการสังคมถูกขับเคลื่อนด้วยการผลิตผลตอบแทนที่สามารถวัดได้หรือผลผลิต

1.3.9 ผู้นำ (Leaders) ผู้ประกอบการสังคมเป็นผู้นำตามธรรมชาติ มีความสามารถในการนำและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่น

1.3.10 ปลาบปลื้มปิติ (Ecstasy) ผู้ประกอบการสังคมมีคุณภาพชีวิตที่เปลี่ยนแปลง เขาทำความพยายามของเขาในการปรับปรุงชีวิตของผู้คนที่หลากหลาย

นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติอีก 6 อย่างของผู้ประกอบการสังคมที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะแก้ไขตนเอง ความเต็มใจที่จะแบ่งความดีความชอบให้กับผู้อื่น ความเต็มใจที่จะเป็นอิสระจากโครงสร้างที่มั่นคง ความเต็มใจที่จะข้ามขอบเขตของสาขาวิชาชีพ ความเต็มใจที่จะทำงานอย่างเงียบๆ และผลักดันด้านจริยธรรมที่มั่นคง (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553 : 76-78)

จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการสังคมจะต้องเป็นคุณลักษณะในเชิงบวก คือต้องเป็นผู้เสียสละอย่างแท้จริง และจะต้องเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งจะอุทิศตนเพื่อส่วนรวมด้วยความเต็มใจ จึงจะสามารถดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

1.4 กระบวนการประกอบการสังคม

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการประกอบการสังคมกับการประกอบการทางธุรกิจจะเห็นว่าไม่ใช่เรื่องที่ต่างกันมากนัก ซึ่งตามความเป็นจริง “การประกอบการสังคมคือ การปรับปรุงแนวทางธุรกิจไปใช้ในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม” (สากล จริยวิทย์านนท์ 2553 : 45-68) ข้อแตกต่างพื้นฐานของทั้งสองสิ่งก็ไม่ใช่ธรรมชาติของกระบวนการแต่เป็นการตั้งชื่อเพื่อชดเชยสิ่งที่ยังขาดหายไปมากกว่า โดยข้อเท็จจริง การประกอบการสังคมสามารถเข้ากันได้กับกระบวนการประกอบการทางธุรกิจเป็นอย่างดี กระบวนการประกอบการสังคม (Social Entrepreneurship Process) มีดังนี้ (Brooks, อ้างถึงใน สากล จริยวิทย์านนท์ 2553 : 46)

1.4.1 ขอมรับโอกาสทางสังคม ผู้ประกอบการสังคมมองเห็นโอกาสในขณะที่บุคคลอื่นจะมองเห็นแต่อุปสรรคและการยับยั้งเช่นปัญหาสังคม หรือเห็นว่าความต้องการทางสังคมที่ไม่ได้รับการตอบสนองอาจจะเกี่ยวข้องกับความต้องการที่ยังไม่ได้รับอย่างเต็มที่

1.4.2 การพัฒนาแนวคิด ผู้ประกอบการสังคมมีโอกาสนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจคือ ผู้ประกอบการสังคมจะกำหนดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะหรือตลาดใหม่ในการให้บริการ และจะชี้ให้เห็นและนิยามการชดเชยทางสังคมที่แท้จริงว่าจะต้องได้รับจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นการกำหนดผลตอบแทนทางสังคม

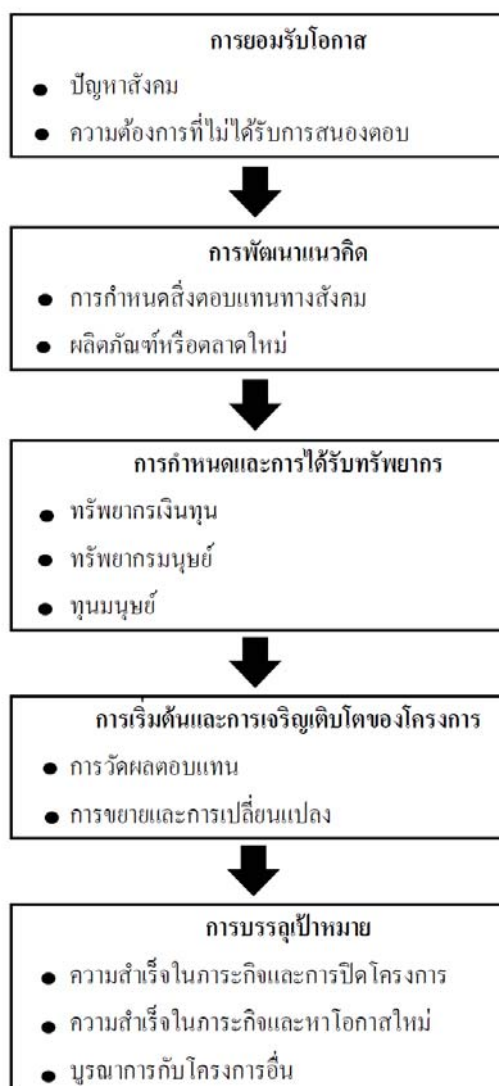
1.4.3 การกำหนดทรัพยากรที่ต้องการและการได้รับทรัพยากรที่จำเป็น 3 แบบคือ ทรัพยากรด้านการเงิน ซึ่งเป็นรายได้จากการประกอบการ การบริจาค และได้รับจากรัฐบาล ซึ่งรายได้ 2 ประการหลังค่อนข้างมีความสำคัญกับผู้ประกอบการสังคมที่เพิ่งเริ่มต้น แบบที่ 2 คือ

ทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในรูปแบบของอาสาสมัครและในรูปแบบที่ได้รับเงินค่าจ้าง แบบที่ 3 ทรัพยากรทุนมนุษย์ ทรัพยากรนี้หมายถึงการศึกษา ประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญ ที่ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินการและมีความสามารถในการแข่งขันได้

1.4.4 การเริ่มต้นและการเติบโตของโครงการ หลังจากการเปิดตัวโครงการแล้วการเจริญเติบโตก็จะตามมาและจะเกี่ยวข้องกับการขยายตัวขององค์กรทั้งทางด้านขนาดและขอบเขตของการดำเนินการ การเจริญเติบโตควรมียุทธศาสตร์ทางธุรกิจที่ชัดเจน มีแผนงานที่สอดคล้องกับความต้องการด้านทรัพยากรมนุษย์และเงิน การมอบหมายความรับผิดชอบจากผู้ประกอบการสังคมไปยังผู้อื่น กระบวนการในการจัดการและการเจรจาต่อรอง การมีแผนที่สอดคล้องกับการวัดความก้าวหน้าทางคุณค่าสังคม การขยายงบประมาณ กิจกรรมและเขตทางด้านภูมิศาสตร์

1.4.5 การบรรลุเป้าหมาย แผนสำหรับการบรรลุเป้าหมายหมายถึงสิ่งที่จะต้องทำต่อหลังจากบรรลุเป้าหมายแล้ว ในการวัดการบรรลุเป้าหมายประกอบด้วยแนวทางที่เป็นไปได้ 4 แนวทางคือ ปิดโครงการ ปรับปรุงใหม่ให้ตรงกับภารกิจทางสังคม สร้างให้เกิดดุลยภาพในการบริการที่มีความมั่นคงหรือการไปรวมกับโครงการอื่น

จะเห็นได้ว่ากระบวนการการประกอบสังคม ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ก็คือการยอมรับโอกาส การพัฒนาแนวความคิด การกำหนดและการได้รับทรัพยากร การเริ่มต้นและการเจริญเติบโตของโครงการ และการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งแต่ละขั้นตอนต้องมีการดำเนินการอย่างรอบคอบและมีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้นๆ



ภาพที่ 1 กระบวนการประกอบการสังคม

ที่มา : สากร จริยวิธานนท์, “การประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship): หลักการและแนวคิดเพื่อพัฒนาสังคม,” พัฒนาสังคม 12, 1 (มิถุนายน 2553) : 55.

กล่าวโดยสรุปในเรื่องแนวคิดการประกอบการสังคมมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพราะวัตถุประสงค์ กิจกรรมและกระบวนการที่ผู้ประกอบการสังคมใช้ในการดำเนินงานย่อมมีแนวคิดและวิธีการที่เกี่ยวข้องโดยผ่านแนวคิดการประกอบการสังคม และเพื่อนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์หาการให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคม การจำแนกประเภทของผู้ประกอบการสังคม และวิเคราะห์ว่าคุณลักษณะใดที่เป็นคุณลักษณะเด่นและมีส่วนช่วยผลักดันให้มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและรับใช้สังคม

2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

2.1 ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์

ในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมของธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาทำให้การจัดการเชิงกลยุทธ์ทวีความสำคัญต่อการดำรงอยู่และการเจริญเติบโตของธุรกิจ ผู้บริหารในฐานะผู้นำจึงต้องนำพาธุรกิจไปสู่จุดหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นงานสำคัญของผู้บริหารในทุกๆองค์กร โดยมีผู้ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ดังนี้

กลุ๊ค (Glueck 1984) ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ แผนการดำเนินงานขององค์กรที่กำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

สมยศ นาวิการ (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ เน้นที่การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ประเมินจุดแข็งจุดอ่อนภายใน และการตรวจสอบ โดยมีการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

พัคตร์พอง วัฒนสินธ์ (2541) ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ ไว้ว่า เป็นการจัดการที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการภายในองค์กร ที่ต้องมีการเตรียมการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนมีการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม

เสนาะ ดิยาวี (2546) ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ว่า เป็นการดำเนินการเพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยเน้นตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ การนำไปใช้และการประเมินผลกลยุทธ์

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ (2552) ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและข้อมูลสำคัญของธุรกิจที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ การวางแผนทางการดำเนินงาน และควบคุมการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจว่าองค์กรสามารถดำเนินงานได้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีการพัฒนาให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดการเชิงกลยุทธ์มีประโยชน์ต่อองค์กร 4 ประการคือ ทำให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม สร้างความสอดคล้องในการปฏิบัติ ตลอดจนสร้างความพร้อมให้แก่องค์กรต่อความเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น และสร้างประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ

จากคำจำกัดความข้างต้นพอที่จะอธิบายความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้ว่าเป็นกระบวนการที่ต้องประเมินศักยภาพในองค์กรและเปรียบเทียบกับสภาพแวดล้อมในและนอก

องค์กร เพื่อกำหนดการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ และมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ก็คือขั้นตอนการบริหารเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์ 2552)

2.2.1 การประเมินสภาพแวดล้อม โดยศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 ระดับคือ การพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในและการพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งการพิจารณาดังกล่าวเรียกกันว่า SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรที่สามารถทำได้ดีมีลักษณะเด่นไม่ว่าจะเป็นการบริหาร การผลิต การตลาด บุคคลากร

จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กร ที่องค์กรไม่สามารถทำได้ดีและกลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กรเช่น การเงินไม่มีความคล่องตัว สินค้าล้าสมัย ต้นทุนสูง ดังนั้นองค์กรต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ปรับปรุงจุดอ่อนหรือลบล้างแก้ไขจุดอ่อนขององค์กร

โอกาส (Opportunities) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร เช่น การขยายตลาดทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

อุปสรรค (Threats) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ปัญหาทางเศรษฐกิจ

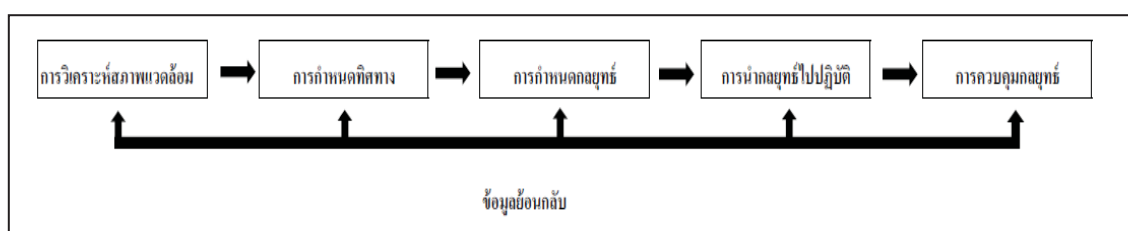
โดยพิจารณาว่าแต่ละปัจจัย มีอะไรบ้างที่ส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินงานขององค์กร

2.2.2 การกำหนดทิศทางขององค์กร โดยผู้บริหารจะนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินสภาพแวดล้อมมากำหนดทิศทางกลยุทธ์ขององค์กรโดยกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ขององค์กร

2.2.3 การกำหนดกลยุทธ์ หมายถึงการนำเป้าหมายขององค์กรมาพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานในอนาคต โดยมักกำหนดกลยุทธ์ตามระดับชั้นภายในองค์กรตั้งแต่กลยุทธ์องค์กร กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์ตามหน้าที่

2.2.4 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ หมายถึงการนำกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นไปประยุกต์ใช้ อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการจัดโครงสร้างบุคลากร และการประสานงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดย ขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติถือว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

2.2.5 การควบคุมและการประเมินกลยุทธ์ เป็นขั้นตอนที่ติดตามและตรวจสอบ วิเคราะห์ปัญหา กำหนดแนวทางและปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงตลอดจนทำ การประเมินผลว่ากลยุทธ์ที่ใช้ประสบผลสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่



ภาพที่ 2 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

ที่มา : ัญญุพันธ์ เขจรนันท์, การจัดการเชิงกลยุทธ์ (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2552), 24.

จะเห็นได้ว่า กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์มีส่วนประกอบที่สำคัญคือการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม การกำหนดทิศทางขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการ ควบคุมกลยุทธ์ จะเห็นว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการต่อเนื่องซึ่งเป็นผลมาจากตัวแปรต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ส่งผลให้ผู้บริหารจะต้องมีความตื่นตัวต่อการ เปลี่ยนแปลงเพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ อยู่ตลอดเวลา

กล่าวโดยสรุปในเรื่องแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์ว่ามูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีแนวทางในการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม การกำหนดทิศทางขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการ ควบคุมกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร

3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถ ควบคุมได้ ซึ่งกิจการสามารถผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความ พึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (วารุณี ดันติวงศ์วานิช 2552 : 24) ส่วนแนวคิดส่วนประสมทาง

การตลาดบริการของ Philip Kotler กล่าวว่าไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 4 ตัวแปร หรือ 4P's และได้ขยายเป็น 7P's เมื่อนำมาใช้กับงานบริการ โดยประกอบด้วย (อดุลย์ จาตุรงค์ 2542 : 312-314)

3.1 การสร้างบริการหรือผลิตภัณฑ์ (Product) การผสมผสานของสินค้าและบริการที่กิจการเสนอต่อตลาดเป้าหมายเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ความหลากหลาย คุณภาพ ประโยชน์ การออกแบบ รูปแบบ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ เป็นลักษณะของสินค้าที่สัมผัสได้ ส่วนคุณสมบัติที่ตอบสนองทางสังคมได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ เพื่อการบริการอย่างมีคุณภาพโดยต้องมีการปรับแต่งบริการเพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นด้วย โดยเบื้องต้นต้องพิจารณาสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือกำลังแสวงหา และเมื่อตัดสินใจแล้วว่าจะสร้างบริการอะไรให้ลูกค้าแล้ว ธุรกิจก็ต้องมีการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

3.2 การตั้งราคาบริการ (Price) หมายถึงจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับสินค้าบริการมักได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไร เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นการตั้งราคาในบางส่วนต้องให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายเข้าใจตรงกันว่ามีอะไรรวมอยู่บ้างในสิ่งที่เขากำลังตกลงซื้อขายกัน

การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการเช่น ถ้าลูกค้ามีเกณฑ์ในการตัดสินใจคุณภาพน้อยเขาจะประเมินบริการด้วยราคา โดยในงานบริการราคาจะเป็นส่วนสำคัญในการชี้คุณภาพการบริการ

3.3 ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ (Place) หมายถึงกิจกรรมของกิจการที่นำผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภค และสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายโดยการจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน

3.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมของกิจการที่นำผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคโดยช่องทางจัดจำหน่ายประกอบไปด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค โดยทางตรงหรือทางอ้อม

3.3.2 การกระจายสินค้า หมายถึง งานที่ควบคุมทั้งการวางแผนและปฏิบัติตามแผนที่จะเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต สินค้า จากจุดเริ่มต้นไปถึงจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งประกอบด้วย การขนส่งสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ

3.4 การส่งเสริมการจัดจำหน่ายบริการ (Promotion) หมายถึง กิจกรรมเพื่อสื่อสารถึงข้อดีของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อแจ้งข่าวสารและชักชวนให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซื้อสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายประกอบด้วย

3.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมที่เสนอข่าวสารโดยใช้สื่อเกี่ยวกับองค์กร, ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้าโดยบุคคล มีจุดมุ่งหมายให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดี

3.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อโดยใช้พนักงานขายหรือไม่ก็ได้ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ การลด แลก แจก แถม

3.4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations : PR) การให้ข่าวเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ส่วนการประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามในการวางแผนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กิจการ ผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโดยต้องเสียค่าใช้จ่าย

3.5 สภาพแวดล้อมภายนอกที่สังเกตได้ (Physical Evidence) เป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้ามองเห็นได้ รับรู้ได้ ใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ในคุณภาพการบริการ เช่น รูปแบบอาคาร เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ เครื่องแบบพนักงาน ถึงแม้บางครั้งสิ่งที่มีตัวตนบางอย่างอาจไม่มีส่วนในการทำให้ประสิทธิภาพการบริการสูงขึ้น แต่จะเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและเป็นที่สะท้อนรสนิยมของลูกค้า และจะเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจซื้อบริการ ดังนั้นกิจการควรมีระบบจัดการที่ดี ที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้

3.6 บุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ (People) การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคน ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยคนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าและคุณภาพของการบริการ คุณสมบัติที่สำคัญของบุคลากรคือ เอาใจใส่ลูกค้า มีใจรักในงานบริการ มีความคิดสร้างสรรค์ มีบุคลิกภาพที่ดี ดังนั้นกิจการต้องให้ความสำคัญถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับคนตั้งแต่การสรรหา การฝึกอบรม และการกระตุ้นพนักงาน เพื่อสร้างให้พนักงานมีจิตสำนึกในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง และสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้ด้วยจนมีคำกล่าวที่ว่าคนเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดในองค์กร

3.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญของการบริการคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการที่ดีควรจะรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบและง่ายต่อการปฏิบัติการเพื่อที่พนักงานจะไม่เกิดความสับสนในการปฏิบัติ คุณสมบัติที่สำคัญของบุคลากรที่ดีคือ เอาใจใส่ลูกค้า มีใจรักในงานบริการ มีความคิดสร้างสรรค์ มีบุคลิกภาพที่ดี

การบริการแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและส่วนที่คอยสนับสนุนส่วนที่ติดต่อกับลูกค้า โดยทั้งสองส่วนมีความสำคัญเท่าเทียมกันเนื่องจากถ้าส่วนใดทำงานผิดพลาดก็จะส่งผลกระทบต่ออีกส่วนด้วย

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดทำให้เราสามารถสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดสินค้าและบริการได้ให้ความสำคัญกับทุกส่วนประกอบ เพื่อตอบสนองความต้องการ อีกทั้งเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อสินค้าและผู้ให้บริการ การปรับโครงสร้างงานบริการเป็นการออกแบบกระบวนการบริการใหม่เพื่อปรับปรุงบริการให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นและลดต้นทุนในการทำงานลง ตลาดการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีผู้ค้ารายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก ถ้าธุรกิจสามารถให้บริการได้เร็วขึ้น ก็จะสามารถตอบสนองความต้องการให้ผู้รับบริการมากขึ้น ก็จะสามารถได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้มากกว่าคู่แข่ง

กล่าวโดยสรุปในเรื่องแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้นำมาวิเคราะห์แต่ละส่วนประสมทางการตลาดและการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละตัวแปรของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

4. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)

4.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

The World Business Council for Sustainable Development (อ้างถึงใน พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553 : 7) ได้ให้ความหมายความ CSR ไว้ว่าเป็นการปฏิบัติตามพันธะสัญญาอย่างต่อเนื่องของบริษัทในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว รวมถึงชุมชนและสังคม

สถาบันไทยพัฒน์ (อ้างถึงใน สุลักษณ์ บุญปาน 2550 : 7) ซึ่งเป็นสถาบันที่ศึกษาวิจัย CSR ในประเทศไทยได้ให้ความหมาย CSR ไว้ว่า CSR หรือ บรรษัทภิบาล หมายถึง การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกลด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข โดยสังคมระดับใกล้หมายถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ส่วนสังคมระดับไกลหมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี (2550 : 6) ได้รวบรวมคำนิยามโดยอ้างอิงคำนิยามของ Philip Kotler and Nancy Lee (Kotler and Lee 2005) ไว้ว่า CSR คือ พันธกิจในการปรับปรุงชุมชนให้ดีขึ้นด้วยบทเรียนทางธุรกิจและการบริการทรัพยากรที่องค์กรมี

The European Commission (อ้างอิงใน สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี 2550 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า CSR คือ เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้ในการดำเนินธุรกิจและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายใต้พื้นฐานการกระทำตามความสมัครใจ

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) ได้ให้ความหมาย CSR ไว้ว่าเป็นการดำเนินงานขององค์กรที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยการดำเนินงานที่สร้างความสมดุลแก่เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากคำจำกัดความข้างต้นพอที่จะอธิบายความหมายของ CSR หมายถึงการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องขององค์กรที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กรต่อสังคมทั้งระดับใกล้และไกลองค์กรที่นำมาซึ่งการอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและช่วยเหลือเกื้อกูลกันของคนในสังคม

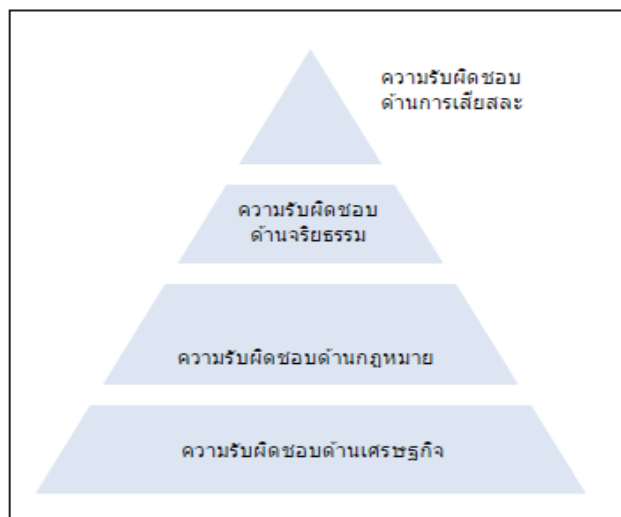
4.2 รูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปัจจุบันมีการพูดถึงกิจกรรมที่องค์กรต่างๆ ดำเนินเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากมายทั้งองค์กรภาครัฐและองค์กรเอกชน โดยแท้จริงเราควรให้ความสำคัญในเรื่องของการสมัครใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งมีความสมัครใจโดยแท้ไม่ได้ถูกควบคุมโดยกฎหมายหรือข้อบังคับใดๆ ในปัจจุบันได้มีการแบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็นหลายลักษณะมากมาย เพื่อที่จะสามารถจัดแบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างถูกต้อง เราจึงต้องทำความเข้าใจความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบต่างๆ

Archie B. Carroll (อ้างอิงใน พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553: 30) ได้เสนอตัวแบบพีระมิด CSR ที่แบ่งประเภทตามลำดับขั้นได้ 4 ขั้น คือ

1. ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) คือความรับผิดชอบต่อองค์กรตัวเองในด้านการทำรายได้เพื่อให้องค์กรตัวเองอยู่รอดไม่เป็นภาระใคร
2. ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) คือองค์กรต้องปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และสงบสุขของสังคม
3. ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) คือองค์กรต้องมีจริยธรรมเพื่อทำในสิ่งที่ยุติธรรมและเป็นธรรม

4. ความรับผิดชอบด้านการเสียสละ (Philanthropic Responsibility) คือองค์กรต้องช่วยเหลือและใช้ทรัพยากรให้แก่ชุมชน สังคม ตลอดจนปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทน



ภาพที่ 3 พีระมิด CSR

ที่มา : พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (นนทบุรี : ชิงค์ บียอนด์ บั๊คส์, 2553), 30.

คอตเลอร์ และลี (อ้างถึงใน พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553: 31) ได้แบ่งประเภท CSR ตามกิจกรรมที่ดำเนินการมี 6 ประเภทคือ

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาของสังคม (Cause Promotion) คือการที่องค์กรจัดหาเงินทุนหรือสิ่งที่ไม่ใช่เงินทุน เพื่อเพิ่มการรับรู้และความเป็นห่วงเป็นใยในประเด็นปัญหาสังคม ตลอดจนการสนับสนุนการระดมทุน การมีส่วนร่วมหรือการจัดหาอาสาสมัครเพื่อกิจกรรมดังกล่าว องค์กรธุรกิจอาจริเริ่มหรือบริหารงานส่งเสริมเหล่านั้นด้วยตนเองหรือร่วมมือกับองค์กรหนึ่งองค์กรใดก็ได้

2. การตลาดเหตุสัมพันธ์ (Cause-Related Marketing) เป็นการที่องค์กรผูกมัดในการให้หรือบริจาคจากจำนวนยอดขายสินค้าหรือบริการ เพื่อสนับสนุนในการแก้ไขปัญหาทางสังคมเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่มีการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน กับสินค้าเฉพาะที่ร่วมรายการและบริจาคกับการกุศลที่ระบุไว้ องค์กรธุรกิจมักร่วมมือกับองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรเพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกันด้วยการเพิ่มยอดขายสินค้าเพื่อนำเงินไปสนับสนุน

กิจกรรมการกุศลอื่นๆ โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการทำการกุศลผ่านการซื้อสินค้าหรือบริการ

3. การตลาดสังคมองค์กร (Corporate Social Marketing) เป็นการสนับสนุนหรือการพัฒนาที่เน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นหลักทั้งในด้านสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัยตลอดจนคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

4. การให้เพื่อสังคมองค์กร (Corporate Philanthropy) เป็นการให้ความช่วยเหลือโดยตรงไปยังปัญหาสังคมอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการให้เงินช่วยเหลือ การบริจาค จะพบกิจกรรมนี้ได้ทั่วไปตามองค์กรต่างๆ

5. การอาสาชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุน หรือชักชวนให้พนักงาน ลูกค้า หรือบุคคลทั่วไป มาร่วมกันทำกิจกรรมให้แก่ชุมชนเพื่อตอบสนองต่อการแก้ปัญหาสังคมที่องค์กรนั้นๆ ให้ความสนใจอยู่

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เป็นการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบทั้งในเชิงป้องกันไม่ก่อให้เกิดปัญหาสังคมและในเชิงรุกคือร่วมกันแก้ไขปัญหาสังคม

สถาบันไทยพัฒน์ได้แบ่งประเภท CSR ตามรูปแบบของการทำ CSR ไว้ดังนี้ (สถาบันไทยพัฒน์ 2552)

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงตอบสนอง (Responsive CSR) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบได้แก่ การปฏิบัติตัวเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดี และการบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจของตน โดยกิจกรรมรูปแบบนี้จะเกิดเมื่อมีการร้องเรียนหรือมีปัญหาเกิดขึ้น ถือว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมจากการผลักดันของบุคคลภายนอกองค์กร

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ (Strategic CSR) เป็นการดำเนินกิจกรรมเชิงรุกที่องค์กรสามารถริเริ่มกิจกรรมด้วยตนเองเพื่อสังคมภายนอก ทั้งเป็นการกำหนดจุดยืนและสร้างความแตกต่างจากแนวปฏิบัติขององค์กรอื่นๆ ผลลัพธ์จากกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในระยะยาวและก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงสร้างสรรค์ (Creative CSR) เป็นการพัฒนากิจกรรมในเชิงร่วมมือที่ก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคมอย่างไม่แบ่งแยก เป็นการคิดค้นวิธีการขึ้นใหม่ที่เป็นนวัตกรรม

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการจำแนกประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งการแบ่งจากกิจกรรม จากลำดับขั้น และจากรูปแบบของการทำกิจกรรม จะทำให้เราเข้าใจลักษณะของกิจกรรม

ต่างๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมได้มากขึ้น ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความก้าวหน้าทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีการคิดและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4.3 การกำหนดกลยุทธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆหันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมกันมากขึ้น การดำเนินงานด้านนี้ยังขาดความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กรโดยเราสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมกับกลยุทธ์ขององค์กรในการที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

Micheal E. Porter ได้เสนอแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ดังนี้ (Micheal E. Porter, อ้างถึงใน พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553)

1. กำหนดจุดที่สัมพันธ์กันระหว่างธุรกิจและสังคม สามารถพิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือความเชื่อมโยงภายในองค์กรไปยังภายนอกองค์กร หมายถึง ผลกระทบขององค์กรที่มีต่อสังคมผ่านกิจกรรมแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่มูลค่า และความเชื่อมโยงจากภายนอกเข้ามาภายในองค์กร หมายถึงเงื่อนไขหรือกฎระเบียบของสังคมภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยในกรณีนี้ องค์กรต้องทำการศึกษาและเลือกประเด็นหลักที่มีผลกระทบต่อองค์กร

2. การจัดลำดับและเลือกประเด็นสังคม เนื่องจากประเด็นสังคมมีมากมายดังนั้นจึงต้องมีการจัดลำดับประเด็นทางสังคมและเลือกประเด็นที่มีผลกระทบต่อองค์กร โดยประเด็นทางสังคมสามารถจำแนกออกได้ 3 ประเภทคือ

2.1 ประเด็นทางสังคมทั่วไป ซึ่งเป็นประเด็นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานมากทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว

2.2 ประเด็นที่มีผลกระทบทางสังคมต่อห่วงโซ่มูลค่า มีผลกระทบต่อกิจกรรมขององค์กร

2.3 ประเด็นทางสังคมที่มีผลต่อการขับเคลื่อนการแข่งขันขององค์กรในพื้นที่ธุรกิจ โดยองค์กรจะต้องจัดลำดับประเด็นสังคมทั้ง 3 ประเด็นของแต่ละหน่วย แต่ละพื้นที่

3. สร้างวาระสังคมขององค์กร โดยการใช้แนวทางกลยุทธ์ในการดำเนินการกับประเด็นสังคมที่เราได้จัดลำดับแล้วโดยแบ่งเป็น CSR เชิงกลยุทธ์ และ CRS เชิงตอบสนอง

4. เชื่อมโยงการปฏิบัติจากภายในองค์กรออกสู่ภายนอกองค์กรและจากภายนอกองค์กรสู่ภายในองค์กร การเป็นผู้บุกเบิกนวัตกรรมห่วงโซ่มูลค่า และการนำข้อจำกัดทางสังคมไปใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมืออันมีค่าสำหรับการคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

5. สร้างสรรค์มิติทางสังคมสู่ข้อเสนอทางคุณค่า CSR เชิงกลยุทธ์จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรสามารถเพิ่มมิติทางสังคมเข้าไปในข้อเสนอคุณค่าในสินค้าและบริการ และทำให้ผลกระทบทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์โดยรวม

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดกลยุทธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเราจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการเชื่อมโยงเข้ากับกลยุทธ์หลักขององค์กร โดยดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ใน 5 ขั้นตอนเพื่อให้้องค์กรสามารถเพิ่มมิติทางสังคมเข้าไปในคุณค่าของสินค้าและบริการเป็นการเสนอแนวทางใหม่ในการวางตำแหน่งทางการแข่งขัน เพื่อนำความรู้ที่ได้มาศึกษาถึงวิธีที่แต่ละองค์กรใช้ในองค์กรนำเสนอคุณค่า

กล่าวโดยสรุปในเรื่องแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพราะกิจกรรมที่องค์กรใช้เพื่อจัดกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ ย่อมมีแนวคิด และวิธีการเกี่ยวเนื่องโดยผ่านแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และเพื่อนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์จำแนกประเภทและศึกษารูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน

5.1 ความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development : WCED) (1987) ได้ให้คำจำกัดความการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ว่าเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการของชนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำลายโอกาสของชนรุ่นอนาคตเพียงเพื่อแค่สนองความต้องการของคนในรุ่นตนเอง

ส่วนทางด้านพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือการให้ความเจริญทางเศรษฐกิจดำเนินหรือพัฒนาไปควบคู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาที่บูรณาการ คือทำให้เกิดเป็นองคร่วม หมายถึงทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องมาประสานร่วมกันอย่างมีคุณภาพ

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (อ้างถึงใน พิพัฒน์ นนทนาธณ์ 2553) กล่าวว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการของคนปัจจุบันโดยไม่ทำให้คนรุ่นหลังเสียโอกาสในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในทิศทางที่ไม่ทำให้สภาพแวดล้อมเสียสมดุล เป็นการพัฒนาที่ป้องกันชีวิตพื้นฐานของประชาชน

องค์การสหประชาชาติ (อ้างถึงใน พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553) ได้บัญญัติศัพท์การพัฒนาอย่างยั่งยืนในปี ค.ศ.1987 ว่าเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปต้องประนีประนอมยอมลดความสามารถของเขาในการตอบสนองความต้องการของเขาเอง

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) กล่าวว่า ีไว้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่พอเหมาะพอควรและเป็นไปอย่างสมดุลทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยการเปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆ ในสังคมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการอันจะทำให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขตลอดไป ระบบการพัฒนาอย่างยั่งยืนประกอบไปด้วย 4 ส่วนคือ มนุษย์ สังคม เทคโนโลยี และธรรมชาติ

จากคำจำกัดความเบื้องต้นพอจะสรุปความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ว่าเป็นการกระทำของคนในรุ่นปัจจุบันที่จะดำเนินการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมไปควบคู่กันอย่างมีความสมดุล เพื่อที่จะไม่ให้มีผลกระทบจากการทำลายสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมต่อคนในรุ่นต่อไป

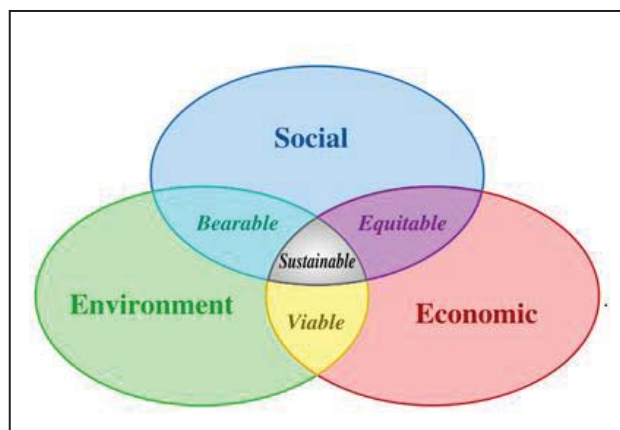
5.2 แผนปฏิบัติการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปี ค.ศ. 1992 ได้มีการประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มีประเทศไทยและประเทศสมาชิกสหประชาชาติรวม 178 ประเทศ ได้ลงนามรับรองปฏิญญาริโอ ว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา และแผนปฏิบัติการ 21 ซึ่งเป็นแผนแม่บทในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาในศตวรรษที่ 21 โดยเนื้อหาครอบคลุมการพัฒนาทั้ง 3 ด้านคือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เรียกว่า ไตรกัปปิยะ หรือ Three Bottom Line

ปี ค.ศ. 2010 Donald C. Fisher (อ้างถึงใน สุดารัตน์ คำอาจ 2010) ได้นำแนวคิดใหม่ที่ชื่อว่า Baldrige Green เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนขององค์กร การดำเนินธุรกิจไปพร้อมๆ กับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยแนวคิดนี้ได้นำเสนอ 2 หลักการที่จะสร้างความยั่งยืนคือ

5.2.1 หลักไตรกัปปิยะ (Three Bottom Line)

ในปัจจุบันหลายองค์กรได้เริ่มที่จะสร้างและพัฒนาความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจมากขึ้น โดยการทำแผนความยั่งยืนขึ้นมาโดยแผนดังกล่าวต้องทำให้แผนธุรกิจและแผนความยั่งยืนดำเนินไปด้วยกัน หลักการของ Three Bottom Line ประกอบไปด้วย



ภาพที่ 4 ไตรกัปปิยะ(The Three Bottom Line)

ที่มา : พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (นนทบุรี : ชิงค์ ปิยอนด์ บั๊คส์, 2553),80.

5.2.1.1 เศรษฐกิจ คือการเงินและความก้าวหน้าขององค์กร โดยองค์กรต้องสามารถบอกได้ว่าหาเงินด้วยวิธีใด และทำอย่างไรที่ทำให้องค์กรมีเสถียรภาพทางการเงิน โดยการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับสังคม จะทำให้เกิดความเท่าเทียมและเป็นธรรมในสังคม ส่วนการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับสิ่งแวดล้อม จะทำให้เกิดความสมดุล

5.2.1.2 สิ่งแวดล้อม องค์กรต้องมีมาตรการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคม ไม่ให้การดำเนินการขององค์กรไปทำลายสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสิ่งแวดล้อมไปควบคู่กับสังคมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกัน

5.1.2.3 สังคม นอกจากองค์กรจะต้องดูแลพนักงานแล้ว องค์กรยังต้องดูแลผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาไม่ให้มีอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

ในการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรมีการพัฒนาทั้ง 3 ด้านคือ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม จึงจะทำให้เรามีสังคมที่เป็นสุขเศรษฐกิจที่เจริญเติบโต และสิ่งแวดล้อมที่ดี

5.2.2 GRI Index (Global Reporting Initiative)

เป็นมาตรฐานที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของคนในสังคม โดยสาระสำคัญอยู่ที่การทำการงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SD Report) โดยกำหนดให้รายงานประกอบด้วยส่วนประกอบ 3 ส่วน สถาบันธุรกิจเพื่อสังคมคือ ข้อมูลของบริษัท วิธีบริหารจัดการให้เป็นไปตามเป้าหมาย และเครื่องมือชี้วัดประสิทธิผล จากเกณฑ์การ

ให้ข้อมูลต่างๆที่ GRI กำหนด จะทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบและประเมินองค์กร จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสาธารณชน โดยจากรายงานทำให้เห็นว่ารายได้ขององค์กรถูกแบ่งไปใช้ส่วนใดบ้าง มีการกระจายรายได้ไปสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมในอัตราส่วนเท่าใด องค์กรต้องระบุผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและแผนพัฒนาในอนาคต แสดงถึงกระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานเท่าไร ปปล่อยมลพิษเท่าไร

โดยทั้ง Three Bottom Line และ GRI Index เป็นแนวทางที่องค์กรต่างๆสามารถนำมาใช้เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยต้องคำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ และจะต้องรวมอยู่ในแผนธุรกิจขององค์กรเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มธุรกิจบางจากซึ่งมีการดำเนินงาน โดยเรียกว่า Three Bottom Line มา 24 ปี ทั้งในส่วนเศรษฐกิจที่เน้นสร้างมูลค่าและคุณค่าในการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมจากนโยบายพลังงานทดแทน สังคมจากการที่ตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีการจัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนตามแนวทาง GRI Index

กล่าวโดยสรุปในเรื่องแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพราะจุดมุ่งหมายขององค์กรในการดำเนินกิจกรรมก็เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ในรูปแบบต่างๆย่อมมีแนวคิด และวิธีการเกี่ยวเนื่องโดยผ่านแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และเพื่อนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์ว่าในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่ขึ้นได้เมื่อองค์กรมีการพัฒนาทั้ง 3 ด้านอย่างไรบ้าง

6. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์กร

การดำเนินหรือการประกอบการธุรกิจขององค์กรให้ประสบความสำเร็จและสามารถสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรได้ในปัจจุบันนั้น ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นขององค์กรในสายตาของบุคคลภายนอกนั้นจะมีความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความมั่นคงและเสถียรภาพของธุรกิจ ดังนั้นตราสินค้าหรือชื่อสินค้าย่อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคย่อมเลือกสิ่งที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสมที่สุดในเรื่องคุณภาพ ราคา และรายได้ของผู้บริโภค ซึ่งหมายความว่าผู้บริโภคบางกลุ่มอาจยึดติดกับตราสินค้าและมีผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่มีความภักดีต่อตราสินค้า (Loyal customer) ซึ่งสามารถพบได้ในหลายการประกอบการ เช่น รถยนต์ ผู้บริโภคมักจะซื้อรถยนต์รุ่นเดียวกันหรือต่างรุ่นกัน แต่เป็นรถยนต์จากบริษัทรถยนต์เดียวกันกับที่ตนเองใช้อยู่ เนื่องจากเชื่อว่ามีคุณภาพดีและเชื่อมั่นในการผลิตและคุณภาพของรถยนต์ดังกล่าว (ทัศนีย์ 2553 : 14)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นขององค์กรนั้นจะมีความสำคัญอย่างมาก นอกจากนี้ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นขององค์กรยังส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนเช่นกัน นักลงทุนที่ติดมกเลือกองค์กรที่มีภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นดี เพื่อเป็นการยืนยันว่าจะคุ้มค่าและให้ผลตอบแทนสูงในการลงทุนกับองค์กรผู้ประกอบการหรือองค์กรจะประชาสัมพันธ์คุณภาพของสินค้าควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์องค์กรซึ่งจะส่งผลต่อทั้งผู้บริโภคและนักลงทุน โดยการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นขององค์กรสามารถทำได้โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆได้ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคม(ทัศนีย์ 2553 : 15)

ในปัจจุบันเป็นยุคที่ธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับสื่อก็มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่าสื่อโฆษณาที่เผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนไม่สามารถสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคได้อีกต่อไป ในสังคมยุคใหม่มีช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากกว่าการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อโฆษณา เนื่องจากสื่อโฆษณาเป็นการสื่อสารทางเดียวที่มีค่าใช้จ่ายสูง ขาดความยืดหยุ่น ไม่น่าสนใจ และผู้บริโภคมีความเชื่อถือกับสื่อชนิดนี้ลดลง เพราะไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่เผยแพร่อยู่เป็นการสร้างภาพหรือโฆษณาเกินจริงหรือไม่ (ทัศนีย์ 2553 : 15) ทำให้นักการตลาดต้องหาวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ นั่นคือการนำวิธีการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ที่จะส่งผลต่อยอดขายและสามารถส่งผลในระยะยาวต่อการขายสินค้าขององค์กรธุรกิจนั้นด้วย จึงเกิดแนวคิดที่เรียกว่าการประชาสัมพันธ์การตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า โดยอาศัยการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือจนสามารถโน้มน้าวในผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้ สนใจและซื้อสินค้าในที่สุด (รัตนาวดี 2546) โดยแบ่งเป็นแนวคิด 2 ด้านคือ การประชาสัมพันธ์ตราสินค้า (Brand Public Relations: BPR) เป็นการเผยแพร่ และสร้างความรับรู้ข้อมูลสินค้ารวมถึงการสร้างภาพพจน์ระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ เชื่อถือ และสุดท้ายมีความภักดีในตราสินค้าเป็นลูกค้าระยะยาว และการประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Public Relations: CPR) หมายถึงการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ดีขององค์กร รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่ต้องอาศัยความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเป็นรากฐานในการขยายตลาดเช่น ธุรกิจประกันชีวิต บริษัทขายตรง เป็นต้น (แฮร์ริส, อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล 2544 : 54-55)

Cutlip (อ้างถึงใน ไพโรจน์ วิไลนุช 2554) กล่าวว่าไว้ว่า การประชาสัมพันธ์องค์กรหมายถึงภารกิจด้านการจัดการ ซึ่งมีบทบาทในการสร้างเสริมและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่

บนพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกันกับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กร

6.1 คุณค่าและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์องค์กร

คุณค่าและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์องค์กรมีอยู่ 7 ประการคือ (Newsom et. al., อ้างถึงใน ไพโรจน์ วิไลนุช 2554)

6.1.1 การประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้าใจว่าองค์กรต้องการและสนใจสิ่งใดอยู่ และในขณะเดียวกันองค์กรจะได้ทราบว่าประชาชนต้องการสิ่งใด

6.1.2 การประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นการตอบสนองประโยชน์ของสังคมส่วนรวม

6.1.3 การประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นการพัฒนาและปรับปรุงความร่วมมือระหว่างองค์กรกับประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐบางเรื่องด้วย

6.1.4 เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และคุณค่าต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม

6.1.5 นักประชาสัมพันธ์ต้องชี้ให้ผู้บริหารองค์กรรู้ว่าประชาชนกำลังวิตกกังวลเกี่ยวกับองค์กรเรื่องใดและอาจผลเสียต่อองค์กรได้

6.1.6 ฝ่ายบริหารเป็นผู้กำหนด สนับสนุนและถ่ายทอดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีเหตุผลสมบูรณ์มากขึ้น

6.2 วัตถุประสงค์และวิธีการสร้างการประชาสัมพันธ์องค์กร

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์องค์กรมีอยู่ 5 ประการคือ (อชิรญา ใสสก 2551)

6.2.1 เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีให้แก่ประชาชน เป็นหนทางที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและทำให้องค์กรได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน โดยองค์กรต้องกระทำกับประชาชนทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เช่น พนักงาน ลูกค้า หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรธุรกิจด้วยกัน เป็นต้น วิธีการสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนนั้น องค์กรต้องให้การประชาสัมพันธ์ใน 2 ลักษณะคือ

6.2.1.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกจ้างพนักงานกับนายจ้างหรือฝ่ายบริหาร

โดยการประชาสัมพันธ์จะเป็นการนำเอาความรู้สึกนึกคิดและความคิดเห็นต่างๆ จากลูกจ้าง พนักงาน ไปสู่ฝ่ายบริหาร เช่น การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ภายใน การพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับต่างๆ เป็นการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดีและก่อให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียว ความเข้าใจในองค์กรร่วมกันเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้านแรงงานและส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

6.2.1.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร และประชาชนภายนอกองค์กร เช่นลูกค้า หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน สื่อมวลชน หน่วยงานธุรกิจด้วยกัน

การสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มประชาชนภายนอก จะนำไปสู่การได้รับความร่วมมือสนับสนุนในการดำเนินกิจการขององค์กรในด้านต่างๆ เป็นอย่างดี เช่น ความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อมวลชน การสนับสนุนในสินค้าหรือบริการจากลูกค้า การสนับสนุนด้านการลงทุนจากหน่วยงานราชการ หรือความร่วมมือจากประชาชนในการเข้าร่วมทำงานกับองค์กรนั้น เป็นต้น

6.2.2 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิดในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กร และช่วยให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือยอมรับในสินค้าและบริการขององค์กรและนำไปสู่การสนับสนุนสินค้าสินค้าและบริการขององค์กร

โดยภาพลักษณ์ที่ดีสร้างขึ้นด้วยกระบวนการทางด้านประชาสัมพันธ์โดยการเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์กร สินค้า และบริการ รวมทั้งการสร้างสัมพันธ์อันดีต่อประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ผสมผสานกับการกระทำความดีและความซื่อสัตย์สุจริตขององค์กร

6.2.3 เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยองค์กรถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการตลาด นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงาน และการส่งเสริมการขายอื่นๆ

โดยการส่งเสริมการตลาด ที่ดีสร้างขึ้นโดยการประชาสัมพันธ์ที่บอกกล่าวถึงคุณภาพของสินค้าและบริการทางอ้อม เช่น การชี้แจงให้ประชาชนได้รู้ขั้นตอนการผลิตหรือคุณภาพของสินค้าและบริการ การแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ๆ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ส่งผลให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธาและนิยมในตัวองค์กร รวมทั้งซื้อสินค้าและบริการ และมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ขององค์กรมากขึ้น

6.2.4 การป้องกันและรักษาชื่อเสียง เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดเกิดความสงสัยในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร และองค์กรต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

การป้องกันและรักษาชื่อเสียงสร้างขึ้นโดยการพิจารณาหาข้อบกพร่องของตนเองในสิ่งที่เกิดความไม่พอใจหรือไม่สะดวกใจแก่ประชาชน หรืออาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิดแล้วหาทางปรับปรุงแก้ไข นอกจากนั้นวิธีป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานก็มีความจำเป็นที่ต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอโดยองค์กรต้องดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อตรง ให้บริการด้วยดี บำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม มีการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างศรัทธา ความนิยม ความไว้วางใจของประชาชน เป็นการป้องกันความเข้าใจผิดและรักษาชื่อเสียงขององค์กร

6.2.5 เพื่อสำรวจตรวจสอบความคิดเห็นของประชาชน เป็นการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อมุ่งที่จะนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนหรือปรับปรุงนโยบายการดำเนินงานขององค์กรต่อไปในอนาคต

สร้างขึ้นโดยวิธีการประเมินหรือสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนซึ่งอาจเป็นวิธีแบบไม่เป็นทางการ เช่น การตรวจสอบจากข่าวหรือคำวิพากษ์วิจารณ์จากสื่อมวลชน หรือวิธีแบบเป็นทางการ เช่น การทำวิจัยประชาสัมพันธ์เพื่อสำรวจประชามติของประชาชนที่มีต่อองค์กร

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์องค์กร จะทำให้เราเข้าใจลักษณะของกิจกรรมต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์องค์กรได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เราสามารถกำหนดรูปแบบในการดำเนินแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

6.3 ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์องค์กร

การประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสาร ที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างบรรยากาศความพอใจให้เกิดขึ้นกับองค์กร ตลอดจนสินค้าและบริการในลักษณะต่อไปนี้

6.3.1 การประชาสัมพันธ์องค์กรช่วยสร้างบรรยากาศความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับองค์กร

6.3.2 การประชาสัมพันธ์องค์กรสร้างความไว้วางใจที่ดีต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์

6.3.3 การประชาสัมพันธ์องค์กรให้ความรู้ ความเข้าใจในนโยบาย วัตถุประสงค์ ตลอดจน ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและผลิตภัณฑ์

6.3.4 การประชาสัมพันธ์องค์กร ช่วยขจัดปัดเป่าความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์

6.3.5 การประชาสัมพันธ์องค์กร สร้างความเชื่อถือศรัทธาจากประชาชนต่อองค์กร

6.4 กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้จำแนกกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ตามสภาพความสัมพันธ์กับองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดเครื่องมือ สื่อ และ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (วิรัช ลภีรัตนกุล 2544)

การจำแนกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสามารถจำแนกได้ดังนี้

6.4.1 กลุ่มประชาชนภายในองค์กร (Internal Publics)

หมายถึง กลุ่มประชาชนที่ทำงานอยู่ในองค์กรนั้นๆ หรือมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับองค์กรเป็นกลุ่มที่มีผลประโยชน์ร่วมกันโดยตรงกับองค์กร ได้แก่

6.4.1.1 กลุ่มพนักงาน ลูกจ้าง หมายถึง กลุ่มพนักงาน ลูกจ้างทุกระดับที่

ทำงานและรับคำตอบแทนจากองค์กร ซึ่งเป็กลุ่มประชาชนที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับองค์กร มีการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ระหว่างกันและกัน และสื่อสารกับผู้บริหารอยู่เสมอ เช่น การพบปะ พูดคุย การปฏิบัติงาน การประชุม ตลอดจนการบันทึกส่งงาน เป็นต้น

6.4.1.2 กลุ่มผู้บริหาร หมายถึง กลุ่มบุคคลซึ่งทำหน้าที่ในการบริหารองค์กรและประสานกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้องค์กรดำเนินกิจการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

6.4.1.3 กลุ่มผู้ถือหุ้น หมายถึง กลุ่มบุคคลผู้มีผลประโยชน์และมีส่วนได้ส่วนเสียในการลงทุนร่วมหุ้นกับองค์กร ซึ่งอาจเรียกว่า เจ้าของ ผู้ถือหุ้น หรือหุ้นส่วน ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อองค์กร เพราะเป็นแหล่งที่องค์กร จะได้รับความสนับสนุนเรื่องเงินทุน และนโยบายการบริหารงานขององค์กร

6.4.2 กลุ่มประชาชนภายนอกองค์กร (External Publics)

หมายถึง กลุ่มประชาชนที่มีได้ปฏิบัติงานในองค์กร และเป็นกลุ่มที่ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร ในระดับที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้

6.4.2.1 กลุ่มประชาชนภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง เป็นกลุ่มประชาชน ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัองค์กรในแง่ของการให้ผลประโยชน์ต่อองค์กรหรือเป็นปัจจัย สำคัญในการดำเนินกิจการขององค์กรได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภค (Customers or Consumer) เป็นกลุ่ม เป้าหมาย หลักที่สำคัญที่องค์กร สามารถจำแนกสินค้าหรือบริการเพื่อนำเอารายได้ และผลกำไรจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้มาเป็นทุนรอนหมุนเวียนเพื่อประกอบธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

2. กลุ่มตัวแทนจำหน่าย (Dealers or Distributors) เป็นกลุ่มผู้ ที่นำสินค้า หรือบริการไปจำหน่ายให้ถึงมือผู้บริโภค ทั้งในลักษณะตัวแทนขายส่ง และขายปลีก ซึ่งกลุ่มตัวแทนจำหน่ายนับเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าหรือบริการให้ กับองค์กรอีกด้วย

3. กลุ่มผู้จัดส่งหรือขายวัสดุ (Supplier) คือกลุ่มบุคคลผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือส่วนประกอบเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ให้กับองค์กรเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน นั่นคือองค์กร ไม่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้หากปราศจากวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์เครื่องมือในการผลิตที่ดี ส่วนผู้จัดส่งวัสดุก็จะได้รับผลตอบแทนจากการขายวัตถุดิบแก่องค์กร

6.4.2.2 ชุมชนละแวกใกล้เคียง (Community) เป็นกลุ่มประชาชนที่พักอาศัยหรือดำเนินการต่างๆในบริเวณใกล้เคียงกันกับที่ตั้งองค์กร หรือใกล้เคียงกับบริเวณที่องค์กรจะเข้าไปดำเนินการ ซึ่งคนกลุ่มนี้อาจเป็นกลุ่มครอบครัวพนักงานหรือประชาชนทั่วไปที่พักอาศัยบริเวณใกล้เคียงกับองค์กรนั้น ถึงแม้ว่ากลุ่มประชากรนี้จะไม่ได้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์กร แต่องค์กรจำเป็นต้องพึงพาอาศัยการสนับสนุนด้านแรงงาน คอยเป็นหูเป็นตาช่วยเหลือแลทรัพย์สินและผลประโยชน์ของบริษัท หรืออาจเป็นผู้สนับสนุนสินค้าอีกด้วย องค์กรจึงต้องจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มนี้

6.4.2.3 หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Government and Business Organization) สำหรับหน่วยงานราชการนั้นหมายถึง หน่วยงานของรัฐตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับชาติ เพราะหน่วยงานของรัฐในระดับต่างๆได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นอย่างมาก เช่น การเข้ามาประกอบธุรกิจแข่งกับเอกชน การออกกฎหมายควบคุมการดำเนินการขององค์กร ส่วนหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องนั้นหมายถึง หน่วยงานธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันหรือธุรกิจที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันเพื่อประสานความร่วมมือและสนับสนุนซึ่งกันและกันอันจะทำให้ธุรกิจอยู่รอด และดำเนินไปด้วยดี เช่นสถาบันการเงินที่ให้กู้ยืมเงิน หรือสถาบันอื่นที่จะร่วมทุนในอนาคต

6.4.2.4 กลุ่มอิทธิพลหรือกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มอิทธิพลหมายถึงกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อความคิดหรือจิตใจให้ประชาชนมีทัศนคติต่อองค์กรไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง กลุ่มผลประโยชน์หมายถึงกลุ่มที่มีการรวมตัวกันโดยมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มและผลประโยชน์ด้านอื่นๆ สามารถแบ่งออกเป็น

1. สื่อมวลชน เป็นกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของคนกลุ่มนี้จะมีลักษณะเป็นองค์กรหรือสถาบันมีลักษณะแบ่งงานกันทำอย่างกว้างขวาง มีนโยบายของตนเองที่ชัดเจน ทำให้ความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลกลุ่มนี้มีอิทธิพลต่อการชี้นำความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชน กลุ่มบุคคลเหล่านี้ได้แก่ นักหนังสือพิมพ์ ผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์

2. กลุ่มผู้นำแรงงานหรือสหภาพแรงงาน จัดอยู่ในกลุ่มผลประโยชน์ เกิดจากการรวมกลุ่มของคนหรือพนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อปรับปรุงสภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น ซึ่งกลุ่มประชาชนกลุ่มนี้จะมีผลต่อความคิดของสมาชิกซึ่งเป็นพนักงาน ลูกจ้างขององค์กร ดังนั้นในด้านการประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีพลังในการต่อรอง และเป็นผู้นำประมาติของพนักงานและลูกจ้าง จึงต้องเอาใจใส่และให้ข่าวสารข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีกับสหภาพแรงงานต่างๆไว้

3. กลุ่มนักวิชาการหรือผู้มีความสนใจองค์กรเช่น กลุ่มผู้พิทักษ์ประโยชน์ ผู้บริโภค กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นิสิตนักศึกษา เป็นต้น กลุ่มบุคคลเหล่านี้จะมีบทบาทเป็นผู้นำในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตนมีความรู้หรือสนใจ และความคิดเห็นดังกล่าวก็เป็นที่ยอมรับเชื่อถือของประชาชน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อป้องกันการเข้าใจผิดที่อาจจะเกิดขึ้น หรือความขัดแย้งทางความคิดกับประชาชนกลุ่มนี้อาจส่งผลในการขยายความเข้าใจผิดไปสู่ประชาชนในวงกว้าง

6.4.2.5 กลุ่มประชาชนทั่วไป เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปที่อยู่ในสังคมนอกเหนือจากกลุ่มประชาชนที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมด แม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงแต่จำเป็นจะต้องประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนกลุ่มนี้ด้วย เพราะองค์กรจะต้องดำเนินการต่างๆในสังคม ก็ควรจะต้องสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทุกกลุ่ม

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์องค์กร จะทำให้เราเข้าใจลักษณะของกิจกรรมต่างๆของการประชาสัมพันธ์องค์กรได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เราสามารถกำหนดรูปแบบในการดำเนินแผนการประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุปในเรื่องแนวคิดการประชาสัมพันธ์ นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพราะกิจกรรมที่องค์กรใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆย่อมมีแนวคิด และวิธีการเกี่ยวเนื่องโดยผ่านแนวคิดการประชาสัมพันธ์ และเพื่อนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและกำหนดวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรใช้ในการประชาสัมพันธ์

7. ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและมูลนิธิเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

7.1 ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

เจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์) เกิดเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2404 ที่จังหวัดพระตะบอง (ซึ่งในขณะนั้นเป็นพื้นที่ของประเทศสยามหรือประเทศไทยในปัจจุบัน) เป็นบุตรเจ้าพระยาท้าวสุริยวงษ์ (แย้ม) ผู้สำเร็จราชการเมืองพระตะบองและท่านผู้หญิงทิม เมื่อเจริญวัยบิดาได้นำเข้ามาถวายตัวเป็นมหาดเล็กพิเศษอยู่ ณ ทูลกระหม่อมในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เป็นนายเล่ห์อาวุธ (คุณพรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

ในปี พ.ศ. 2446 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าให้เป็นผู้สำเร็จราชการมณฑลบูรพา และให้ว่าราชการเมืองพระตะบอง ได้รับพระราชทานสัญญาบัตรบรรดาศักดิ์เลื่อนขึ้นเป็นพระยาท้าวสุริยวงษ์

ในปี พ.ศ. 2449 เกิดการแปรผันทางการเมืองระหว่างไทยกับอินโดจีนของฝรั่งเศส รัฐบาลฝรั่งเศสได้เจรจาขอเปลี่ยนแผ่นดินเมืองตราด ซึ่งอยู่ภายในการครอบครองของเขากับมณฑลบูรพาทั้งหมดของไทย ถึงแม้รัฐบาลไทยจะไม่ยอมเสียดินแดนส่วนนี้ไปให้ก็ไม่อาจขัดขืนได้ รัฐบาลไทยทำสนธิสัญญาดกลลงเมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2443 และแลกเปลี่ยนสัตยาบรรณสัญญา ระหว่างประเทศไทยกับฝรั่งเศส ณ กรุงปารีส เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2450 ทางฝรั่งเศสขอให้ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรปกครองมณฑลบูรพาต่อ แต่ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้กราบบังคมทูล พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวว่า “ต้นตระกูลรวมทั้งปู่และบิดาได้เป็นข้าทูลละอองธุลีพระบาทมาหลายชั่วคน ไม่ปรารถน้าย้ายไปเป็นข้ากัมพูชา เมื่อพระราชทานเมืองไปเป็นของกัมพูชา เมื่อใด จะขอพระราชทานราชานุญาต อพยพเข้ามารับราชการสนองพระเดชพระคุณในกรุงเทพ” (พรทิพย์ ไชครุ่ง 2554)

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ว่ากล่าวกับฝรั่งเศสในเวลาที่ประชุมปรึกษาทำหนังสือนั้นตกลงกันว่า ฝรั่งเศสจะออกเงินค่าชดใช้ให้ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรปีละแสนเหรียญจนตลอดอายุ และยอมให้ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อพยพครอบครัวบุตรหลาน ทรัพย์ที่เป็นส่วนตัวเข้ามาในเขตราชอาณาจักรได้ (สุภาภรณ์ ปิณฑิพร 2544)

เจ้าพระยาอภัยภูเบศรอพยพครอบครัวเดินทางจากเมืองพระตะบองเข้าสู่ประเทศไทย มาตั้งที่เมืองปราจีนบุรี ท่านได้อพยพครอบครัวและบุตรหลานเข้ามาตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ตำบล เจริญสะพานยศเส ซึ่งเป็นที่ตั้งกรมวิทยากรแพทย์เดิมและท่านยังได้ปลูกสร้างบ้านเรือนที่ตำบล ท่าแกม ห่างจากตัวเมืองปราจีนบุรีประมาณ 3 กิโลเมตร ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ในปัจจุบัน บริวารของท่านก็สร้างบ้านเรือนอยู่ตรงแม่น้ำบางปะกง และบริเวณใกล้เคียง (พรทิพย์ ไชครุ่ง 2554)

ในปี พ.ศ. 2450 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดเกล้าเลื่อนบรรดาศักดิ์จากพระยาท้าวธรรณินทร์ เป็นเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ต่อมาท่านได้ลาออกจากราชการ มาพำนักที่จังหวัดปราจีนบุรีเป็นการถาวร ท่านเป็นที่เคารพรักของคนปราจีนบุรีอย่างมาก เนื่องจากท่านเป็นคนใจบุญสุนทาน ชอบทำบุญ สร้างวัด สร้างอุโบสถ สร้างโรงเรียน (สุภาภรณ์ ปิณฑิพร 2544)

ในปี พ.ศ. 2451 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จประพาสจังหวัดปราจีนบุรีและคงศรีมหาโพธิ์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศรขอรับหน้าที่จัดการรับเสด็จประพาสคงศรีมหาโพธิ์ โดยลำพัง ได้จัดช้าง ม้า พาหนะของคนรับกระบวนเสด็จ และเจ้าพระยาอภัยภูเบศรขึ้นขี่คอช้างพระที่นั่งเอง นำเสด็จประพาสคงศรีมหาโพธิ์เป็นที่สำราญพระราชหฤทัยในครั้งนั้น

ในปี พ.ศ. 2452 ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้ว่าจ้างบริษัทโฮวาร์ดเฮอร์สกินก่อสร้างตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตามแบบศิลปะบาร็อกของตะวันตก โดยเจ้าพระยาอภัยภูเบศรตั้งใจไว้เพื่อใช้เป็นที่พักประทับแรมของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หากเสด็จมณฑลปราจีนบุรีอีก แต่พระองค์เสด็จสวรรคตเสียก่อนในปี พ.ศ. 2453 (พรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

อย่างไรก็ตามตึกหลังนี้ได้ใช้เป็นที่พักประทับแรมของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวในปี พ.ศ. 2455 รวมทั้งพระบรมวงศานุวงศ์อีกหลายพระองค์เสด็จมณฑลปราจีนบุรี โดยที่ท่านเจ้าของตึกไม่เคยใช้ตึกหลังนี้เป็นที่พักส่วนตัวเลยจนตรานสิ้นอายุขัย

ในปี พ.ศ. 2465 ท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรถึงแก่อสัญกรรม จึงได้มีการตั้งศพของท่านไว้ชั้นบนของตึกนี้ก่อนการพระราชทานเพลิงศพในปีเดียวกัน หลังจากอสัญกรรมของท่าน ตึกหลังนี้ก็ตกเป็นของตระกูลอภัยวงศ์ และเมื่อหลานสาวคนหนึ่งของท่านได้รับการสถาปนาเป็นพระนางเจ้าสุวัทนาวรราชเทวีในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ตระกูลอภัยวงศ์จึงได้ถวายกรรมสิทธิ์ในตึกหลังนี้ตลอดจนที่ดินบริเวณนั้นให้กับพระนางเจ้าสุวัทนา (สุภาภรณ์ ปิติพร 2544)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2480 เมื่อพระองค์โดยเสด็จเจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา พระราชธิดาไปประทับที่ประเทศอังกฤษ จึงประทานที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดแก่มณฑลทหารบกที่ 2 จังหวัด ปราจีนบุรี เพื่อใช้เป็นสถานพยาบาลสำหรับทหารและประชาชนทั่วไป ซึ่งต่อมาได้โอนมาเป็นของกรมสาธารณสุข ซึ่งขึ้นกับกระทรวงมหาดไทยในขณะนั้น เห็นสมควรจะจัดตั้งเป็นโรงพยาบาลปราจีนบุรี เนื่องจากสะดวกแก่การคมนาคม และได้ทำพิธีเปิดโรงพยาบาลเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2484 และจารึกที่ตึกว่า “ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร”

เมื่อเวลาผ่านไป 25 ปี หลังจากโรงพยาบาลเปิดทำการ ทางสภาจังหวัดปราจีนบุรีระลึกถึงพระคุณและเกียรติคุณของท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจึงเปลี่ยนชื่อเป็นโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2509 เพื่อรำลึกถึงบุญคุณของท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรผู้สร้างตึก และได้สร้างความเจริญรวมทั้งสาธารณสุขสมบัติให้แก่จังหวัดปราจีนบุรีอย่างมากมาย

ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เดิมนี้เป็นตึกอำนวยการ ได้มีการดัดแปลงทำชั้นล่างเป็นห้องตรวจโรค ห้องจำหน่ายยา และห้องผ่าตัด ชั้นบนทำหน้าที่รับคนไข้หญิง โดยมีเรือนคนไข้ชายแยกต่างหาก มีเตียงคนไข้ 50 เตียง มีโรงประกอบอาหารคนไข้ โรงซักฟอก ที่เก็บศพ เรือนพักคนงาน บ้านนายแพทย์อย่างละ 1 หลัง บ้านพักพยาบาลอีก 3 หลัง การสัญจรติดต่อกับจังหวัดใช้ทางเรือเพียงอย่างเดียว จนในปี พ.ศ. 2486 ได้มีการสร้างถนนติดต่อกับจังหวัดโดยขุดที่ดินจากเอกชนคือถนนปราจีนอนุสรณ์เป็นถนนหน้าโรงพยาบาลในปัจจุบัน ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้ถูกใช้งาน

เป็นโรงพยาบาลจนถึงปี พ.ศ. 2512 หลังจาก ตึกอำนวยการในปัจจุบันสร้างเสร็จ (สุภาภรณ์ ปิติพร 2544)

ปี พ.ศ. 2513 นายแพทย์สุจินต์ ผลากรกุล ผู้อำนวยการโรงพยาบาลในขณะนั้นเห็นว่า ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสมควรที่จะได้รับการอนุรักษ์จึงทำการบูรณะตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรให้กลับสู่สภาพเดิมมากที่สุด จากนั้นทางโรงพยาบาลจะใช้ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในการประชุมสัมมนา ในบางกรณี จนกระทั่งในวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2533 กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นโบราณสถาน

ในปี พ.ศ. 2536 นายแพทย์เปรม ชินวันทนนานนท์ ซึ่งในตอนนั้น ดำรงตำแหน่ง รองแพทย์ ได้มอบหมายให้เภสัชกรหญิง สุภาภรณ์ ปิติพรจัดทำโครงการพิพิธภัณฑการแพทย์ไทย อภัยภูเบศรขึ้นเพื่อปรับปรุงซ่อมแซมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และจัดทำพิพิธภัณฑการแพทย์แผนไทย โดยได้รับงบประมาณจากผู้ว่าราชการปราจีนบุรีในขณะนั้นคือ นายบรรจง กันตวิรุฒ เป็นเงินรวมทั้งสิ้น 2 ล้านบาท (พรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

ปี พ.ศ. 2536 ได้มีการก่อตั้งพิพิธภัณฑการแพทย์ไทยอภัยภูเบศร ณ ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เพื่อรวบรวม ความรู้ คำรับ คำรายา ดั้งเดิมของไทย รวมทั้งเครื่องมือ เทคโนโลยีในการผลิตยาในอดีต และนอกจากนี้ยังต้องการจัดแสดงตัวอย่างสมุนไพรที่เคยใช้ในอดีตไว้เพื่อเป็นหลักฐานในการศึกษาวิจัยในอนาคต ทั้งยังต้องการรวบรวมวัฒนธรรมการรักษาพยาบาลของไทยในอดีตไว้ให้คนรุ่นหลังเรียนรู้ ซึ่งจะก่อประโยชน์ทั้งทางด้านการศึกษา การสาธารณสุข สังคม และเศรษฐกิจ (สุภาภรณ์ ปิติพร 2544)

ในปี พ.ศ. 2543 ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้รับรางวัลอาคารอนุรักษ์ดีเด่นจาก สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ประจำปี พ.ศ. 2543 โดยได้รับพระราชทานโล่และ เกียรติบัตรจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี กล่าวได้ว่าปัจจุบันพิพิธภัณฑการแพทย์ไทยอภัยภูเบศรเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดปราจีนบุรี (สุภาภรณ์ ปิติพร 2544)

7.2 ประวัติความเป็นมาของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จุดเริ่มต้นงานสมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2526 เพื่อตอบสนองต่อนโยบายสาธารณสุขมูลฐาน กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งได้รับการผลักดัน และสนับสนุนจากองค์การอนามัยโลก ที่มุ่งหวังให้เกิดสุขภาพดีถ้วนหน้า

ภ.ญ. ดร. สุภาภรณ์ ปิติพร กล่าวว่า “จากนโยบายดังกล่าวโรงพยาบาลฯ จึงได้นำกลยุทธ์มาใช้ คือ การพัฒนาทรัพยากรใช้ในท้องถิ่น การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนั้น การผสมผสานการแพทย์พื้นบ้านและสมุนไพรในท้องถิ่น จึงเริ่มเข้ามามี

ส่วนใช้ในการรักษาพยาบาล เนื่องจากการแพทย์พื้นบ้านและสมุนไพร เป็นภูมิปัญญาที่สามารถหาได้ในชุมชน ทั้งยังสอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้นๆ”

ในปี พ.ศ. 2526 ได้มีการอบรมอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน (อสม.) ภ.ญ. ดร. สุภาภรณ์ ปิติพรและทางโรงพยาบาล ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมและสนับสนุนเป็นวิทยากร เพื่อเผยแพร่ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ จากการฝึกอบรมดังกล่าวพบว่า ชาวบ้านในจังหวัดปราจีนบุรี โดยเฉพาะผู้เฒ่าผู้แก่ มีความรู้มากมายด้านการใช้ยาสมุนไพร ซึ่งการเรียนรู้ที่คณะเภสัชศาสตร์ไม่เคยสอนหรือสอนเพียง 200 -300 ตัวเท่านั้น และเมื่อเทียบกับความรู้ที่ชาวบ้านมี และความรู้ที่บุคลากรของโรงพยาบาลฯ นำไปสอนนั้น เป็นเพียงความรู้ที่จำมาจากตำรา ไม่มีประสบการณ์ในการใช้จริง ปรากฏผลจริง ต่างจากความรู้ของชาวบ้าน ซึ่งล้วนเคยเก็บสมุนไพรมาใช้เป็นยา มีประสบการณ์จากความรู้ที่สั่งสมกันมาหลายชั่วอายุคน (สุภาภรณ์ ปิติพร 2554)

ภ.ญ. ดร. สุภาภรณ์ ปิติพร กล่าวว่า “เมื่อมีโอกาสเดินสำรวจป่ากับหมอชาที่ถือว่า เป็นครูคนแรกชาวabinทร์บุรี ท่านทักต้นไม้มือเหมือนทักคน ทำให้รู้สึกที่บ้านเราเป็นภูมิปัญญา ต้นไม้มีชื่อตามประโยชน์ใช้งานเรียกขาน เช่น เครื่องสำอาง จักกลาก นำใบมารักษากลาก หรือหญ้าจักกลาก สรรพคุณรักษากลากเกลื้อน ทำให้รู้สึกว่ามันคือความยิ่งใหญ่ ทำให้เชื่อว่าความรู้เทคโนโลยีมีประโยชน์ แต่ความรู้ด้านสมุนไพรเป็นขุมทรัพย์จะพัฒนาเป็นยา-อาหารเป็น เครื่องดื่ม เพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพ เป็นเอกลักษณ์ของชาติ-สังคม จึงได้เริ่มสะสมความรู้เรื่องสมุนไพรเรื่อยมา” กิจกรรมหลักของการดำเนินงานด้านสมุนไพรของโรงพยาบาลฯ ในยุคนั้น คือ การเร่งรีบเก็บความรู้จากหมอชาพื้นบ้านเหล่านั้น แต่เนื่องจากงบประมาณมีจำกัด จึงขอรับการสนับสนุนจากโครงการสมุนไพรเพื่อการพึ่งตนเอง (มูลนิธิสุขภาพไทย) ซึ่งมี ภ.ญ. ศิริวิดี บุญทโทด และเพื่อน จากโรงพยาบาลชุมชนนาคี จังหวัดปราจีนบุรี ร่วมด้วยเยาวชนจำนวนหนึ่งเป็นอาสาสมัครในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการทำงานช่วงนี้นับเป็นพื้นฐานสำคัญ ในการพัฒนาสมุนไพรอภัยภูเบศร (สุภาภรณ์ ปิติพร 2554)

ในปี พ.ศ. 2529 เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของวงการสมุนไพร โดยปกติการนำสมุนไพรมาใช้เป็นยานั้น มีอยู่ 2 ทาง คือ

1. การเป็นยาแผนโบราณ ห้ามผสมปรุงแต่งอะไรที่ผิดไปจากธรรมชาติ ต้องเป็นลูกกลอน ยาต้ม ยาขง ยาดอง ฯลฯ ที่เคยทำมาแต่ดั้งเดิมเท่านั้น
2. การสกัดสารจากสมุนไพร โดยวิธีสกัดสารจากสมุนไพรให้เป็นสารเดี่ยว สารบริสุทธิ์ มีการศึกษาสูตรโครงสร้าง วิธีการตรวจวิเคราะห์ และมีผลการทดลองการใช้ในมนุษย์อย่างสมบูรณ์ ซึ่งแนวทางนี้ประเทศไทยยังไม่ประสบความสำเร็จแม้แต่ชนิดเดียว ทำให้ประเทศไทยต้องขาดดุลการค้าด้านยาเป็นอย่างมาก (สุภาภรณ์ ปิติพร 2554)

ปี พ.ศ. 2529 นับเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตยาสมุนไพรของโรงพยาบาลฯ เริ่มจากมีผู้ป่วยเด็กป่วยเป็นโรคเริมในปาก รับประทานอาหารไม่ได้ ทำให้เด็กได้รับความทรมานมาก และยานำเข้าจากต่างประเทศมีราคาค่อนข้างสูง และพบว่ารักษาได้ผลไม่ดีนัก กุมารแพทย์ได้ปรึกษากับทางฝ่ายเภสัชกรรม เภสัชกรจึงได้นำเสลดพังพอนตัวเมีย ซึ่งเป็นความรู้ที่ได้จากชาวบ้านที่นำสมุนไพรมาใช้ในการรักษาโรคเริม และงูสวัด ฝ่ายเภสัชกรรมจึงศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมถึงความเป็นพิษจากงานวิจัยของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ปรากฏว่าไม่พบพิษ ยกเว้นให้รับประทานในปริมาณมากอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลดังกล่าวฝ่ายเภสัชกรรมนำ ใบเสลดพังพอนตัวเมียหรือพญาขอมาแปรรูปพัฒนาเป็นยาใช้รักษาโรคเริมในปาก ในรูปแบบกิลีเซอริน ซึ่งใช้ได้ผลดีมาก นับเป็นครั้งแรกที่มีการผลิตยาสมุนไพรไทย โดยนำกรรมวิธีและสารที่ใช้ในการแพทย์แผนปัจจุบันมาผลิตเป็นยาสมุนไพรในรูปแบบใหม่จากนั้นเป็นต้นมามีการนำเสลดพังพอนตัวเมียมาใช้ที่โรงพยาบาลฯ แล้วยังมีแพทย์นำไปจ่ายให้ผู้ป่วยที่คลินิกด้วย ต่อมาได้พัฒนาการผลิตเสลดพังพอนตัวเมีย ในรูปแบบของครีม ทาแก้โรคเริม งูสวัด อีสุกอีใส ยาหม่องทาแก้บวมและคัน จากแมลงสัตว์กัดต่อย และคาลาไมน์ รักษาอาการผื่นคัน หรือลมพิษ ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในการใช้ยาจากสมุนไพร และหันมานิยมใช้มากขึ้น นับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของแนวคิดเรื่องยาสมุนไพร ที่แตกต่างจากสมุนไพรในอดีตที่ผ่านมา ระยะแรกผลิตภัณฑ์ยังไม่แพร่หลายนัก เพราะส่วนใหญ่ใช้เฉพาะผู้ป่วยภายในโรงพยาบาลฯ เท่านั้น ปีแรกมียอดจำหน่ายประมาณพันกว่าบาท แต่ทางโรงพยาบาลฯ สามารถทดแทนยานำเข้าจากประเทศได้ส่วนหนึ่ง (มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554)

จากความสำเร็จดังกล่าว ฝ่ายเภสัชกรรมจึงได้เข้าไปเรียนรู้ภูมิปัญญาในเรื่องสมุนไพร และทำการสะสมข้อมูล และนำมาวิจัยและพัฒนาเป็นยาขึ้นเพื่อ ใช้ในโรงพยาบาล

ปี พ.ศ. 2535 – 2536 โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจึงได้ทำการผลิตยาจากสมุนไพรอื่นๆ พร้อมทั้งทำการศึกษาวิจัยผลการใช้ทางคลินิกภายใต้โครงการ GTZ ที่สนับสนุนโดยประเทศเยอรมนี ได้แก่ ฟ้าทะลายโจร ขมิ้นชัน ขุมเห็ดเทศ ปัจจุบันน่าจะเป็นสมุนไพรที่ผู้คนคุ้นหูคุ้นตา ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ต่อมาได้ผลิตยาสมุนไพรในรูปแบบแคปซูล ยาหม่องน้ำ น้ำมันต่างๆ โลชั่นกันยุง และชาชง เป็นต้น แต่การพัฒนานั้นไม่ได้มุ่งเน้นเพียงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ แต่ยังทำการพัฒนาในเรื่องของเครื่องมือในการผลิตที่เหมาะสมด้วยเทคโนโลยีที่เรียบง่าย และการทดสอบเอกลักษณ์ของสมุนไพรเพื่อเป็นการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์(มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554)

ปี พ.ศ. 2540 – 2541 ประเทศไทยเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ การพึ่งตนเองด้านการดูแลสุขภาพจึงเป็นหนทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหา เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ยั่งยืน รัฐบาล เล็งเห็นศักยภาพและมอบโอกาสแก่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ให้การสนับสนุนในการจัดทำโครงการสาธิต

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างครบวงจร โดยทำการศึกษาตั้งแต่กระบวนการปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว การแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพร การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ไปจนถึงการจำหน่าย ท่านผู้อำนวยการโรงพยาบาลฯในขณะนั้นคือ น.พ.เปรม ชินวันทนนานนท์ ได้ปรึกษากับฝ่ายเภสัชกรรมเพื่อหาแนวทางพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสมุนไพรไทย สนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นและช่วยเหลือเศรษฐกิจในชุมชน จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร มีการพัฒนาการผลิตสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย โดยจัดทำในรูปแบบของใช้ประจำวัน และเครื่องสำอาง ได้แก่ ครีมบำรุง ครีมล้าง แชมพู ครีมนวดผม สบู่ และยาสีฟัน นอกจากนี้ยังได้ผลิต น้ำสมุนไพร ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีราคาถูก (สุภาภรณ์ ปิติพร 2554)

ปัญหาค่าเงินบาทลอยตัวในปี พ.ศ. 2541 ทำให้โรงพยาบาลต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายจากการใช้ยาที่นำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้โรงพยาบาลต้องการหาสมุนไพรเข้ามาใช้ทดแทนยานำเข้า พร้อมกับในสมัยนั้นได้เกิดกระแสความนิยมกลับมาใช้สิ่งต่างๆ ที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น และเกิดกระแสการใช้ธรรมชาติบำบัดในการรักษาโรค ทำให้โรงพยาบาลพยายามพัฒนาการผลิตยาจากสมุนไพรมากขึ้น เช่น แคปซูลเพชรสังฆาตมีสรรพคุณช่วยระบาย ก็นำมาใช้รักษาโรคริดสีดวงทวาร แคปซูลเถาวัลย์เปรียง แก้ปวดเมื่อย แคปซูลขมิ้นชัน แก้โรคกระเพาะ

สุภาภรณ์ ปิติพร กล่าวว่า “จากโครงการนี้เป็นจุดสำคัญที่ทำให้การพัฒนาสมุนไพรของโรงพยาบาลเชื่อมโยงกับชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง” ในฐานะเป็นผู้ผลิตสมุนไพรภายใต้แนวคิดระบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อความปลอดภัยของทั้งเกษตรกร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรไปพร้อมกัน

กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จังหวัดปราจีนบุรีเป็นเกษตรกรกลุ่มแรกที่ร่วมกับ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในการผลิตวัตถุดิบสมุนไพร เกษตรอินทรีย์ ซึ่งสมาชิกทุกคนจะต้องทำข้อตกลงเข้าร่วมโครงการสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ เป็นลายลักษณ์อักษร ยอมรับการปฏิบัติตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และยินยอมให้มีการตรวจพื้นที่ทำเกษตรทุกแปลง เพื่อให้สามารถรับรองกระบวนการผลิตและการจัดการในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ คือไม่มีการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีในการป้องกันกำจัดศัตรูพืชและโรคพืช และมีระบบการผลิตที่มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำหนดให้เกษตรกรต้องมีมาตรการในการป้องกันการปนเปื้อนของสารเคมี ตั้งแต่การทำแนวกันชนในบริเวณที่เสี่ยงต่อการปนเปื้อนทั้งทางน้ำและอากาศ การนำเข้าปัจจัยการผลิต การปลูก การดูแล การเก็บเกี่ยว จากการสัมภาษณ์ คุณทิพพาพร คุณศรี หัวหน้ากลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง กล่าวว่า “เกษตรกรอินทรีย์ต้องมีข้อกำหนดว่าสมาชิกต้องมีบันทึก

ปัจจัยการผลิตว่าในแต่ละวันมีการปลูกอะไรบ้างและต้องทำการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด” ทั้งหมดนี้เกษตรกรจะต้องจดบันทึกข้อมูลในเอกสาร (มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554) ประกอบการผลิต ได้แก่ บันทึกปัจจัยการผลิต เอกสารบันทึกการแปรรูป บัญชีซื้อขายวัตถุดิบ เพื่อให้สามารถทำการตรวจสอบย้อนกลับได้

ในปี พ.ศ. 2545 ได้มีการจัดโครงการสาธิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรขึ้น จึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางจนได้รับรางวัลโครงการดีเด่นแห่งชาติด้านพัฒนาสังคม จากสำนักนายกรัฐมนตรี จากการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพ โดยยึดมาตรฐานสากลเป็นแนวทางการพัฒนา ทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร ได้รับความสนใจจากต่างประเทศอย่างมาก แต่เนื่องจากกฎระเบียบทางราชการ ทำให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่สามารถขึ้นทะเบียนคำรับจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ จึงได้มีการจัดตั้งมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรขึ้นเพื่อให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล งานของมูลนิธิคือเก็บรวบรวมความรู้ตำรายา จากหมอชาพื้นบ้าน อนุรักษ์ตำรายาโบราณ อนุรักษ์ป่า และศึกษาวิจัยนำความรู้เรื่องสมุนไพร มาใช้จริง ในรูปผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น ยาทาแผลจากเปลือกมังคุดได้รับอนุสิทธิบัตร ฟ้ายาลายโจร ในการป้องกันรักษาไข้หวัด ดอกอัญชัญ รู้จักแพร่หลายเป็นเครื่องดื่มรับแขก และอีกหลายอย่าง ที่นำภูมิปัญญากลับคืนมาสู่สังคมแพร่หลาย (สุภาพรณ ปิติพร 2554) จากความร่วมมือในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนในปี พ.ศ. 2545 กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังจึงได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยการตรวจสอบ รับรองของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์(มกท.) และได้รับการตรวจสอบว่ามีมาตรฐานทัดเทียมกับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติหรือที่เรียกกันย่อว่า IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) (มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554)

เพื่อรองรับการพัฒนาและการผลิตที่มีคุณภาพในปี พ.ศ. 2546 มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จึงได้ก่อสร้างโรงงานสำหรับผลิตยา จัดซื้อเครื่องจักรสำหรับการผลิต ด้วยกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร แคปซูล 500,000 แคปซูลต่อวัน ซาชง 2,000 ซองต่อวัน เครื่องดื่มสมุนไพร 5,000 ขวดต่อวัน เครื่องสำอางแต่ละชนิดผลิตได้ 3,000 ชิ้นต่อวัน สามารถสกัดสารจากสมุนไพรด้วยเครื่องสกัดขนาด 100 ลิตรต่อชั่วโมง เครื่องมือตรวจวิเคราะห์คุณภาพ รวมทั้งห้องปฏิบัติการจุลชีววิทยา พร้อมพัฒนากระบวนการผลิต และในปีเดียวกันโรงงานผลิตจึงได้รับการรับรองมาตรฐานตามหลักเกณฑ์การผลิตที่ดี หรือ GMP (Good Manufacturing Practice) และได้รับการรับรองอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยที่มูลนิธิได้พยายามพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิต การตรวจวิเคราะห์ทั้งในหมวดของยา อาหาร และเครื่องสำอาง ปัจจุบันมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้รับการรับรอง GMP ในหมวดเครื่องสำอาง ยาแผนโบราณ และอาหาร

ประเภทเครื่องดื่ม ครอบคลุมกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และโดยได้รับการรับรองประเภท 2 ปี (มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2554)

จากการสัมภาษณ์ วิชาญ เกิดวิชัย กล่าวว่า ปี พ.ศ. 2548 การพัฒนาการแพทย์แผนไทย และสมุนไพร เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดปราจีนบุรี “ปราจีนบุรีเมืองน่าอยู่ เชิดชู ท้องเที่ยวเชิงนิเวศน์เกษตรและอุตสาหกรรมก้าวหน้า ภูมิปัญญา แพทย์แผนไทย” ได้มีการจัดตั้ง วิทยาลัยการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศรขึ้น โดยมอบให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นเจ้าของ โครงการนี้ ทางโรงพยาบาลได้ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยบูรพา เปิดการเรียนการสอนหลักสูตร แพทย์แผนไทยประยุกต์ ในระดับปริญญาตรี โดยมหาวิทยาลัยบูรพารับผิดชอบในวิชาวิทยาศาสตร์ พื้นฐาน

ส่วนวิชาฟิสิกส์คลินิก และคลินิก โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นผู้รับผิดชอบ และนอกจากนี้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้ขอรับรองสถาบันในการเป็นผู้ฝึกอบรม หลักสูตรการนวดฝ่าเท้าเพื่อสุขภาพ (90 ชั่วโมง) หลักสูตรนวดน้ำมันอภัยภูเบศร (120 ชั่วโมง) หลักสูตรการนวดไทยเพื่อสุขภาพ (150 ชั่วโมง) จากคณะกรรมการวิชาชีพ และได้เปิด ทำการฝึกอบรมในหลักสูตรผู้ช่วยแพทย์แผนไทย (นวดไทย 430 ชั่วโมง) โดยมูลนิธิโรงพยาบาล เจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมในการพัฒนานุเคราะห์ด้านการนวดแผนไทย อย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการไหว้ครูต่อเนื่องภูมิปัญญา

ปัจจุบันมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้ดำเนินกิจกรรมต่างครอบคลุม ตั้งแต่ การรวบรวมข้อมูลสมุนไพรจากหมอพื้นบ้าน อนุรักษ์ตำรายาโบราณ การจัดสวนสมุนไพร สาธิต พัฒนาประสิทธิภาพกลุ่มหมอนวดแผนไทย การส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรแก่ชาวบ้าน รวมทั้งรับซื้อสมุนไพรทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชาวบ้านในชุมชนต่าง ๆ การพัฒนาการผลิตยาจากสมุนไพรที่เหมาะสม การสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆเพื่อชุมชนและสังคม โดยเข้าไปมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อรักษาทรัพยากรท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญาด้านสมุนไพร เน้นที่กระบวนการ เรียนรู้ให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ โดยภารกิจหลักของมูลนิธิคือการพัฒนาสมุนไพรอย่างมีคุณภาพ ให้กับ ผู้บริโภค

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบัน ChangeFusion (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “โครงการสร้างเสริมองค์กรธุรกิจเพื่อ สังคม” ผลการวิจัยพบว่า มาตรการในการดำเนินงานปลูกฝังค่านิยมเรื่องกิจการเพื่อสังคมไทยคือ การพัฒนาเนื้อหาความรู้และสื่อการเรียนรู้ การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน การจัดประกวด

แผนธุรกิจระดับมหาวิทยาลัย การประกาศกิจการเพื่อสังคมต้นแบบ และการให้รางวัลประจำปี และยังพบปัญหาของการพัฒนาองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมครั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมยังไม่แพร่หลาย ขาดการรวมกลุ่มขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการสนับสนุนด้านการเงิน ขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ตลาดรองรับสินค้าขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมค่อนข้างจำกัด ไม่มีสิ่งจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมและแรงงาน

ปริญญ์ เดชสุภา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของสถานนวดแผนไทย อภัยภูเบศร โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี” ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 50-59 ปี ใช้บริการนวดแผนไทยเฉลี่ยต่อเดือน 1-2 ครั้ง โดยส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยประเภทนวดตัว การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่มารับบริการ และประเภทการเข้ามาใช้บริการ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสถานนวดแผนไทยอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน และพบว่าปัญหาของผู้มารับบริการคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอและหาที่จอดรถได้ยาก ควรมีการปรับปรุงในส่วนนี้

พจิ ภูมิรัตน์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดสมุนไพร อภัยภูเบศร” ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดสมุนไพรของผู้ส่งสารนั้น มีเนื้อหาสาระในการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการให้ความรู้ในเรื่องของสมุนไพรผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งสามช่องทางคือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไปถึงประชาชนทั่วไป พบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ สำหรับในส่วนของปัจจัยนั้นพบว่าแบ่งได้เป็นปัจจัยภายในคือผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ มีปรัชญาการทำงานในทิศทางเดียวกัน เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร การตลาดเพื่อสังคมเพื่อการดำรงอยู่ของสมุนไพร เน้นความเป็นวิชาการความเชื่อถือได้ในเรื่องคุณภาพความปลอดภัยมีกระบวนการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและในส่วนปัจจัยภายนอกคือกระแสสุขภาพ กระแสความสนใจของประชาชน และผลกระทบด้านดีของปัญหาเศรษฐกิจ

แรมใจ พันธุ์เพ็ง (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบ กลยุทธ์และแนวทางในที่ใช้พื้นที่สื่อหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เพื่อนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของ CSR ที่พบมากที่สุดคือ การตลาดเพื่อสังคม น้อยที่สุดคือ การบริจาค รายได้ส่วนหนึ่งจากการทำกิจกรรม CSR และรูปแบบ CSR ในบริบทไทย คือกิจกรรมที่ส่งเสริมสถาบันกษัตริย์ และส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และองค์กรประเภทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคนำเสนอ CSR มากที่สุด โดยพบว่ากลยุทธ์ในการนำเสนอมีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์มากที่สุด และส่วนใหญ่เลือกวิธีนำเสนอในรูปแบบภาพข่าว

วสันต์ พลั้วพันธ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาขวัญกำลังใจพนักงานระดับปฏิบัติการกรณีศึกษา : มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” ผลการวิจัยพบว่า ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าพนักงานระดับปฏิบัติการมีขวัญกำลังใจด้านนโยบายการบริหารงานขององค์กร ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านการดูแลสุขภาพ และด้านสวัสดิการในหน่วยงานอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนขวัญกำลังใจในด้านสัมพันธภาพกับผู้บังคับบัญชาด้าน ความพึงพอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่ในระดับสูง พนักงานระดับปฏิบัติการมีขวัญกำลังใจในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำให้ทราบว่าองค์กรต้องมีการพัฒนาในด้านนโยบายการบริหารงานขององค์กรด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านการดูแลสุขภาพและด้านสวัสดิการในหน่วยงานเพิ่มขึ้น

ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจังหวัดปราจีนบุรี” ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี รู้จักผลิตภัณฑ์โดยเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ เหตุผลที่เลือกใช้เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง และเพื่อสุขภาพที่ดี ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ลูกค้าพึงพอใจในอันดับแรก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์คือผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือด้านราคาคือราคารมาตรฐาน ด้านการจัดจำหน่ายคือทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง ด้านส่งเสริมการตลาดคือมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร ด้านบุคคลคือพนักงานมีความรู้ในตัวยาสมุนไพรและสามารถให้คำแนะนำสินค้าด้านกระบวนการคือความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณ ด้านลักษณะทางกายภาพคือผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่นตามลำดับ

กล่าวโดยสรุปในบทที่ 2 นี้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้วิจัยและงานวิจัยดังนี้

1. ทำให้ผู้วิจัยทราบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการสังคมมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรใดบ้างและมีขอบเขตมากน้อยเพียงไร
2. ผู้วิจัยนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาและแนวทางในการตั้งประเด็นคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูล
3. การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในบทนี้ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้ในเรื่องประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการสังคม ซึ่งจะเป็นฐานความรู้ที่ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าต้องการข้อมูลในส่วนใดอีกในระหว่างการลงภาคสนาม

4. ความรู้ที่ได้ในบทนี้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยหลังจากลงพื้นที่ให้เป็นไปอย่างตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยและน่าเชื่อถือมากที่สุด

ในบทต่อไปคือบทที่ 3 ผู้วิจัยจะกล่าวถึง ระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) ด้วยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยาคือการศึกษาปรากฏการณ์ในชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลประสบความหมายในปรากฏการณ์วิทยามีถึง ความหมายในทัศนะของผู้ที่ได้ประสบปรากฏการณ์นั้น (ชาย โพธิ์สิตา 2547 : 189-192)

บทที่ 3

วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยอาศัยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการศึกษาที่อาศัยแนวความคิดและโลกทัศน์จากปรัชญาปรากฏการณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์ และประสบการณ์ของมนุษย์ (Holloway, อ้างถึงใน ชาย โพธิสิตา 2552 : 190)

ชาย โพธิสิตา (2552 : 189-192) กล่าวว่าการศึกษาแนวปรากฏการณ์วิทยาคือการศึกษาปรากฏการณ์ในชีวิตที่บุคคลได้ประสบมา โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลประสบ ความหมายในปรากฏการณ์วิทยามีความหมายในทัศนะของผู้ที่ได้ประสบปรากฏการณ์นั้น โดยปรัชญาปรากฏการณ์วิทยาของ Husserl (อ้างถึงใน ชาย โพธิสิตา 2547 : 191) หมายถึงการศึกษาว่าคนเราบอกหรือบรรยายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ตนประสบได้อย่างไร ข้อสรุปเชิงปรัชญาในเรื่องนี้คือ คนเราจะเข้าใจสิ่งสิ่งที่เราประสบได้ด้วยการวิเคราะห์การรับรู้และความหมายของสิ่งที่เราประสบ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นความตระหนักรู้ของเรา และประสบการณ์ชนิดเดียวกันย่อมมีแก่นแท้ันเดียวกัน แก่นแท้เหล่านี้คือความหมายที่คนเราเข้าใจร่วมกันหรือเข้าใจตรงกัน ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักหลายๆ คน เพื่อหาลักษณะร่วมกันของประสบการณ์ในเรื่องเดียวกันจากแต่ละคนโดยการวิจัยจะมุ่งพรรณนาสิ่งที่ปรากฏ และทำความเข้าใจว่าสิ่งที่ปรากฏนั้นมีความหมายอย่างไรต่อผู้ที่ได้ประสบมันเป็นสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา เพื่อพรรณนาและทำความเข้าใจความหมายรูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนของการดำเนินการวิจัยดังนี้คือ 1) ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล 4) วิธีดำเนินการวิจัย 5) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล 6) การวิเคราะห์ข้อมูล 7) แผนภูมิรายละเอียดระยะเวลาทำการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 ประชากร คือ ผู้ที่ทำงานในมูลนิธิเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและคนที่เป็สมาชิกกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี ในการวิจัยเชิงคุณภาพเรียกผู้ถูกศึกษาทั้งหมดว่าประชากรและเจาะจงบางคนมาเป็นผู้ให้ข้อมูลเท่านั้น

1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยเจาะจงผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และได้ประสบเหตุการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษามากพอสมควรและอาศัยอยู่ในสถานที่คือจังหวัดปราจีนบุรีเหมือนกันและสัมภาษณ์ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีคุณลักษณะตรงกับขอบเขตของงานวิจัยดังนี้ ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น 2 กลุ่มคือ

1.2.1 ผู้แทนองค์กร ทั้งในระดับนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติในองค์กรเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้เจาะจงเลือก มูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมาศึกษาเนื่องจากมูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นผู้ประกอบการสังคมตัวอย่างที่ก่อตั้งขึ้นมานานกว่า 20 ปีและเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างมากมาย ทั้งในด้านการจ้างงานและการผลิตยาจากภูมิปัญญาไทยในการพัฒนา ทดสอบ และวิจัยเพื่อนำสมุนไพรไทยมาประยุกต์ใช้ในการรักษาผู้ป่วยแทนตำรับยา ผู้แทนองค์กรที่ยินดีให้ความร่วมมือในการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่

1. ผู้อำนวยการมูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร
2. ผู้จัดการส่วนพัฒนาโรงงาน
3. เจ้าหน้าที่มูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำนวน 4 คน

1.2.2 คนในชุมชนเป้าหมายคือ กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี จำนวนทั้งหมด 12 ครัวเรือนผู้วิจัยได้เลือกชุมชนนี้เพราะเป็นชุมชนต้นแบบที่สนใจในการพัฒนาการปลูกสมุนไพรระบบเกษตรอินทรีย์ จากความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่มและมูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรทำให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนในปี พ.ศ. 2545 กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังจึงได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยการตรวจสอบ รับรองของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) และได้รับการตรวจสอบว่ามีมาตรฐานทัดเทียมกับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ(IFOAM) โดยผู้ที่มีส่วนก่อตั้งกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง มาตั้งแต่ต้นและดูแลกำหนดทิศทางในการดำเนินงานของกลุ่ม ยินดีให้ความร่วมมือในการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่

1. ประธานกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง
2. ที่ปรึกษากลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

2.1 ผู้วิจัย

ผู้วิจัย นับเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการเก็บข้อมูลงานวิจัยในพื้นที่ การเก็บรวบรวมข้อมูล และเป็นผู้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง เพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนผู้ให้ข้อมูลโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องเตรียมความพร้อมก่อนการสัมภาษณ์ ทั้งในด้านทักษะในการสัมภาษณ์และความรู้ในด้านวิชาการ

2.2 เครื่องบันทึกเสียง เพื่อใช้บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

2.3 เครื่องมือช่วยจดบันทึก คือสมุดจดและปากกาสำหรับจดบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มีลักษณะคล้ายกับแบบบันทึกข้อมูล โดยในสมุดบันทึกข้อมูลผู้วิจัยจดบันทึกชื่อผู้ให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน อายุและหมายเลขโทรศัพท์รวมทั้งที่อยู่ติดต่อ นอกจากรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ผู้วิจัยยังต้องบันทึกสิ่งที่สังเกตลงไปด้วย การปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน และผู้แทนองค์กร โดยสมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนามนี้มีรายละเอียดต่างๆ ปรากฏในแต่ละวัน ช่วยเตือนความจำว่าผู้วิจัยต้องนำรายละเอียดที่ปรากฏในสมุดบันทึกนี้ไปใช้ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

2.4 แนวคำถามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้แทนองค์กรและชุมชนโดยป้อนคำถามปลายเปิด (ปรากฏในภาคผนวก ก) ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถรู้คำตอบในแง่ต่างๆ ที่อยู่นอกเหนือการคาดเดาของผู้วิจัย และผู้ตอบคำถามก็สามารถตอบคำถามได้ละเอียดทุกแง่มุมตรงตามความต้องการของผู้ตอบได้อย่างแท้จริง (ชาย โพธิสิตา 2549) แนวคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นมาจากแนวคิดและทฤษฎีจากบทที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกเป็น 2 ส่วนได้แก่

2.4.1 แนวคำถามเกี่ยวกับการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร สำหรับถามเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

2.4.2 แนวคำถามเกี่ยวกับการให้ความหมาย และการมีส่วนร่วมในการประกอบการสังคมในฐานะผู้ผลิตวัตถุดิบ และในฐานะเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์ในการประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร สำหรับถามสมาชิกในกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 เป็นแนวทางในการกำหนดคำถาม การตั้งคำถาม ผู้วิจัยกำหนดแนวอย่างกว้างๆ และใช้วิธีการตะล่อม เป็นวิธีการที่ทำให้การพูดคุยดำเนินไปอย่างดีโดยการผู้คุยไม่ถูกขัดจังหวะ ก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้งผู้วิจัยขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลัก

บันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึกเสียงและแจ้งว่าข้อมูลใช้ในการวิจัยระดับปริญญาโทเท่านั้น จากนั้นเริ่มการสัมภาษณ์ โดยถามเรื่องประวัติส่วนตัว ถามชื่อ อายุ สถานที่เกิด ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กร เมื่อพูดคุยเกี่ยวกับประวัติส่วนตัวแล้ว ผู้วิจัยจึงถามตามแนวคำถามการวิจัยโดยถามถึงประวัติของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร การให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิฯ รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม ปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบการของมูลนิธิฯ

การตรวจสอบแนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์ในงานวิจัยครั้งนี้มีความสำคัญเพราะเป็นหลักประกันว่าผู้วิจัยได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยตรวจสอบแนวคำถามด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำถาม

2.5 กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เก็บข้อมูลภาพในบรรยากาศขั้นตอนและกระบวนการที่ดำเนินการมีส่วนร่วมของการดำเนินการขายสินค้าและบริการของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประเภทนี้จากการค้นคว้า หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินการวิจัย สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ตั้งคำถามในการสัมภาษณ์ และเป้าหมายในการสังเกตได้อย่างชัดเจน โดยข้อมูลที่ต้องการได้แก่

3.1.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร

3.1.2 ข้อมูลทั่วไปของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3.1.3 นโยบายขององค์กรในเรื่องการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร

3.1.4 กิจกรรมในลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร

3.1.5 รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3.2 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ

การลงสู่พื้นที่ หลังจากผู้วิจัยได้เตรียมตัว พัฒนาแนวคำถาม และกรอบในการศึกษาว่ามีสิ่งใดบ้างที่ผู้วิจัยต้องเข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วม และต้องสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth

interviews) ผู้วิจัยติดต่อขออนุญาตผู้อำนวยการมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและผู้นำชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังเพื่อขอความร่วมมือ ให้ผู้วิจัยเข้าไปทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่โดยเบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนคือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และสมาชิกกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรีเพื่อเข้าสัมภาษณ์

การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการ 2 วิธีคือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และสังเกตแบบมีส่วนร่วม

3.2.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth interviews) ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และสมาชิกกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรีโดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์ในเรื่อง

1. นโยบายขององค์กรในเรื่องการเป็นผู้ประกอบการสังคม
2. แนวทางในการดำเนินงานขององค์กร
3. กิจกรรมในลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร
4. รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสังคมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรใช้ในการดำเนินงาน

5. ปัญหาในการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการสังคม

3.2.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการเข้าไปอยู่และสังเกตในสถานที่ศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นการสังเกตด้วยตัวผู้วิจัยเอง โดยผู้วิจัยเลือกการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้สังเกต เข้าร่วมกิจกรรม การเลือกชมสินค้าและบริการนวดแผนไทย ต่างๆ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาแนวปรากฏการณ์วิทยา ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยเอง นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดเพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนผู้ให้ข้อมูลโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องเตรียมความพร้อมก่อนการเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยคือผู้เก็บรวบรวมข้อมูลและเป็นผู้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง

4.2 ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เพื่อให้เกิดความรู้ทางแนวคิดและทฤษฎี

4.3 ศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นนักวิจัยเชิงคุณภาพ แนวปรากฏการณ์วิทยา

4.4 เตรียมเครื่องมือในการวิจัยให้พร้อมอันได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ ดิจิตอล สมุดจดและปากกาสำหรับจดข้อมูล

4.5 กำหนดหัวข้อ และคำถามในการวิจัยที่เหมาะสมกับวิธีการศึกษาแนวปรากฏการณ์วิทยา โดยกรอบแนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล พร้อมป้อนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคม นโยบายขององค์กรแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร กิจกรรมในลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสังคม ปัญหาในการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการสังคม

4.6 ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ

4.7 ทำการสัมภาษณ์และบันทึกการสัมภาษณ์อย่างละเอียด

4.8 เตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ และดำเนินการวิเคราะห์

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้ใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์โดยวิธีการตรวจสอบหลายทาง (Triangulation) สำหรับความน่าเชื่อถือของแนวคำถามสัมภาษณ์ ความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ข้อมูลได้รับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลทำได้โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักหลายๆ คนในแต่ละสาขางาน และความน่าเชื่อถือในส่วนของผลสรุปการวิจัยทำได้โดยการใช้ข้อมูลจากแหล่งอื่นมาวิเคราะห์ในเรื่องเดียวกัน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

6.1 การลงรหัสข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเสร็จแล้ว ผู้วิจัยลงรหัสของข้อมูลเพื่อมิให้ปะปนกันเนื่องจากมีผู้ให้ข้อมูลหลักหลายคน ผู้วิจัยใส่ตัวเลขลำดับที่ของข้อมูลและคนให้สัมภาษณ์ ตามด้วยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้ 01- เกรียง

6.2 การพิมพ์สัมภาษณ์

ผู้วิจัยถอดเทปบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักแบบคำต่อคำ และนำมาพิมพ์เป็นบทสัมภาษณ์ ในส่วนของบทสัมภาษณ์มีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล วัน เดือน และปีที่สัมภาษณ์ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลในลักษณะที่เรียกว่า “ทะเลข้อมูล” หมายความว่าข้อมูลจากคำบอกเล่ามีจำนวนมากและหลายเรื่องอยู่ปะปนกัน ก่อนที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำบทสัมภาษณ์ที่พิมพ์เสร็จแล้วมาตรวจสอบกับข้อมูลดิบจากเทปบันทึกเสียงเพื่อยืนยันความถูกต้องของเนื้อหา ผู้วิจัยต้องปฏิบัติเช่นนี้กับผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคน

6.3 การสำรวจภายในตัวเอง

การสำรวจภายในตัวเองของผู้วิจัย เพื่อคิดว่าตนเองมีอคติหรือมีข้อสรุปที่คิดไว้ก่อนเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษานั้นหรือไม่ โดยผู้วิจัยต้องขจัดอคติและความเอนเอียงออกไปก่อนเริ่มวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ปรากฏการณ์ด้วยความคิดที่สด มีทัศนคติที่เปิดกว้าง เพื่อให้เห็นปรากฏการณ์นั้นตามที่มันเป็นอย่างแท้จริง (ชาย โพธิ์สีดา 2552 : 201)

6.4 การแตกข้อมูล

ผู้วิจัยทำการการแตกข้อมูลที่ทำการศึกษาทั้งหมดออกเป็นส่วนย่อยๆ ตามความหมายที่ปรากฏอยู่ในแต่ละส่วน แล้วคัดแยกข้อมูลออกเป็นเรื่องๆ ต่อจากนั้นนำส่วนต่างๆ มาจัดรวมกันเป็นกลุ่มๆ ตามความหมายที่เชื่อมโยงกัน โดยในแต่ละกลุ่มประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นเรื่องเดียวกันอย่างแท้จริง

6.5 การแสดงเนื้อเรื่องที่ศึกษาคำบรรยาย

ผู้วิจัยต้องให้คำบรรยาย แต่ละเรื่องโดยเป็นข้อความที่สรุปและเรียบเรียงมาจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคน

กล่าวโดยสรุปบทนี้ผู้วิจัยให้รายละเอียดระเบียบวิธีวิจัย ในการเลือกเครื่องมือ ผู้ให้ข้อมูลหลักกำหนดลักษณะประชากร เลือกพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการตรวจสอบแนวคำถาม วิธีการสัมภาษณ์ เพื่อวางแผนลงพื้นที่เก็บข้อมูล รวมถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์

ในบทต่อไปคือบทที่ 4 ผู้วิจัยกล่าวถึงผลของการวิจัย ในเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

7. ระยะเวลาทำการวิจัย

รายละเอียดระยะเวลาทำการวิจัย แสดงดังตารางแสดงระยะเวลาทำการวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางแสดงระยะเวลาทำการวิจัย

ระยะเวลา	มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน				ตุลาคม				พฤศจิกายน			
กิจกรรม	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
การร่างเค้าโครงวิจัย	←	→																						
ค้นหาข้อมูล แก้ไขข้อมูล			←	→																				
จัดทำรูปเล่ม (3 บท)					←	→																		
สร้างแนวคำถาม					←	→																		
ขออนุมัติหัวข้อ วิจัย							←	→																
เก็บข้อมูลวิจัย									←	→														
วิเคราะห์ข้อมูล											←	→												
สรุปผลการวิจัย													←	→										
รายงานการวิจัย ฉบับสมบูรณ์																	←	→						
สอบป้องกัน วิทยานิพนธ์																	←	→						

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา เรื่อง “รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ เอกสาร บทความ วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การเข้าร่วมกิจกรรม การเลือกชมสินค้า เลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ ได้แก่ การให้ความหมาย การเป็นผู้ประกอบการสังคม นโยบาย แนวทางในการดำเนินงาน กิจกรรมในลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสังคม รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน รวมถึงวิธีการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นต้น โดยมีผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. การให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคม
2. การวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม
3. การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการสังคม

1. การให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตามทัศนะขององค์กรและชุมชน

จากการที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมทำให้ผู้วิจัยพบข้อมูลคำตอบของการวิจัย ในเรื่องการให้ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร โดยความหมายเกิดขึ้นจากทัศนะของการสร้างและให้ความหมายจากปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ ความรู้สึกต่อองค์กร ประสบการณ์ร่วมในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในแต่ละบุคคล ลักษณะของหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละบุคคลในองค์กรนั้น นโยบายขององค์กร ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคม ความหมายที่เกิดขึ้นมีความหมายคล้ายคลึงกับความหมายที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการเป็นผู้ประกอบการสังคม แต่บางความหมายเป็นความหมายที่เกิดขึ้นเฉพาะแต่ละองค์กรที่ถูกกำหนดโดยวิถี ความเชื่อ แนวคิด แนวทางในการดำเนินกิจการนั้นๆ

การให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตามทัศนะขององค์กรและชุมชนจากการวิเคราะห์ 4 ความหมายดังนี้

1.1 การประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะกลับคืนกลับสู่สังคมทั้งหมด

1.2 การประกอบการที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อม

1.3 การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย

1.4 การส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์

1.1 การประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะกลับคืนกลับสู่สังคมทั้งหมด

บุคลากรในองค์กรและชุมชนได้ให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ว่า เป็นการประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะกลับคืนกลับสู่สังคม ความคิดเห็นนี้เป็นการแสดงความรู้สึกที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสังเกตพฤติกรรม ลักษณะท่าทางในการพูดคุยเรื่องดังกล่าว พบว่ามูลนิธิมีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย เช่น ยาสมุนไพร ครีมบำรุง ครีมล้างหน้า แชมพู ครีมนวดผผ สบู่ ยาสีฟันและน้ำสมุนไพร เป็นต้น สามารถสร้างรายได้ให้กับมูลนิธิโดยมีการกำหนดราคาและผลกำไรของแต่ละผลิตภัณฑ์ไม่มากจนเกินไปและผู้บริโภคสามารถยอมรับได้

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้มีการจัดสรรรายได้ของมูลนิธิฯ เป็น 2 ส่วน โดยร้อยละ 70 ของรายได้ มอบให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในการนำไปซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ของโรงพยาบาลฯ ทำให้โรงพยาบาลมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีศักยภาพสูงในการรักษาผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้ สำหรับส่วนที่สองคือร้อยละ 30 นำมาใช้ในการพัฒนา ค้นคว้าผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรใหม่ พัฒนาศักยภาพในการส่งเสริมความรู้และพัฒนาตนเอง พัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากองค์กรและคนในชุมชน สามารถนำมาอ้างอิงให้ตรงกับประเด็นนี้คือ

เราได้กำหนดว่า 70% ของผลกำไรของมูลนิธิที่มาช่วยโรงพยาบาลได้ปีละประมาณ 20 ล้าน ส่วนอีก 30% เราก็ใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิตซื้อเครื่องจักรเพิ่มปรับปรุงอาคารสถานที่ การส่งเสริมบุคลากร การพัฒนาบุคลากร (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

มูลนิธิ แบ่งกำไร 70 มอบให้รพ. และ 30 ดำเนินงานในมูลนิธิพัฒนาสมุนไพรรักษาโรค เพื่อสังคมโดยเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อรักษาทรัพยากรท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญาด้านสมุนไพร (สุภาพร ปิติพร 2554)

กำไรจากการขายของมูลนิธิ ละครับหลังจากหักค่าใช้จ่ายหมดแล้ว 70% จะให้โรงพยาบาล โรงพยาบาลก็จะเอาส่วนนี้ไปใช้เรื่องของการซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ เรื่องของค่าโถที่แพทย์พิเศษ จะพัฒนาโรงพยาบาลหลายๆส่วน อีก 30% ก็หักมาในกำไร คือความเป็นมูลนิธิมันแสวงหากำไรไม่ได้ เพราะฉะนั้น 30% ก็มาเรื่องของการพัฒนากระบวนการผลิตต่างๆ การส่งเสริมบุคลากร การพัฒนาบุคลากร พัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554)

มูลนิธิจะนำ กำไรจากการขาย 70% จะให้โรงพยาบาล โรงพยาบาลก็จะเอาส่วนนี้ไปใช้เรื่องของการซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ จะพัฒนาโรงพยาบาลในด้านต่างๆ อีก 30% พัฒนากระบวนการผลิตต่างๆ การส่งเสริมบุคลากร พัฒนาชุมชนทำประโยชน์ต่อสังคม (ภิญโญ จันทะวงศ์ 2554)

รายได้ของมูลนิธิ เราจะแบ่งเป็น 70% เราให้โรงพยาบาลนั้นเป็นเงินบำรุงโรงพยาบาล จัดซื้ออุปกรณ์แพทย์ เรื่องยาเรื่องอะไรที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลเป็นกิจการของโรงพยาบาล 30% คือเอามาจัดการในส่วนของมูลนิธิเพื่อการวิจัย จ้างพนักงานของมูลนิธิ มีการเผยแพร่ความรู้ในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเราสู่สังคม (พรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

1.2 การประกอบการที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อม

คนในองค์กรและชุมชนได้ให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ว่าเป็น การประกอบการที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อม ความคิดเห็นนี้เป็นการแสดงความคิดที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสังเกตพฤติกรรม ลักษณะท่าทางในการพูดคุยเรื่องดังกล่าว พบว่ามูลนิธิฯ ได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้เงินทุนที่ได้กำไรจากการประกอบการ เช่น การดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าเขาใหญ่ และการปลูกพืชในระบบเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

การดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าเขาใหญ่ มูลนิธิได้ให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นและปลูกฝังให้เยาวชนรักษาสีเขียวและอยู่กับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนจึงได้จัดค่ายรักษ์เขาใหญ่ โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการเป็นเยาวชนที่สนใจทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ โครงการมุ่งเน้นสร้างความเข้าใจและการดูแลระบบนิเวศน์วิทยา เพื่อนำกลับไปใช้ทั้งในเรื่องของการอนุรักษ์พืชพรรณไม้ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างรู้คุณค่ามากขึ้น รวมทั้งสร้างเครือข่ายเยาวชนในการดูแลสิ่งแวดล้อม

สำหรับชุมชนที่สนใจในการปลูกพืชสมุนไพรในระบบเกษตรอินทรีย์ เช่น ชุมชนบ้านดงบัง มูลนิธิร่วมกับชุมชนในการพัฒนาชุมชนตั้งแต่รุ่นเยาวชนให้เกิดความรักในการรักษาทรัพยากรท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์แทนการใช้ปุ๋ยเคมี

ในช่วงเริ่มต้นการปลูกพืชสมุนไพรในระบบเกษตรอินทรีย์ มูลนิธิฯ ได้ให้ความรู้แก่ชาวบ้านและให้เรียนรู้จากชุมชนอื่นที่ประสบความสำเร็จในการปลูกพืชระบบเกษตรอินทรีย์ จากการส่งเสริมและให้ความรู้ของมูลนิธิแก่ชาวบ้านหมู่บ้านดงบังทำให้ประสบความสำเร็จ และใช้หมู่บ้านดงบังเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้โดยใช้เป็นแหล่งศึกษาดูงานแก่ผู้สนใจ ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการจัดการในกระบวนการต่างๆ ของปลูกและแปรรูปสมุนไพร ร่วมกันวางแผนในการทำงานกับชุมชน

นอกจากดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้วมูลนิธิยังดูแลเรื่องคุณภาพชีวิตและสังคม โดยดูแลให้ความรู้ในเรื่องของการจัดทำบัญชีครัวเรือน เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมีแผนการใช้จ่ายให้เหมาะสมกับรายได้และสามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้ชาวบ้านมีเงินออมโดยส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสหกรณ์ของชุมชน

จากการที่มูลนิธิมีความเชื่อมโยงกับโรงพยาบาลจึงเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ เช่น การให้ความรู้การดูแลตนเองสำหรับโรคไข้หวัด 2009 เพื่อป้องกันการระบาดของโรคและมูลนิธิได้ร่วมกับมูลนิธิภูมิพลแผ่นดินในการดูแลเรื่องยาเสพติด ไม่ให้เยาวชนไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ให้รู้ถึงพิษภัยของยาเสพติด ซึ่งสอดคล้องกับการให้เยาวชนไม่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด แต่ให้ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ เช่นการเข้าโครงการรักษายาใหญ่ การปลูกพืชสมุนไพรในระบบเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากองค์กรและคนในชุมชน สามารถนำมาอ้างอิงให้ตรงกับประเด็นนี้คือ

มูลนิธิ ทำกิจกรรมเพื่อสังคม เราก็เอาเงินมูลนิธิส่วนนี้ไปทำด้วย เรื่องการจัดค่ายเยาวชนโครงการอนุรักษ์ป่าเขาใหญ่ก็ทำอยู่หลายโครงการต้องไปจัดการฝึกอบรมให้เยาวชนภาคใต้ 3 จังหวัดภาคใต้เราก็มีอยู่ (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

มูลนิธิได้ให้ความสำคัญกับ โดย เข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อรักษาทรัพยากรท้องถิ่น การมุ่งเน้นที่เยาวชนในการร่วมกัน รักษายาใหญ่ ทั้ง เยาวชนภายในและภายนอกพื้นที่ สร้างความเข้าใจในการดูแลระบบนิเวศวิทยา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างรู้คุณค่ามากขึ้น รวมทั้งสร้างเครือข่าย เยาวชนในการดูแลสิ่งแวดล้อม (สุภาพร ปิติพร 2554)

มูลนิธิ เราตั้งใจเพราะว่าอย่าง 30% เนี่ยมันไม่ใช่แค่เราไปส่งเสริมชาวบ้าน 30% ที่เหลือเราไปส่งเสริมด้านเยาวชน ด้านงานชุมชนต่างๆ ด้วยคือเยาวชนเค้าจะมีส่งเสริมเรื่องของการ

ใช้จิตสำนึก กลุ่มรักษ์เขาใหญ่เรื่องของสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้ กลุ่มด้านสิ่งแวดล้อม เราก็จะมีการให้ทุนส่งเสริมเรื่องของการไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม กิจกรรมกับอบจ. กิจกรรมกับโรงเรียนต่างๆ โรงเรียนปราชญ์ฯ ถ้าวรอบๆเขาใหญ่เราก็ลงพื้นที่หมคไปส่งเสริมเรื่องของการใช้สมุนไพรแล้วก็จะมีการขายหมอยาน้อย (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554)

มูลนิธิ มีฝ่ายชุมชนต่อสังคม เพื่อพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ อย่างที่ดงบังเราก็มีโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านอื่นๆเช่นออมทรัพย์ ดูแลความเป็นอยู่ ฝ่ายชุมชนต่อสังคม (ภิญโญ จันทะวงศ์ 2554)

มูลนิธิมีโครงการที่ทำให้เยาวชนได้เผยแพร่ในส่วนของสิ่งที่มีมาของบ้านเราเหมือนโครงการสำนึกกรักบ้านเกิด (พรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

1.3 การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย

คนในองค์กรและชุมชนได้ให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ว่าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย ซึ่งความคิดเห็นนี้เป็นการแสดงความรู้สึกรักที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมทั้งสังเกตพฤติกรรม ลักษณะท่าทางในการพูดคุยเรื่องดังกล่าว พบว่าวัตถุประสงค์หลักของมูลนิธิคือ การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย โดยนำองค์ความรู้จากภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ใช้และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีการนำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไปใช้ทดแทนยานำเข้าจากต่างประเทศภายในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีการเผยแพร่องค์ความรู้ของสมุนไพรไทย

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากองค์กรและคนในชุมชน สามารถนำมาอ้างอิงให้ตรงกับประเด็นนี้คือ

มูลนิธิจะดูแลเรื่องสมุนไพร พัฒนาและส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยและเราก็พยายามคืนประโยชน์ให้กลับสังคมทั้งทางด้านการให้ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

มูลนิธิ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย่างครบวงจร โดยทำการศึกษาตั้งแต่กระบวนการปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพร การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ไปจนถึงการจำหน่าย (สุภาพร ปิติพร 2554)

พันธกิจ วิสัยทัศน์ของมูลนิธิ ก็จะเป็นเรื่องของการส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยให้ยั่งยืน (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554)

มูลนิธิเริ่มพัฒนาในส่วนของการยาสมุนไพรมาก่อนประมาณ 27 ปีแล้วคือเริ่มโดย ภญ.ดร. สุภาพร (ฤทธิ์วรรณ แสนสุข 2554)

1.4 การส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์

คนในองค์กรและชุมชนได้ให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ว่าเป็นการส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งความคิดเห็นนี้เป็นการแสดงความรู้สึกที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสังเกตพฤติกรรม ลักษณะท่าทางในการพูดคุยเรื่องดังกล่าว พบว่า ในอดีตชาวบ้านในหมู่บ้านคงยังปลูกพืชไม้ดอกและไม้ประดับเพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพหลักโดยมีการใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าหญ้า และยาปราบศัตรูพืชก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและต่อคนในชุมชน แม้ว่าการใช้ปุ๋ยเคมีจะทำให้พืชเจริญเติบโตและสร้างผลผลิตได้รวดเร็ว แต่เกิดผลเสียและผลกระทบตามมาอย่างมากมาย เนื่องจากสารเคมีจาก ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าหญ้า และยาปราบศัตรูพืชจะตกค้างในดิน ทำให้ดินเสื่อมสภาพ มลภาวะในอากาศจากสารพิษตกค้าง และการทำลายระบบนิเวศของดินในบริเวณนั้นๆ ซึ่งจะสังเกตได้จากสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในดิน เช่น ไส้เดือน หนอน ซึ่งช่วยพรวนดินให้ร่วนซุยตามธรรมชาติ ไม่สามารถอาศัยอยู่ในบริเวณที่มีการใช้สารเคมีได้ นอกจากนี้การใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าหญ้า และยาปราบศัตรูพืช โดยส่วนใหญ่จะใช้นิคมดินซึ่งส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกพืช เนื่องจากจะได้รับสารเคมี และสารพิษดังกล่าวโดยตรงและเป็นปริมาณมากจากการนิคมดินทำให้สุขภาพของเกษตรกรไม่ดีและมักเจ็บป่วยจากการทำงาน (Occupational health and safety) เนื่องจากมีสารพิษตกค้างในร่างกาย

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากคนในชุมชน สามารถนำมาอ้างอิงให้ตรงกับประเด็นนี้คือ

หมู่บ้านข้างเคียงที่ใช้สารเคมี พ่อเพื่อนลูกสาวเขาทำนาเป็นร้อยละ ไร่ แม่เป็นคนปรุงยาฆ่าแมลง พ่อเป็นคนนิตยาฆ่าแมลง ทั้งพ่อและแม่ของเขาจะป่วยบ่อยมากเข้าออกโรงพยาบาลบ่อยจะอ่อนเพลียวิงเวียน เพื่อนลูกสาวก็จะมาเล่าให้ฟังว่าแม่เขาจะป่วยบ่อยมากสุขภาพไม่ค่อยดีไม่เหมือนแม่ทิพย์ยังดูแข็งแรงทั้งๆที่แม่ของเขาอายุน้อยกว่าแม่ทิพย์มาก ฉันเลยแนะนำให้เขามาเก็บรางจืดที่บ้านฉันไปให้แม่เขากิน (ทิพาพร คุณศรี 2554)

มูลนิธิฯได้รณรงค์ให้ชาวบ้านหันมาปลูกพืชตามแบบเกษตรอินทรีย์โดยมีบุคลากรของมูลนิธิเข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้และสรรพคุณของสมุนไพร แนะนำวิธีเก็บเกี่ยว และการทำให้แห้ง เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีการจัดกิจกรรมโรงเรียนเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม มีการเรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับระบบนิเวศในแปลง การบำรุงดิน การพัฒนาวิธีการปลูก การจัดการศัตรูพืชด้วยวิธีธรรมชาติ ด้วยการทดลองปลูกในแปลง รวมถึงการพัฒนาการแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพรให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ดีในการปลูก และการปฏิบัติหลังการ

เก็บเกี่ยวเพื่อเลิกใช้สารเคมี ทำให้สุขภาพของชาวบ้าน โดยรวมดีขึ้น และเป็นการรักษาสีงแวดล้อมในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วยกัน

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จากองค์กรและคนในชุมชน สามารถนำมาอ้างอิงให้ตรงกับประเด็นนี้คือ

ที่มูลนิธิเราก็คือการดูแลผู้ที่เกี่ยวข้องคนที่ร่วมในกระบวนการของเราให้มีรายได้ให้มีความสุขนะครับ แล้วเราก็จะดูแลผู้เกี่ยวข้องกว้างขวางพอสมควรตั้งแต่ผู้ปลูกพืชสมุนไพร ซึ่งผู้ปลูกพืชสมุนไพรเราก็ไปทำงานร่วมกับชาวบ้านในชุมชนจัดตั้งเป็นชมรมผู้ปลูกพืชสมุนไพรซึ่งก็มีชมรมใหญ่ชมรมหลักที่หมู่บ้านดงบัง อำเภอมือง ปราจีนบุรีแล้วก็มีชมรมที่อื่นอีกพอสมควรกระจายไปทั่วประเทศ (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

โรงพยาบาลเชื่อมโยงกับชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังชุมชนในฐานะเป็นผู้ผลิตสมุนไพร ภายใต้แนวคิด ระบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อ ความปลอดภัยของทั้งเกษตรกร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรไป พร้อมกัน (สุภาพร ปิตีพร 2554)

มูลนิธิส่งเสริมชาวบ้านให้เข้มแข็งขึ้นแล้วก็ปลูกสมุนไพรทำเป็นแบบอินทรีย์นะครับ ก็ส่งเสริมให้มีการรับรองถูกต้องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ IFOAM (เกรียง ฤทธิเจริญ 2554)

คือ มูลนิธิ จะไปส่งเสริมชาวบ้าน ในเรื่องปลูกสมุนไพรทำเป็นแบบอินทรีย์นะครับ ก็ส่งเสริมให้มีการรับรองถูกต้องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ IFOAM (ภิญโญ จันทะวงศ์ 2554)

มูลนิธิทำเป็นออแกนิก คือทำเป็นเกษตรอินทรีย์ เราจะรับซื้อผลิตภัณฑ์จากชาวบ้าน ชาวบ้านต้องมาติดต่อเรานะไม่ใช่อยู่ๆ ไปปลูกมาขายก็ต้องติดต่อเราตั้งแต่คุณจะปลูกขมิ้นนะเราจะส่งเจ้าหน้าที่เราไปที่เค้ามีความเชี่ยวชาญทางด้านเกษตรอินทรีย์ส่งไปให้ความรู้ตั้งแต่การไถ ปาดดิน พรุนดิน พื้นที่ธรรมชาติที่เราจะใช้มาปลูกให้มันเป็นอย่างนี้ต้องปรับปรุงดินอย่างน้อย 3 ปีนะถึงจะปลูกได้ (พรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

หมอด้อม (สุภาพร ปิตีพร) และเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิก็เข้ามาในหมู่บ้านถามคุณสมัยว่าอยากเปลี่ยนอาชีพไหมแต่อาชีพนี้ต้องเลิกใช้สารเคมีที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เปลี่ยนมาเป็นระบบเกษตรอินทรีย์ (ทิพาพร คุณศรี 2554)

เมื่อก่อนชาวบ้านใช้สารเคมีเยอะมากเมื่อมูลนิธิเข้ามาประกอกับชุมชนอยากเลิกการใช้ปุ๋ยเคมีพอดีมูลนิธิเลยช่วยกำหนดทิศทางในการปลูกสมุนไพรแต่มีเงื่อนไขต้องเลิกใช้สารเคมีทันทีเป็นเวลา 2 ปี เปลี่ยนมาเป็นระบบเกษตรอินทรีย์ (สมัย คุณสุข 2554)

จากการศึกษาการให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจาก การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของบุคลากรมูลนิธิฯ และคนใน

ชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง สรุปได้ว่าความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร คือเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเป็นผลประโยชน์ที่กลับคืนสู่สังคม ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย ส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์

2. วิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม

2.1 วิเคราะห์รูปแบบของผู้ประกอบการสังคม

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตำบลท่าแก อำเภอมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยเช่าพื้นที่ของโรงพยาบาลฯ

รูปแบบลักษณะของธุรกิจ มูลนิธิฯ ได้จดทะเบียนขึ้นเป็นมูลนิธิมีฐานะเป็นนิติบุคคล ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2545 เป็นผู้ประกอบการสังคมที่ก่อตั้งโดยหน่วยงานราชการคือโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยหากแบ่งประเภทของผู้ประกอบการสังคมตามลักษณะของการประกอบธุรกิจ มูลนิธิฯ จัดเป็นผู้ประกอบการทางสังคมแบบผสม คือ เป็นการผสมผสานระหว่างการขายสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรต่างๆ เช่น ยา เครื่องสำอาง เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริม และบริการ ได้แก่ การนวดแผนไทยชนิดต่างๆเข้าด้วยกัน

มูลนิธิมีการประกอบการเพื่อให้เกิดรายได้ แต่ยังคงยึดถือการดำเนินงานเพื่อสังคมเป็นหลัก โดยใช้รายได้ดังกล่าวในการดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานให้กับประชาชนในเขตพื้นที่ใกล้เคียงมากกว่า 150 คน การให้ความรู้เรื่องการปลูกและการเก็บเกี่ยวสมุนไพรไทยแบบเกษตรอินทรีย์แก่ชาวบ้านบริเวณใกล้เคียงกับมูลนิธิและได้ขยายพื้นที่ไปสู่จังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ การนำสมุนไพรมาใช้ในการรักษาโรค การให้ความสำคัญในการใช้แรงงานคนเป็นหลักมากกว่าการใช้เครื่องจักรทดแทน มีการดำเนินงานทั้งในรูปแบบผู้ประกอบการสังคมและมีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

รูปแบบการบริหารจัดการ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีการบริหารงานภายในมูลนิธิอย่างเป็นอิสระและเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย ประธานมูลนิธิ ซึ่งได้แก่ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และแบ่งภารกิจหลักของมูลนิธิเป็น 3 ฝ่าย คือ

1. ฝ่ายกิจกรรมโรงพยาบาล ทำหน้าที่ดำเนินในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลในด้านต่างๆ
2. ฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทย ทำหน้าที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรใหม่ๆ รวมถึงการดำเนินงานในส่วนการขึ้นทะเบียนและจดสิทธิบัตรพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรใหม่ๆ

3. ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสังคม ทำหน้าที่ ในส่วนของการดำเนินงานเพื่อชุมชน รวมทั้งเก็บรวบรวมความรู้ตำรายาจากหมอพื้นบ้าน อนุรักษ์ตำรายาโบราณ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การลดช่องว่างทางสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อม

มูลนิธิมีความเชื่อว่าความรู้ด้านสมุนไพรของคนไทยมีความหลากหลายทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ จึงสามารถนำมาแปรรูปเป็นยารักษาโรคได้ มูลนิธิมีวิธีการเรียนรู้และติดต่อสัมพันธ์กับหมอพื้นบ้าน ซึ่งเป็นชาวบ้าน ผู้เฒ่า ผู้แก่ และปราชญ์ของชุมชน ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการใช้สมุนไพรไทยในการรักษาโรค ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษ โดยส่วนใหญ่ไม่มีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร แต่เป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยใช้อีกต่อกันมา ปัจจุบันมีหมอพื้นบ้าน จำนวนไม่มากนักที่ยังเก็บรักษาความรู้ดั้งเดิมไว้ได้ โดยมูลนิธิฯ ให้ความเคารพต่อบุคคลเหล่านี้เป็นอย่างมาก ความรู้จากภูมิปัญญาพื้นบ้านดังกล่าวซึ่งเป็นประสบการณ์การรักษาด้วยสมุนไพรไทยและเห็นผลการรักษาว่ารักษาได้จริง ทำให้มูลนิธิสามารถสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทยที่มีราคาถูกและมีคุณภาพทัดเทียมกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากลดขั้นตอนการทดสอบเพื่อค้นหาสารที่มีฤทธิ์ในสมุนไพร โดยในปัจจุบันประชาชนได้ให้ความสนใจ และกระแสด้านการแพทย์ทางเลือกตื่นตัวมากขึ้น จึงทำให้ตลาดสมุนไพรเริ่มได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสที่ดีให้มูลนิธิสามารถผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ

รูปแบบการบริหารทรัพยากรบุคคล มูลนิธิมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และมีการตรวจสอบภาพประจำปีซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน GMP ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานและสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานตามความเหมาะสมสวัสดิการในเรื่องกองทุนสะสมเลี้ยงชีพ การทำประกันสังคม และสวัสดิการอื่นๆ เช่น ในกรณีที่พนักงานเจ็บป่วยมูลนิธิได้มีการช่วยเหลือโดยออกค่าใช้จ่ายในโรงพยาบาลให้บางส่วน ในส่วนของค่าจ้างมูลนิธิใช้อัตราตามมาตรฐานกรมแรงงาน เวลาการทำงานมูลนิธิทำงานตั้งแต่จันทร์ถึงศุกร์ตั้งแต่เวลา 8.30 – 16.30 น.

2.2 วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม

จากการวิเคราะห์วิสัยทัศน์และพันธกิจจากเอกสารต่างๆ และคำสัมภาษณ์จากบุคลากร พบว่า วิสัยทัศน์และพันธกิจสอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการสังคม โดยทำการพัฒนาความรู้ด้านสมุนไพรและเผยแพร่ความรู้ด้านสมุนไพรแก่บุคคลทั่วไป พัฒนาการใช้สมุนไพร พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรใหม่ๆ ที่มีคุณภาพและราคาถูก และการแพทย์แผนไทย

วิสัยทัศน์ของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร คือการดำเนินการพัฒนาความรู้ด้านสมุนไพรอย่างเป็นระบบ ทั้งการสร้างหลักสูตรอบรมที่เหมาะสมกับเด็ก เยาวชน และ

ผู้ใหญ่ พัฒนาและแจกจ่าย เมล็ดพันธุ์ เพื่อให้เกษตรกรและคนทั่วไปได้ทดลองปลูกพืชสมุนไพรได้อย่างแพร่หลาย รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายหมอชาวบ้านในต่างประเทศ เช่น อินเดีย แอฟริกา เพื่อบูรณาการความรู้ให้ต่อยอดและหลากหลายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังเพื่อสร้างประสบการณ์

วัตถุประสงค์และนโยบายของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจชุมชน โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อรักษาทรัพยากรท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญาไทยด้านสมุนไพร พัฒนาจากสมุนไพรที่มีความจำเป็นพื้นฐานของประเทศ ลดการขาดดุลการนำเข้ายาจากต่างประเทศ ทำให้ประเทศไทยสามารถพึ่งพาตนเองได้ระดับหนึ่ง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายจากสมุนไพรเพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนในสังคม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนจากการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่สากล

2. สนับสนุนงานของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและการดำเนินกิจกรรมของวิทยาลัยการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร พิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร ศูนย์การเรียนรู้การดูแลสุขภาพภาคประชาชนด้านการแพทย์ไทยอภัยภูเบศร ร้ายยาไทยต้นแบบโพธิ์เงินอภัยภูเบศร โอสด ศูนย์เรียนรู้โรงงาน GMP ต้นแบบสมุนไพรอภัยภูเบศร

3. ช่วยเหลือสวัสดิการเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยออกค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของบุคลากรและครอบครัวทั้งหนึ่ง

4. ร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์

5. การรวบรวมภูมิปัญญา องค์ความรู้เรื่องสมุนไพรซึ่งเป็นสิ่งที่มูลนิธิมีความตั้งใจในการส่งเสริมสนับสนุนการเก็บรวบรวมความรู้ภูมิปัญญาการใช้สมุนไพรเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาดูแลสุขภาพของประชาชน ร่วมฟื้นฟูและพัฒนาภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ให้คงอยู่ และใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

6. ไม่ดำเนินการเกี่ยวกับการเมืองแต่ประการใด

การดำเนินงานภายในมูลนิธิฯ มีการดำเนินงานในรูปแบบของมูลนิธิซึ่งมีความใกล้เคียงกันกับการดำเนินการของผู้ประกอบการเอกชน ทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานมากกว่าระบบราชการ และสามารถดำเนินการขึ้นทะเบียนยากับคณะกรรมการอาหารและยาได้ อันเป็นข้อจำกัดหลักที่ไม่สามารถทำได้ในหน่วยงานของรัฐ การดำเนินงานภายในมูลนิธิฯประกอบด้วย

1. การรวบรวมข้อมูลสมุนไพรจากหมอพื้นบ้าน อนุรักษ์ตำรายาโบราณ
2. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทย เพื่อเป็นที่รวบรวมประวัติความเป็นมา และความรู้ต่างๆ ที่บริเวณโรงพยาบาลโดยใช้ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์
3. การพัฒนาการผลิตยาจากสมุนไพรที่เหมาะสม และมีมาตรฐาน

4. การจัดสวนสมุนไพรสาธิต ส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกสมุนไพรระบบเกษตรอินทรีย์เพื่อเป็นวัตถุดิบ เช่น หาแหล่งเงินกู้ให้แก่เกษตรกร หาที่ดินที่สามารถทำประโยชน์ในการปลูกสมุนไพร เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ แก่ชาวบ้านในชุมชนต่างๆ

5. สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยใช้การจัดการวัตถุดิบสมุนไพรเป็นเครื่องมือ นั่นคือข้อตกลงการซื้อขายวัตถุดิบสมุนไพรผ่านกลุ่มเท่านั้น ไม่ซื้อผ่านบุคคล และมีการกำหนดปริมาณคุณภาพและราคาล่วงหน้าร่วมกันระหว่างมูลนิธิและชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดการรวมตัวกัน มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนในด้านต่างๆด้วย

6. ฝึกอบรมพัฒนาประสิทธิภาพกลุ่มหมอนวดแผนไทย ผู้ให้บริการนวดทุกคน จะต้องผ่านการฝึกอบรมเป็นเวลา 430 ชั่วโมง จึงได้รับประกาศนียบัตร

7. การสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆเพื่อชุมชนและสังคม โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อรักษาทรัพยากรท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญาด้านสมุนไพร เน้นที่กระบวนการเรียนรู้ให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้

8. การรักษาสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดนโยบายในการใช้วัตถุดิบสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยเบสร ภายใต้การรับรอง สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ซึ่งได้รับการรับรองจาก IFOAM ทำให้สิ่งแวดล้อมได้รับการฟื้นฟู เกษตรกรและผู้บริโภคปลอดภัย

รายได้ของมูลนิธิส่วนใหญ่ได้มาจาก การขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร การบริการทางการแพทย์แผนไทย และการนวดแผนไทย การอบรมทักษะการนวดแผนไทยชนิดต่างๆ โดยรายได้ในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่า 200 กว่าล้านบาทและมีการตั้งเป้ารายได้ของปี พ.ศ. 2554 อยู่ที่ 260 ล้านบาท

กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินกิจการของมูลนิธิฯ สามารถแบ่งออกได้เป็นสองระดับตามลำดับขั้นในการดำเนินงานภายในองค์กร คือ กลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์ระดับธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินกิจการของมูลนิธิบรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามพันธกิจและวิสัยทัศน์ของมูลนิธิฯ

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า มูลนิธิฯ เลือกใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโตเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ในการดำเนินการ โดยพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ มูลนิธิฯ มีการกระจายสินค้าโดยตัวแทนในแต่ละภาคและในส่วนของกรุงเทพมหานครมีผู้ตัวแทนถึง 3 ราย เพื่อให้การกระจายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและทั่วถึง และมูลนิธิใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโตตามแนวนอนเพื่อเพิ่มยอดขายโดยมีการวางจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาลเอกชน

ปืมน้ำมัน และศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยต่างๆ นอกจากนี้มูลนิธิฯ ได้พยายามหาตัวแทนและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ แม้ว่าจะถูกกีดกันทางการค้าในบางประเทศก็ตาม

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นที่ว่า

เราก็มีการวางแผนเหมือนกันให้มีการเจริญเติบโตของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรนี่ก็เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรักษาผู้ร่วมกระบวนการของเราให้ยังมีอาชีพ ให้มีความก้าวหน้าเราก็ตั้งเป้าไว้ว่าขอครึกษาปีหนึ่งก็ประมาณ 10-20% เพื่อให้เดินหน้าไปเรื่อยๆ แล้วก็พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ปีละ 1-2 ชนิด ที่เป็นประโยชน์ก็มีทยอยออกมาเรื่อยๆ แต่เราต้องเน้นของที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนนะครับ (วิชาญ เกติวิชย์ 2554)

มูลนิธิจะมีลูกค้าที่ทำหน้าที่กระจายสินค้าที่เป็นหลักทำสัญญากับเราอยู่ทุกภาคอย่างกรุงเทพฯ ก็จะมีลูกค้าอยู่ 2-3 ราย (เกรียง ฤทธิเจริญ 2554)

ตอนนี้มูลนิธิมีการจัดวางสินค้าของเราตามห้างห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาลเอกชน ปืมน้ำมัน และศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยต่างๆ มากมาย (พรทิพย์ โชครุ่ง 2554)

สำหรับกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่มูลนิธิเลือกใช้ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง เนื่องจากมูลนิธิที่มุ่งตลาดเป้าหมายกว้างซึ่งได้แก่ผู้ที่สนใจสุขภาพ โดยการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้แก่สมุนไพรที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ที่ปราศจากสารปนเปื้อนเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคตามมาตรฐานสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ซึ่งเป็นมาตรฐานทัดเทียมกับสมาคมเกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) สร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในเรื่องคุณภาพการผลิต โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สะอาด ปลอดภัย และได้รับมาตรฐาน GMP ซึ่งทำให้เกิดความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นที่ว่า

ตอนนี้เราจัดทำการผลิตของเราให้เข้ามาตรฐานคือเรามั่นใจว่าสิ่งที่เราทำมันเข้ามาตรฐานในอนาคตเราจะเข้าสู่ GMP PIC/S เป็นของยุโรป ตอนนี้เราได้ของ อย. คือ 2548 ที่ได้รับมาตรฐาน GMP (เกรียง ฤทธิเจริญ 2554)

คือ มูลนิธิฯ จะไปส่งเสริมชาวบ้าน ในเรื่องปลูกสมุนไพรให้เป็นแบบอินทรีย์นะครับ ก็ส่งเสริมให้มีการรับรองถูกต้องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ IFOAM (ภิญโญ จันทะวงศ์ 2554)

นอกจากนี้มูลนิธิฯ ใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายโดยใช้การประชาสัมพันธ์องค์กรมากกว่าการโฆษณาผลิตภัณฑ์ โดยการเผยแพร่ความรู้เรื่องสมุนไพร ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงสรรพคุณของสมุนไพรแต่ละชนิด ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงและมีงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์รองรับ เช่น วารสารอภัยเบศรศาสตร์ การแจกแผ่นพับให้ความรู้ด้านสรรพคุณสมุนไพร เว็บไซต์ของมูลนิธิ มีการผลิตหนังสือความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร มีการออกทางสื่อวิทยุเพื่อเป็นการให้ความรู้

เรื่องสมุนไพรไทย ให้คนรู้จักใช้สมุนไพรอย่างถูกต้องเพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและชื่อเสียงที่ดีขององค์กร

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

เราก็เผยแพร่ความรู้ตามสื่อต่างๆ เช่นเรามีวารสารอภัยภูเบศรสารานุกรมของทุกเดือน เผยแพร่ไปยังประชาชน ทางสมาชิกที่สมัครเข้ามามีการเปิดเว็บไซต์ของมูลนิธิให้คนเข้ามาแสวงหาความรู้ได้ มีการผลิตหนังสือความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรออกมาเป็นระยะๆ แล้วก็มีการออกทางสื่อตามวิทยุบ้าง ทางทีวีก็มีบ้าง อันนี้ก็เป็นทำให้ความรู้เรื่องสมุนไพรให้คนรู้จักใช้สมุนไพรอย่างถูกต้อง จะต้องมีความเชื่อมั่นเชื่อถือ แล้วก็เราได้ร่วมมือกับกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกแล้วก็ภาคีต่างๆ อีกหลายฝ่ายจัดให้มีงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ซึ่งเราก็ผลักดันมาตั้งแต่ต้น ก็ทำมาปีนี้ก็เป็นครั้งที่ 8 ที่อิมแพคเมืองทองธานี ก็จัดทุกปีมีการเผยแพร่ให้ประชาชนได้เข้ามาเรียนรู้เรื่องสมุนไพร เรื่องการแพทย์แผนไทย (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

การวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT analysis)

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การดำเนินกิจกรรม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่าปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร มีดังต่อไปนี้

1. จุดแข็งของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เหนือคู่แข่งในตลาด มีดังต่อไปนี้

1.1 สินค้ามีคุณภาพดี ราคาถูก ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้า เนื่องจากมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดจากสารเคมี เนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบสมุนไพรที่ปลูกด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน IFOAM ควบคุมทุกขั้นตอนการผลิตและได้รับมาตรฐาน GMP แต่ราคาจำหน่ายไม่สูงมาก เพราะต้องการส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยมากกว่าการมุ่งหวังแสวงหากำไร ส่งผลให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และนำมาซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อสินค้าอย่างมาก

1.2 การใช้สมุนไพรที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากเกษตรกรจะต้องพักดินให้ปลอดจากสารเคมีที่ตกค้างในดินและอากาศเป็นเวลานานอย่างน้อย 2 ปี โดยต้องปลูกพืชคลุมดินและพืชบางชนิดที่มีแร่ธาตุสูง เช่นพืชตระกูลถั่ว และพืชที่มีคุณสมบัติดูดซึมสารพิษบางชนิดได้ดี และมีการตรวจสอบมาตรฐานในทุกขั้นตอนการปลูกตั้งแต่เริ่มปลูกจนถึงขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและการเตรียมวัตถุดิบ โดยจะต้องมีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ทราบถึงวันที่เริ่มปลูกและวันที่ครบกำหนดการเก็บเกี่ยว เนื่องจากมีผลต่อสารสำคัญของสมุนไพรแต่ละชนิด แตกต่างกันไป และเป็นการปลูกสมุนไพรตามมาตรฐาน IFOAM

1.3 ขั้นตอนในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP เป็นการรับรองได้ว่าสินค้ามีคุณภาพที่ดีเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีสารสำคัญครบตามปริมาณที่กำหนด ปลอดภัยจากการปนเปื้อนเชื้อโรค และเลือกใช้ ปลูกแคปซูล ที่มีคุณภาพสูง

จากการสัมภาษณ์ พรทิพย์ โชครุ่ง ให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า แล้วแคปซูลคุณจะสังเกตว่าเวลาไปซื้อแคปซูลที่เป็นสมุนไพรธรรมดา แคปซูลมันจะเป็นใสๆ ไข่ม้อย แต่ของมูลนิธิเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจะสังเกตว่าจะมีนวลแล้วเวลาเทเข้ามาในมือมันจะรู้สึกวุ้นๆ คิดมือแปลว่าเราใช้แคปซูลอย่างดีเป็นแคปซูลของบริษัทแคปซูลเจลลิ่งไป คั้นข้อมูลในอินเทอร์เน็ต คุณก็ได้นะคือแคปซูลของบริษัทแคปซูลเจลเป็นแคปซูลที่เค้าผลิตจากเจल्लीโดยที่ไม่ใช้สาร SLS คือสารขึ้นรูปพลาสติกเพราะฉะนั้นเวลาที่เรabri โภคเข้าไประยะยาวๆ จะไม่มีสารตกค้าง

1.4 จากการที่เป็นผู้ให้ความรู้ในการนวดแผนไทยและเปิดหลักสูตรการอบรมการนวดแผนไทย ประกอบกับความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เมื่อเปิดให้บริการการนวดแผนไทยจึงเป็นที่ยอมรับของผู้มารับบริการ ว่าหมอนวดแผนไทยมีคุณภาพ และได้ผลต่อการรักษา

1.5 มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามคือตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อยู่ภายในบริเวณเดียวกัน ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซื้อสินค้าและใช้บริการนวดแผนไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถเห็นได้จากการมีรายการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จะรวมการใช้บริการนวดแผนไทยอยู่ด้วย

1.6 มีการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาชมโรงงานผลิตสมุนไพรภายในมูลนิธิเปรียบเสมือนเครื่องมือทางการตลาดในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าชม และผู้บริโภคที่ทำให้ผลิตภัณฑ์แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

1.7 การเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาช่วยในการดำเนินการกระจายสินค้าและบริการ โดยมีการจูงใจในการให้ส่วนลด และมีการจัดทำเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ทำให้มีการกระจายสินค้าไปทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว

1.8 เนื่องจากมูลนิธิเป็นผู้ประกอบการสังคมที่มีแนวทางชัดเจนในเรื่องการทำงานเพื่อสังคม ทำให้ผู้คนมองภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านการงานเพื่อสังคมไม่ได้มุ่งเน้นทำกำไร จึงทำให้เกิดความเชื่อมั่นในราคาของสินค้าและบริการว่ามีความยุติธรรม และราคาไม่สูงจนเกินไป

2. จุดอ่อนของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน

2.1 จากการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมที่มุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

2.2 มาตรฐานในการผลิตสมุนไพรจะต้องได้รับมาตรฐาน IFOAM ที่ต้องใช้ระบบเกษตรอินทรีย์ในการปลูก ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง เนื่องจากผลผลิตที่ได้จะต่ำกว่าการเพาะปลูกที่ใช้ปุ๋ยเคมี

2.3 จากการที่มีนโยบายในการสร้างงานให้กับคนในพื้นที่ ดังนั้นขบวนการผลิตส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคนเป็นหลัก ทำให้กำลังการผลิตต่อวันมีไม่มากนัก

2.4 เนื่องจากต้องอาศัยวัตถุดิบจากภาคการเกษตรทำให้พบปัญหาการเพาะปลูกในบางฤดูเนื่องจากภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยในการเพาะปลูกสมุนไพร อาจทำให้ขาดแคลนวัตถุดิบซึ่งเป็นปัญหาที่ควบคุมได้ยาก

3. โอกาสของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร สภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร

3.1 เนื่องจากในปัจจุบันผู้ผลิตที่ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรและได้รับรองมาตรฐาน GMP มีน้อยรายในตลาด แต่ความต้องการสินค้าสมุนไพรสูง จึงเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิในการขยายตลาด

3.2 เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนมีความสนใจในการรักษาสุขภาพ ประกอบกับกระแสนิยมการอนุรักษ์ ภูมิปัญญาไทย ทำให้มีความต้องการสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติและจากสมุนไพรไทยในตลาดสูง จึงเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิในการขยายตลาด

3.3 เนื่องจากในปัจจุบันมีโรคเรื้อรังและโรคที่ไม่สามารถรักษาให้หายได้ด้วยยาแผนปัจจุบัน เช่น โรคสะเก็ดเงิน โรคเรื้อรัง เป็นต้น ทำให้ประชาชนหันมาใช้สมุนไพรมากขึ้น เนื่องจากพบว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีสรรพคุณสามารถรักษาได้ จึงเป็นโอกาสที่ดีของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิ

จากการสัมภาษณ์ วิชาญ เกิดวิชัย ให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

ในส่วนที่ยาแผนปัจจุบันรักษาไม่ได้ หรือรักษาได้ไม่ดีก็เอาเข้ามาใส่ในส่วนขาดตรงนี้ซึ่งเราก็พบหลายๆ โรคที่ทำกันอยู่ทั่วโลกอย่างเช่นตอนนี้เค้าทำกันเยอะเรื่องโรค Psoriasis ภาษาไทยก็เรียกว่าโรคผิวหนังที่เป็นโรคสะเก็ดเงินซึ่งแผนปัจจุบันรักษากันเป็นปี 2-3 ปีกว่าจะหายกว่าจะพัฒนามากกว่าดีขึ้น ก็มีการทดลองใช้สมุนไพรซึ่งอินเดียจะเป็นตัวตั้งตัวตีที่พบว่าหายเร็วขึ้น

4. อุปสรรคของมูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

4.1 ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของโลกอยู่ในช่วงถดถอยลงเนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจของ
ประเทศมหาอำนาจทั้งประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศในสหภาพยุโรป ทำให้ประชาชนมีความ
ระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอย จึงเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดของสินค้าของมูลนิธิ

4.2 มีการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป
จึงเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดของสินค้าของมูลนิธิ

ตารางที่ 2 วิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1.สินค้ามีคุณภาพดี ราคาถูก 2.ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้า 3.การใช้สมุนไพรที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ ปลอดภัยจากสารเคมี 4.บริการการนัดหมายเป็นที่ยอมรับของผู้มารับ บริการ 5.ประชาสัมพันธ์องค์กรโดยการเปิดโอกาสให้บุคคล ภายนอกเข้ามาชมโรงงาน 6.การเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาช่วยใน การกระจายสินค้าและบริการ	1.ต้นทุนในการผลิตสูงเนื่องจากเลือกใช้วัตถุดิบ คุณภาพดีแต่ต้องจำหน่ายในราคาถูกเพื่อส่งเสริม การใช้สมุนไพร 2.ในฤดูฝนพบปัญหาเรื่องภูมิอากาศไม่เอื้อ อำนวยในการเพาะปลูกสมุนไพร
โอกาส	อุปสรรค
1.ประชาชนมีความสนใจในการรักษาสุขภาพมากขึ้น 2.ประชาชนคาดหวังในการใช้สมุนไพรรักษาโรคที่ ไม่สามารถรักษาได้ด้วยยาแผนปัจจุบัน 3.ผู้ผลิตได้GMP มีน้อยรายแต่ความต้องการ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีคุณภาพสูง	1.ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของโลกอยู่ในช่วง ถดถอย 2.มีการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศ

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการสามารถผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การดำเนินกิจกรรม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในด้านส่วนประสมทางการตลาดสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. การสร้างบริการหรือผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิมีรูปแบบหลากหลายมากกว่า 110 ชนิด ได้แก่ ยา เครื่องสำอาง เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริม โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยา จำนวน 26 ชนิด ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจำนวน 62 ชนิด ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจำนวน 16 ชนิด และผลิตภัณฑ์เสริมจำนวน 6 ชนิด เพื่อรองรับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบัน โดยมีการแยกผลิตภัณฑ์ให้จำเพาะกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม สินค้าขายดีได้แก่ ยาแก้ไอมะขามป้อม มียอดจำหน่ายต่อเดือนสูงถึง 100,000 ขวด (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดแรกที่มีการนำมาใช้แทนยาจากต่างประเทศภายในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยมูลนิธิได้วางแผนในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทุกปี ปีละ 1-2 ชนิดเพื่อเป็นการสร้างความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ทุกตัวมีงานวิจัยรองรับ ประกอบกับการควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการเก็บตัวอย่างหลังการขาย เพื่อทดสอบความคงตัวของยา นอกจากนี้มูลนิธิยังได้รับการรับรองคุณภาพและรางวัลมากมาย เช่น GMP และ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ซึ่งเป็นมาตรฐานทัดเทียมกับ IFOAM ทำให้ตราสินค้าอภัยภูเบศรเป็นที่ยอมรับในคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ที่ต้องการดูแลในเรื่องของสุขภาพซึ่งอยู่ระหว่างระดับสังคมชั้นกลางและชั้นล่าง และใช้กลยุทธ์การสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคลในระยะแรกโดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรภายในโรงพยาบาลใช้สินค้าโดยมีการลดราคาสินค้า แล้วให้พนักงานเป็นสื่อบุคคลประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังมีการประชุมแจ้งให้ทราบในกรณีที่มีสินค้าชนิดใหม่ออกมา

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

เราก็มีการวางแผนเหมือนกันให้มีการเจริญเติบโตของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรนี่ก็เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรักษาผู้ร่วมกระบวนการของเราให้ยังมีอาชีพ ให้มีความก้าวหน้าเราก็ตั้งเป้าไว้ว่ายอดขายปีหนึ่งก็ประมาณ 10-20% เพื่อให้เดินหน้าไปเรื่อยๆ แล้วก็พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ปีละ 1-2 ชนิด ที่เป็นประโยชน์ก็มีทยอยออกมาเรื่อยๆ แต่เราต้องเน้นของที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนนะครับ (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

การตรวจสอบคุณภาพทุกกระบวนการอยู่แล้วครับ ตั้งแต่เรื่องของ การพิสูจน์ว่าสมุนไพรมันมีในตัวของมันมัย ตั้งแต่เรื่องของ การลงแปลง วิธีการ เรื่องของยาฆ่าแมลงต้องไปใช้

ไม่ควรใช้สารเคมีทำไถ เกษตรอินทรีย์ก็ลงไปส่งเสริมแล้วก็พอแพ็คก็เสร็จก่อนที่จะเข้ามาฝ่ายอินทรีย์เรา ก็คือฝ่ายคลังวัตถุดิบก็จะออกไปสั่งซื้อไปเค้าก็เอาส่งเข้ามาตรวจก่อน ตรวจเรื่องของยาฆ่าแมลง ตรวจเรื่องของสารสำคัญ (เกรียง กุทีระเจริญ 2554)

ในด้านการบริการ ได้แก่การวางแผนไทยมีการการนัดตัวแผนไทย นวดน้ำมัน นวดฝ่าเท้า นวดประคบสมุนไพร มีการใช้ตราสินค้าและใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในการนวดเป็นการรับประกันคุณภาพ ประกอบกับการจุดเด่นของการนวดที่ผสมผสานการนวดแบบเชลยศักดิ์ที่เน้นการดัด ดึง ยืด เพื่อคลายกล้ามเนื้อ กับการนวดแบบราชสำนักที่เน้นการนวดที่สุภาพ และมีแบบแผน นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดประจำปี 2547 เป็นการรับประกันคุณภาพ โดยผู้ให้บริการนวดทุกคนจะต้องผ่านการฝึกอบรมเป็นเวลา 430 ชั่วโมง จึงจะสามารถให้บริการได้ โดยมีการกำหนดราคาที่ไม่แพงมาก กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มในวัยทำงานและกลุ่มครอบครัว โดยในปัจจุบันมีการขยายสาขาโดยการร่วมทุนกับบริษัทเอกชน เพื่อเปิดบริการนวดไทยอภัยภูเบศรที่บริเวณตลาด บองมาร์เช่ กรุงเทพมหานคร โดยมีการใช้กลยุทธ์สื่อบุคคลประชาสัมพันธ์ให้คนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ทราบถึงคุณภาพของการบริการและมีการขยายกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยทำงาน

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

นอกจากสอนปริญญานการแพทย์แผนไทยแล้วก็มีสอนนวดไทยด้วย อันนี้ก็ทำมานานพอสมควรแล้วตั้งแต่ก่อนตั้งวิทยาลัย (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

บริการของเรามีจุดเด่นอยู่ที่การนวดที่ผสมผสานการนวดแบบเชลยศักดิ์ที่เน้นการดัด ดึง ยืด เพื่อคลายกล้ามเนื้อ กับการนวดแบบราชสำนักที่เน้นการนวดที่สุภาพและมีแบบแผน (เคย 2554)

2. การตั้งราคาสินค้าและบริการ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้กำหนดราคาตามสภาพเศรษฐกิจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เน้นของดีราคาถูก และนโยบายของมูลนิธิต้องการสนับสนุนให้คนไทยหันมาใช้สมุนไพรไทย ไม่ต้องการผลิตในเชิงธุรกิจจึงมีการตั้งราคาที่เหมาะสมและผู้บริโภคยอมรับได้ โดยสินค้าบางรายการมีการกำหนดราคาที่ต่ำกว่าทุนเช่น น้ำสมุนไพร เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาดื่มน้ำสมุนไพรแทนน้ำอัดลม ใช้กลยุทธ์การถัวเฉลี่ยราคาวัตถุดิบ บางครั้งวัตถุดิบมีราคาสูงแต่ราคาสินค้ายังคงเดิม เพื่อต้องการรักษาลูกค้าและเพื่อรักษาราคาสินค้าให้ถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีการคิดราคาสินค้าไว้ที่ตลาดของผลิตภัณฑ์ในแผนปฎิบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการป้องกันการขายสินค้าเกินราคา ในส่วนของอัตราค่าบริการเน้นที่ราคาเหมาะสมในบรรยากาศสปา โดยราคาอยู่ระหว่าง 200 – 250 บาท

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

เราไม่หาทำไรมากเกินไป ต้องพอเพียงต่อให้คนที่ร่วมขบวนการในกิจการของเรา
ในบริการหรือในการผลิตสินค้าของเราได้ตามสมควรเราก็พยายามบอกกับคนที่ร่วมขบวนการ
ก่อนว่าเราก็ทำให้อยู่ดีกินดีพอสมควรแต่อาจจะไม่ถึงร่ำรวย ไม่ใช่รวยล้นฟ้าเพราะถ้าอย่างนั้น
เราก็ต้องไปขายของแพงต้องเอาเปรียบผู้ซื้อก็อยู่กันอย่างตามสมควรเท่าที่รับเงินเดือนก็อาจจะ
มากกว่ารับราชการนิดหน่อยแต่เราถูกกว่าบริษัท อันนี้ก็ทำให้เราตั้งราคาสินค้าที่ไม่สูงเกินไปนักให้
คนใช้ไม่ต้องเสียเงินมาก (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

ผลิตภัณฑ์บางชนิดจำหน่ายในราคาต่ำกว่าทุน เช่น น้ำสมุนไพร เพื่อส่งเสริมให้
ผู้บริโภคทดลองและหันกลับมาดื่มน้ำสมุนไพรแทนน้ำอัดลม หรือน้ำผลไม้จากต่างประเทศ (เกรียง
ฤทธิ์เจริญ 2554)

3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ

ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าของมูลนิธิในปัจจุบันมีร้านค้าจำหน่ายเพียง 2 ร้านคือที่
ร้านภายในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าภายในจังหวัด
ปราจีนบุรีและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และ บริเวณชั้น 1 อาคารไทย
ซีซีทาวเวอร์ จังหวัดกรุงเทพ ส่วนในเขตจังหวัดอื่นๆ ทางมูลนิธิมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย
โดยจัดให้มีผู้ค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายในแต่ละภาค เพื่อทำหน้าที่กระจายผลิตภัณฑ์สู่ลูกค้ารายย่อย
ส่วนในเขตกรุงเทพซึ่งเป็นตลาดใหญ่มีผู้ค้าถึง 3 ราย โดยมีการแบ่งพื้นที่กันอย่างชัดเจน และมีการ
วางสินค้าตามห้างสรรพสินค้า เช่น โลตัส ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ 7-11 และ
โรงพยาบาลเอกชน เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลพญาไท เป็นต้น นอกจากนี้มูลนิธิมีการ
นำเสนอสินค้าตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น อเมริกา

มูลนิธิได้สนองนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการส่งออก โดยมีผู้สนใจนำผลิตภัณฑ์
อภัยภูเบศร ไปจำหน่ายต่างประเทศได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมนี อเมริกา แคนาดา ได้หวัน และ
สิงคโปร์ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างกระแสการนิยมสมุนไพรไทยให้แพร่หลาย และนำเงินตรา
ต่างประเทศเข้าประเทศ และมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์บางชนิดเพื่อรองรับการส่งออกเช่น
สบู่ เป็นต้น

ด้านการวางแผนไทย มูลนิธิได้มีสถานบริการอยู่ภายในโรงพยาบาลเพื่อรองรับ
ทั้งผู้ป่วยของโรงพยาบาลและรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และนักท่องเที่ยวทั่ว
สุภาพ และในปี 2548 มีการร่วมทุนกับบริษัทเอกชนในการขยายสาขามาเปิดที่กรุงเทพเพื่อ
ตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักมากขึ้น โดย
กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนในวัยทำงานและกลุ่มครอบครัว เช่นการร่วมทุนกับบริษัทเอกชน เพื่อเปิด

บริการนวดแผนไทยอภัยเบสรที่บริเวณตลาดบองมาร์เช่ กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้มีแผนจะเปิดสาขานวดไทยอภัยเบสรที่สนามบิณสูวรรณภูมิ

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นที่ว่า

ในปี 2548 เรามีการร่วมทุนกับบริษัทอมตะ เพื่อเปิดบริการนวดแผนไทยอภัยเบสรที่บริเวณตลาดบองมาร์เช่ กรุงเทพมหานคร และในอนาคตโดยมีแผนจะเปิดสาขานวดไทยอภัยเบสรที่สนามบิณสูวรรณภูมิ (สุภาพร ปิติพร 2554)

มูลนิธิจะมีคู่ค้าที่ทำหน้าที่กระจายสินค้าที่เป็นหลักทำสัญญากับเราอยู่ทุกภาคอย่างกรุงเทพฯ ก็จะมีคู่ค้าอยู่ 2-3 ราย (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554)

4. การส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

เนื่องจากดำเนินงานในรูปแบบมูลนิธิ ทำให้ไม่มีงบประมาณด้านโฆษณา ในปี 2529 เมื่อเริ่มนำสินค้าออกจัดจำหน่าย จึงให้สื่อบุคคลเป็นหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และมีการนำยาที่ได้จากสมุนไพรมาใช้กับผู้ป่วยในโรงพยาบาล โดยอยู่ในความดูแลของแพทย์ ใช้กลยุทธ์ปากต่อปาก รวมถึงวิธีการสาธิตให้ชาวบ้านได้รับความรู้ในสรรพคุณที่สามารถใช้แทนยาแผนปัจจุบันได้ ต่อมาใช้วิธีการแจกสินค้าให้ทดลอง การจัดกิจกรรมสาธิตและนิทรรศการต่างๆ โดยใช้บุคลากรของโรงพยาบาลเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้และข้อมูลอย่างเพียงพอ สร้างการรับรู้โดยเริ่มจากชุมชนในพื้นที่ก่อน

ส่วนบริเวณห้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใช้การส่งเสริมการขายโดยพนักงานขายจัดให้มีเภสัชกร ซึ่งเป็นผู้มีความรู้เรื่องยา รับผิดชอบการจำหน่ายในแต่ละวัน มีการออกร้านไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ โดยจะมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ในเรื่องสมุนไพรเป็นผู้ให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภค

นอกจากนี้มูลนิธิมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์รณรงค์มาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนทางการตลาด เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคคือการมุ่งเน้นให้ความรู้ในเรื่องสรรพคุณของสมุนไพรชนิดต่างๆ เพื่อเป็นการบอกกล่าวคุณภาพของสินค้าและบริการในทางอ้อม เช่นการแจกแผ่นพับให้ความรู้ด้านสรรพคุณสมุนไพร เป็นการเข้าถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์

กิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดอีกอย่างหนึ่งคือ เมื่อสมัครเป็นสมาชิกจะได้รับส่วนลด 10% เมื่อมียอดการซื้อ 2,000 บาทขึ้นไป เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย

มีการเผยแพร่ความรู้เรื่องสมุนไพร ตามสื่อต่างๆ เช่น วารสารอภัยเบสรสาส์นเว็บไซต์ของมูลนิธิ มีการผลิตหนังสือความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร มีการออกทางสื่อวิทยุเพื่อเป็นการให้ความรู้เรื่องสมุนไพรไทย ให้คนรู้จักใช้สมุนไพรอย่างถูกต้องเพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

จากการสัมภาษณ์ วิชาญ เกิดวิชัย ให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

เราก็เผยแพร่ความรู้ตามสื่อต่างๆ เช่นเรามีวารสารอภัยภูเบศรสารานของทุกเดือน เผยแพร่ไปยังประชาชน ทางสมาชิกที่สมัครเข้ามา มีการเปิดเว็บไซต์ของมูลนิธิให้คนเข้ามาแสวงหาความรู้ได้ มีการผลิตหนังสือความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรออกมาเป็นระยะๆ แล้วก็มีการออกทางสื่อตามวิทยุบ้าง ทางทีวีก็มีบ้าง อันนี้ก็เป็นทำให้ความรู้เรื่องสมุนไพรให้คนรู้จักใช้สมุนไพรอย่างถูกต้อง จะต้องมีความเชื่อมั่นเชื่อถือ แล้วก็เราได้ร่วมมือกับกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกแล้วก็ภาคีต่างๆ อีกหลายฝ่ายจัดให้มีงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ซึ่งเราก็ผลักดันมาตั้งแต่ต้น ก็ทำมาปีนี้ก็เป็นครั้งที่ 8 ที่อิมแพคเมืองทองธานี ก็จัดทุกปีมีการเผยแพร่ให้ประชาชนได้เข้ามาเรียนรู้เรื่องสมุนไพร เรื่องการแพทย์แผนไทย

เราก็เข้าใจว่าการทำให้คนยอมรับอย่างที่เราบอกยอมรับในสมุนไพรยอมรับการแพทย์แผนไทยเนี่ยนะหรือแม้แต่การแพทย์แผนปัจจุบันก็จำเป็นที่จะต้องให้ผู้ใช้บริการยอมรับเชื่อถือ ศรัทธา เพื่อให้กระบวนการให้บริการเป็นไปโดยราบรื่นไม่มีข้อขัดแย้ง แล้วก็ผู้รับบริการให้ความร่วมมือกับกระบวนการได้ดี เราก็จำเป็นต้องทำลักษณะเชิงเอาวิชาการตลาดมาใช้เนาะ คือทำให้คนรู้จักและทราบผลงานของเราทั้งในแง่ของกระบวนการที่เราใช้ว่าเป็นกระบวนการที่ดีแล้วก็ทั้งในเชิงผลลัพธ์ที่เราทำได้ผลดียังไงอันนี้เราก็มีกระบวนการที่จะสื่อสาร เผยแพร่ให้ผู้คนทราบแต่เราก็ไม่เชิงออกมาโฆษณาเนาะคือเราก็ให้ข้อมูลที่จริง

5. สภาพแวดล้อมภายนอกของร้าน

มีการจัดรูปแบบร้านค้าภายในโรงพยาบาลให้สวยงาม ทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เรียบร้อยพร้อมทั้งมีป้ายบอกสรรพคุณของสมุนไพรในแต่ละชนิด และมีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน ประกอบกับภายในบริเวณเดียวกับร้านมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมร้านค้าเป็นจำนวนมาก

ส่วนสถานนวดแผนไทยอภัยภูเบศร รูปแบบของสถานที่มีการจัดและตกแต่งในลักษณะคล้ายสปา พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย บ่งบอกถึงความเป็นไทยได้อย่างดีพร้อมกับการเปิดเพลงเบาๆ และมีกลิ่นสมุนไพรอ่อนๆ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้านและสะท้อนรสนิยมของลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการจัดเรียงรางวัลที่ทางมูลนิธิได้รับไว้ภายในร้านเพื่อเป็นการยืนยันถึงคุณภาพของสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

การเปิดพิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทยที่ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรให้ความรู้แก่ประชาชนรวมถึงคนที่มาศึกษาดูงาน โดยที่เอาเด็กเก่าอายุ 102 ปีแล้วขณะนี้ป็นตัวชูโรง แล้วก็ทำตึกให้สวยงามด้านในก็มีประวัติต่างๆ ซึ่งเราก็เน้นเรื่องความเป็นไทยแล้วก็มีเรื่องความรู้เรื่องสมุนไพร

แล้วก็มีเปิดสอนความรู้เรื่องสมุนไพรเป็นระยะๆ ไปที่พิพิธภัณฑ์ของเรานี้ก็เป็นอันที่หนึ่งเลย เผยแพร่ให้ประชาชนก็มีคนมาดูงานเยอะปีก็เป็นหมื่นนะ (วิชาญ เกิดวิชัย 2554)

เราพยายามเน้นความเป็นไทย ที่ร้านเราจะพยายามจุดเครื่องหอม คู่กับการเปิดเพลงเบาๆ เป็นการสร้างบรรยากาศภายในร้าน (เคย 2554)

6. บุคลากรผู้ทำหน้าที่ให้บริการ

มูลนิธิมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และมีการตรวจสอบภาพประจำปีตามมาตรฐาน GMP ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานและสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานตามความเหมาะสม ในส่วนของพนักงานเป็นผู้มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์และบริการอย่างแท้จริง โดยสามารถสังเกตได้จากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ และพบว่ามีการบอกต่อถึงคุณภาพการให้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นส่วนใหญ่

มีนโยบายในการสร้างงานสร้างอาชีพให้คนในพื้นที่ เช่นการสร้างโรงงานภายในพื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี การสร้างอาชีพเกษตรกรปลูกพืชสมุนไพรอินทรีย์ให้แก่ชาวบ้านกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง และจังหวัดอื่นๆ การสร้างงานให้แก่ตัวแทนขายสินค้า การฝึกอาชีพวางแผนไทยให้แก่ประชาชนทั่วไป

พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพแข็งแรง ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมทั้งจะให้บริการ โดยสามารถสังเกตได้จากลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำและมีการบอกต่อเพื่อแนะนำให้ผู้อื่นมาลองใช้บริการ โดยพนักงานผู้ให้บริการมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เพราะผ่านการอบรมมาจากโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรทุกคน

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

โครงการนี้เป็นจุดสำคัญที่ทำให้การพัฒนาสมุนไพรของโรงพยาบาลเชื่อมโยงกับชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังชุมชนในฐานะเป็นผู้ผลิตสมุนไพร ภายใต้แนวคิด ระบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อ ความปลอดภัยของทั้งเกษตรกร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการสร้างอาชีพ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรไป (สุภาพร ปิณฑร 2554)

สวัสดิการมีอยู่แล้ว สวัสดิการมูลนิธิก็ทำให้ทุกอย่าง สวัสดิการในเรื่องกองทุนสะสมเลี้ยงชีพ เรื่องของสวัสดิการอื่นๆ ก็มีทุกตัวนะครับ อย่างมีเรื่องของเจ็บป่วยมูลนิธิก็มีช่วยเหลือครั้งนึงถ้าต้องไปอยู่ห้องพิเศษ ค่ารักษาอะไรอย่างนี้มีช่วยเหลือเหมือนกับทั่วไป (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554)

หลักการที่เรามีกันคือปรัชญาของมูลนิธิมันคือการสร้างงานด้วยให้กับชุมชน เพราะฉะนั้นคนที่ทำงานพนักงานที่ทำงานในนี้ส่วนใหญ่เป็นคนปราจีน นครนายก จะเป็นคนที่ท้องถิ่นทั้งนั้น ซึ่งเราส่งเสริมการสร้างงานเพราะฉะนั้นเราจะพยายามไม่ลดคนถึงเหตุการณ์สร้างตึก

ใหม่ มีการพัฒนาเครื่องจักรเข้ามาเราก็ไม่ได้ลดคนคือไม่เอาคนเดิมออก เพิ่มคนด้วยซ้ำก็คือเราก็พยายามให้ขยายแตก line ออกไปอีกที่ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาแล้วก็เพิ่ม line การผลิตออกไปอีก เพราะฉะนั้นเราไม่ได้ลดคนเลย (เกรียง ฤทธิ์เจริญ 2554)

7. ด้านกระบวนการ

ในการให้บริการนวดแผนไทยมีความสะดวกไม่ต้องรอคิวนาน เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ และมีระบบการจองล่วงหน้าผ่านการใช้โทรศัพท์ ทำให้ไม่ต้องรอการรับบริการ ถือว่าเป็นระบบและกระบวนการที่ดี ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดความสับสนและง่ายต่อการปฏิบัติของพนักงาน มีการกำหนดแนวทางว่าพนักงานทุกคนต้องผ่านการอบรมหลักสูตรนวดแผนไทยที่จัดการเรียนการสอนโดยโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ทำให้ทุกคนสามารถให้บริการนวดแผนไทยได้ทุกชนิดภายในร้าน ส่วนในการผลิตสินค้ามีการจัดระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิตด้วยมาตรฐาน GMP และมีกระบวนการดูแลกระบวนการผลิตไม่ให้กระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น ของเสียจากโรงงานและดูแลความปลอดภัยของตัวโรงงาน

จากการสัมภาษณ์ วิชาญ เกิดวิชัย ให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกับประเด็นนี้ว่า

ในกระบวนการก็ต้องดูแลไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างเช่นของเสีย ความปลอดภัยของตัวโรงงานของอะไรต่างๆ เนี่ยต้องดูแล เมื่อกี้เราก็พูดถึงผลิตเหมือนต่างประเทศมาตรฐานไม่ปล่อยน้ำเสีย ฝุ่นละออง ขยะอันตรายออกมาสู่ชุมชน

ตารางที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด

กลยุทธ์ทางด้าน	รายละเอียด
ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลายมากกว่า 110 ชนิด จำเพาะกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ผลิตภัณฑ์มีการควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน มาตรฐาน GMP กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ที่ต้องการดูแลในเรื่องของสุขภาพ
บริการ	มีบริการ การนวดตัวแผนไทย นวดน้ำมัน นวดฝ่าเท้า นวดประคบสมุนไพร ใช้ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในการนวดเป็นการรับประกันคุณภาพ ผู้ให้บริการนวดทุกคนจะต้องผ่านการฝึกอบรมเป็นเวลา 430 ชั่วโมง กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มในวัยทำงานและกลุ่มครอบครัว
การตั้งราคา	สินค้าคุณภาพดี ราคาถูก คิดราคาสินค้าไว้ที่จลางเพื่อเป็นการป้องกันการขายสินค้าเกินราคา อัตราค่าบริการเน้นที่ราคาเหมาะสมในบรรยากาศสปา

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กลยุทธ์ทางด้าน	รายละเอียด
ช่องทางการให้บริการ	มีคู่ค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายในแต่ละภาค เพื่อทำหน้าที่กระจายผลิตภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมีคู่ค้าถึง 3 ราย โดยมีการแบ่งพื้นที่กันอย่างชัดเจน มีการวางสินค้าตามห้างสรรพสินค้า, ร้านสะดวกซื้อ นำเสนอสินค้าตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ร่วมทุนกับบริษัทเอกชนในการขยายสาขานวดแผนไทยที่กรุงเทพ
การส่งเสริมการจัดจำหน่าย	มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ช่องทางมาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนทางการตลาด เน้นให้ความรู้เรื่องสรรพคุณของสมุนไพรเพื่อบอกคุณภาพของสินค้า สมัครเป็นสมาชิกจะได้รับส่วนลด 10% เมื่อมียอดการซื้อ 2,000 บาทขึ้นไป มีการเผยแพร่ความรู้เรื่องสมุนไพร ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่น
สภาพแวดล้อมภายนอก	จัดรูปแบบร้านค้าภายในโรงพยาบาลให้สวยงาม จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เรียบร้อยพร้อมทั้งมีป้ายบอกสรรพคุณของสมุนไพร สถานนวดแผนไทย รูปแบบของสถานที่มีการจัดและตกแต่งในลักษณะคล้ายสปา มีกลิ่นสมุนไพรอ่อนๆ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน
บุคลากร	ให้สวัสดิการแก่พนักงานตามความเหมาะสม มีนโยบายในการสร้างงานสร้างอาชีพให้คนในพื้นที่ พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีสุขภาพแข็งแรง ยิ้มแย้มแจ่มใส
ด้านกระบวนการ	ด้านการบริการมีระบบการจองล่วงหน้า ทำให้ไม่ต้องรอการรับบริการ การผลิตสินค้ามีการจัดระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน กระบวนการดูแลกระบวนการผลิตไม่ให้กระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3. วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการสังคม

ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิฯ อาจเกิดอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงาน และเป็นสิ่งที่ท้าทายกับผู้ประกอบการสังคมที่จะต้องแก้ปัญหาให้สำเร็จลุล่วงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรนั้นๆ เนื่องจากการประกอบการสังคมนั้นเป็นการดำเนินธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรแต่เป็นกำไรและผลประโยชน์ทั้งหมดกลับคืนสู่สังคม จึงทำให้การแก้ปัญหานั้นซับซ้อนและทำได้ยากกว่าการดำเนินธุรกิจทั่วไป ที่ไม่ได้พิจารณาถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และมุ่งหวังเพียงผลตอบแทนด้านเดียว ดังนั้นการแก้ปัญหามาจากการประกอบการสังคมจะต้องอาศัยภาวะความเป็นผู้นำ ความเสียสละผลประโยชน์ส่วนตน และความมุ่งมั่นของบุคลากรทุกระดับ

ภายใต้ข้อจำกัดของเงินทุนและทรัพยากรขององค์กร สำหรับปัญหาในการประกอบการและแนวทางในการแก้ปัญหาของมูลนิธิเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

3.1 ปัญหาด้านวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสมุนไพร

เนื่องจากวัตถุดิบของสมุนไพรอภัยภูเบศร ใช้สมุนไพรที่ต้องปลูกโดยใช้ระบบเกษตรอินทรีย์เท่านั้น ดังนั้นมูลนิธิจึงพบปัญหาเรื่องวัตถุดิบไม่เพียงพอกับความต้องการ เนื่องจากการปลูกสมุนไพรในระบบเกษตรอินทรีย์มีความซับซ้อน ยุ่งยากในตอนเริ่มต้นคือ ต้องมีการปรับสภาพดินซึ่งจำเป็นต้องหยุดใช้สารเคมีทุกชนิดเป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี ในระหว่างนี้ เกษตรกรต้องมีการบำรุงดินโดยใช้ปุ๋ยธรรมชาติอย่างสม่ำเสมอ พอครบเวลาจึงจะสามารถเริ่มการปลูกสมุนไพรในระบบเกษตรอินทรีย์ได้ และในการเพาะปลูกเกษตรกรต้องมีการจดบันทึกเวลาที่เพาะปลูกอย่างละเอียด เนื่องจากสมุนไพรแต่ละชนิดมีระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวแตกต่างกัน เพื่อให้ได้ช่วงเวลาที่สมุนไพรมีสารสำคัญในปริมาณมาก ทางมูลนิธิแก้ปัญหาโดยการที่มูลนิธิมีการขยายการส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ต่างๆของประเทศให้มีการปลูกสมุนไพรในระบบเกษตรอินทรีย์กันมากขึ้น โดยมีแผนนโยบายส่งเสริมเป็นกลุ่มมากกว่าจะเป็นรายย่อยเพื่อให้สมาชิกภายในกลุ่มช่วยกันดูแลและยังจัดตั้งให้กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังเป็นกลุ่มปลูกพืชสมุนไพรแบบกลุ่มพี่เลี้ยง มีหน้าที่ในการให้คำแนะนำและฝึกอบรมกลุ่มสมุนไพรกลุ่มใหม่ในการเตรียมดิน เพาะปลูกสมุนไพรเบื้องต้น และการเตรียมสมุนไพรเป็นวัตถุดิบสำหรับส่งมูลนิธิฯ

3.2 ปัญหาด้านกำลังการผลิต

ในปัจจุบันกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ทางมูลนิธิได้แก้ปัญหาโดยการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในโรงงานมากขึ้นเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต แม้ว่ามูลนิธิได้นำเครื่องจักรเข้าเพื่อแก้ปัญหาปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ แต่ทางมูลนิธิไม่ได้ปรับลดจำนวนพนักงานหรือลดเวลาทำงานลงเพื่อลดต้นทุน แต่มูลนิธิแก้ปัญหาโดยการพยายามขยายการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้ยังคงต้องใช้แรงงานเท่าเดิม เพราะหนึ่งในปรัชญาของมูลนิธิคือการสร้างงานให้กับชุมชนซึ่งเป็นการดำเนินการในแนวทางของผู้ประกอบการสังคมอย่างแท้จริง โดยพนักงานที่ทำงานส่วนใหญ่เป็นชาวจังหวัดปราจีนบุรี นครนายก

3.3 ปัญหาการกระจายสินค้าไม่ถึงทุกจังหวัด

ในช่วงเริ่มต้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพียงรายเดียวเพื่อดูแลพื้นที่ทั้งประเทศและมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทำให้พบปัญหาในการกระจายสินค้าไม่ครอบคลุมตามทุกจังหวัด ทางมูลนิธิแก้ปัญหาโดยเปลี่ยนนโยบายในการกระจายสินค้าโดยให้มีตัวแทนกระจายสินค้าในแต่ละภาค และภายในกรุงเทพที่มีความต้องการสินค้าสูงก็มี

การเพิ่มตัวแทนเพื่อกระจายสินค้าถึง 3 ราย ทำให้สามารถกระจายสินค้าได้ทั่วถึงทั้งประเทศ และทางมูลนิธิมีนโยบายในการกระจายสินค้าเป็นหนึ่งในตำบลหนึ่งร้านซึ่งกำลังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

3.4 ปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

ในปัจจุบันเนื่องจากค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มขึ้น (โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน) และค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการขนส่ง เป็นต้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นอย่างมาก แต่เนื่องจากเป้าหมายหลักในการดำเนินกิจการของมูลนิธิต้องการส่งเสริมให้คนไทยหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรให้มากขึ้น ทำให้ทางมูลนิธิจึงไม่มีนโยบายที่จะขึ้นราคาสินค้าและบริการ โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาได้มีการปรับราคาผลิตภัณฑ์เพียงครั้งเดียว ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลประโยชน์ แต่มูลนิธิแก้ปัญหานี้โดยการขยายการผลิตให้ได้ปริมาณมากและเพิ่มยอดการจำหน่าย เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทางมูลนิธิเลือกใช้มากกว่าที่จะผลักภาระเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นให้กับผู้บริโภค

3.5 ความล่าช้าในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

มูลนิธิพบปัญหาในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละปี เนื่องมาจากความล่าช้าของระบบราชการในการขึ้นทะเบียนยา เนื่องจากขั้นตอนการขึ้นทะเบียนยาจะมีขั้นตอนในการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและไม่มีผลข้างเคียงจากการใช้ยา นอกจากนี้ความล่าช้าในการทำวิจัยเพื่อทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ทั้งที่ชาวบ้านทราบกันอยู่แล้วว่าสมุนไพรตัวนั้นมีสรรพคุณอย่างไร แต่มูลนิธิต้องดำเนินการตามนโยบายที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้รับสมุนไพรที่มีประโยชน์ตามหลักวิทยาศาสตร์ แม้ว่าจะทราบถึงสรรพคุณของสมุนไพรและสมุนไพรดังกล่าวออกฤทธิ์ในการรักษาจริง แต่มูลนิธิจะต้องทำการศึกษาความเป็นพิษของยาและระดับยาที่เหมาะสมที่จะใช้ในการรักษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นวิธีการแก้ปัญหาวินิจฉัยจะทำได้โดยการขอความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการขึ้นทะเบียนยาให้มีความรวดเร็วในการพิจารณาโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากภูมิปัญญาไทย เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทย และประกอบกับหาพันธมิตรใหม่ ๆ ที่เป็นสถาบันการศึกษาเพื่อช่วยทดสอบผลิตภัณฑ์สมุนไพร

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง “รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา มีกรอบแนวคิดมุ่งเน้นที่จะทำการศึกษการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคม รวมถึงการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการศึกษามาสรุปเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและผู้ประกอบการสังคมรายอื่น

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ เอกสาร บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมจากการเข้าร่วมกิจกรรม การเลือกชมสินค้า เลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ และวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และสมาชิกกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี

ผู้วิจัยใช้แนวคำถาม ที่พัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เกี่ยวกับการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยเจาะจงผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และได้ประสบเหตุการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษามากพอสมควร และอาศัยอยู่ในพื้นที่คือจังหวัดปราจีนบุรีและสัมภาษณ์ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีคุณลักษณะตรงกับขอบเขตของงานวิจัย ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ในองค์กรจำนวน 6 คน เป็นเพศชาย 3 คน และเพศหญิง 3 คน สมาชิกกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จำนวน 2 คน เป็นเพศชาย 1 คน และเพศหญิง 1 คน

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มาวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ แสดงให้เห็นว่า ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร ในทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคน เป็นความหมายที่ถกกัน

ออกมา จากประสบการณ์ของผู้ที่มีประสบการณ์ และได้ประสบเหตุการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษามากพอสมควรและอาศัยอยู่ในพื้นที่คือจังหวัดปราจีนบุรี

ผู้วิจัยขอเสนอข้อมูลจากผลการศึกษาทั้งหมดในหัวข้อสรุปผลการศึกษา และส่วนของการอภิปรายการวิจัย ตลอดจนข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้

1.1 การให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรตามที่คณะขององค์กรและชุมชน

การให้ความหมายการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายใต้บริบท และช่วงเวลาที่งานวิจัยนี้ศึกษาเท่านั้น ดังนั้นการนิยามในเรื่องต่างๆและการสร้างความหมายย่อมเกิดขึ้นเฉพาะชั่วขณะหนึ่ง การให้ความหมายอาจเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทและเวลาต่างกัน

จากการศึกษาการให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของบุคลากรมูลนิธิฯ และคนในชุมชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง สรุปได้ว่าความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร คือเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเป็นผลประโยชน์ที่กลับคืนสู่สังคม ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย ส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์ การรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการรักษาใหญ่

1.2 รูปแบบและกลยุทธ์ในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรตั้งอยู่ในบริเวณโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยเช่าพื้นที่ของโรงพยาบาลฯ มูลนิธิฯ ได้จดทะเบียนขึ้นเป็นมูลนิธิมีฐานะเป็นนิติบุคคล ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2545

รูปแบบลักษณะของการประกอบการสังคม มูลนิธิฯเป็นผู้ประกอบการสังคมที่ก่อตั้งโดยหน่วยงานราชการคือโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยหากแบ่งประเภทของผู้ประกอบการสังคมตามลักษณะของการประกอบธุรกิจ มูลนิธิฯจัดเป็นผู้ประกอบการทางสังคมแบบผสม คือเป็นการผสมผสานระหว่างการขายสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรต่างๆ เช่น ยา เครื่องสำอาง เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริม และการบริการ ได้แก่ การนวดแผนไทยชนิดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

รูปแบบการบริหารจัดการ มูลนิธิฯ มีการบริหารงานประกอบด้วย ประธานมูลนิธิ ซึ่งได้แก่ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยแบ่งภารกิจหลักของมูลนิธิเป็น 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายกิจกรรมโรงพยาบาล ฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทย และฝ่ายพัฒนาชุมชนและสังคม

รูปแบบการบริหารทรัพยากรบุคคล มูลนิธิฯ มีการพัฒนามูลนิธิอย่างต่อเนื่อง และมีการตรวจสอบภาพประจำปีซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน GMP ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานและสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานตามความเหมาะสมสวัสดิการในเรื่องกองทุนสะสมเลี้ยงชีพ ประกันสังคม และสวัสดิการอื่นๆ ในส่วนของค่าจ้างมูลนิธิก็ใช้อัตราตามมาตรฐานกรมแรงงาน

จากการวิเคราะห์วิสัยทัศน์และพันธกิจจากเอกสารต่างๆ และคำสัมภาษณ์บุคลากร พบว่า วิสัยทัศน์และพันธกิจของมูลนิธิฯ สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการสังคม โดยทำการพัฒนาความรู้ด้านสมุนไพรและเผยแพร่ความรู้ด้านสมุนไพรแก่บุคคลทั่วไป พัฒนาการใช้สมุนไพร พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรใหม่ๆ ที่มีคุณภาพและราคาถูก และการพัฒนาแพทย์แผนไทย

วัตถุประสงค์และนโยบายของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้แก่ การพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจชุมชน สนับสนุนงานของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร การดำเนินกิจกรรมของวิทยาลัยการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร พิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร ศูนย์การเรียนรู้การดูแลสุขภาพภาคประชาชนด้านการแพทย์ไทยอภัยภูเบศร ร้ายาไทยต้นแบบ โพรจีเจนท์อภัยภูเบศรไอสด ศูนย์เรียนรู้โรงงาน GMP ต้นแบบสมุนไพรอภัยภูเบศร ช่วยเหลือสวัสดิการเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และการรวบรวมภูมิปัญญา และองค์ความรู้เรื่องสมุนไพร

การดำเนินงานภายในมูลนิธิฯ มีการดำเนินงานในรูปแบบของมูลนิธิซึ่งใกล้เคียงกับการดำเนินงานของผู้ประกอบการเอกชน ทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานมากกว่าระบบราชการ และสามารถดำเนินการขึ้นทะเบียนยากับ อย. ซึ่งเป็นข้อจำกัดของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและหน่วยงานราชการที่ไม่สามารถกระทำได้ แม้ว่ามูลนิธิมีการประกอบการเพื่อให้เกิดรายได้ แต่ยังคงยึดถือการดำเนินงานเพื่อสังคมเป็นหลัก โดยนารายได้ดังกล่าวมาดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้มูลนิธิก่อให้เกิดการจ้างงานให้กับประชาชนในเขตพื้นที่ใกล้เคียงมากกว่า 150 คน การให้ความรู้เรื่องการปลูก และการเก็บเกี่ยวสมุนไพรไทยแบบเกษตรอินทรีย์ การนำสมุนไพรมาใช้ในการรักษาโรค การให้ความสำคัญในการใช้แรงงานคนเป็นหลักมากกว่าการใช้เครื่องจักรทดแทนเพื่อให้เกิดการจ้างงาน มีการดำเนินงานทั้งในรูปแบบผู้ประกอบการสังคม และมีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

รายได้ของมูลนิธิส่วนใหญ่ได้มาจาก การขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร การบริการทางการแพทย์แผนไทย และการนวดแผนไทย การอบรมทักษะการนวดแผนไทยชนิดต่างๆ โดยรายได้ในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่ากว่า 200 ล้านบาทและมีการตั้งเป้ารายได้ของปี พ.ศ. 2554 อยู่ที่ 260 ล้านบาท

มูลนิธิฯ ใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโตตามแนวนอนเพื่อเพิ่มยอดขายโดยมีการวางจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาลเอกชน บิมน้ำมัน และศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยต่างๆ มูลนิธิฯ มีการกระจายสินค้าโดยตัวแทนในแต่ละภาคและในส่วนของกรุงเทพมหานครมีตัวแทนถึง 3 ราย เพื่อให้การกระจายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

มูลนิธิฯ เลือกใช้ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง เป็นกลยุทธ์ระดับธุรกิจ เนื่องจากมูลนิธิที่มุ่งตลาดเป้าหมายกว้างซึ่งได้แก่ผู้ที่สนใจสุขภาพ โดยการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้แก่สมุนไพรที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ สร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในเรื่องคุณภาพการผลิต โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สะอาด ปลอดภัย และได้รับมาตรฐาน GMP ซึ่งทำให้เกิดความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ และใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายโดยใช้การประชาสัมพันธ์ช่องทางมากกว่าการโฆษณาผลิตภัณฑ์ โดยการเผยแพร่ความรู้เรื่องสมุนไพร ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงสรรพคุณของแต่ละสมุนไพรเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและชื่อเสียงที่ดีขององค์กร

การวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT analysis)

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การดำเนินกิจกรรม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่าปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร มีดังต่อไปนี้

1. จุดแข็งของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เหนือคู่แข่งรายอื่นในตลาด มีดังต่อไปนี้

- 1.1 สินค้ามีคุณภาพดี ราคาถูก
- 1.2 การใช้สมุนไพรที่ปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ ปราศจากสารเคมีปนเปื้อน
- 1.3 ขั้นตอนในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP เป็นการรับรองได้ว่าคุณภาพสินค้าและที่ดีเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- 1.4 บริการการนวดแผนไทยเป็นที่ยอมรับของผู้มารับบริการ ว่าหมอนวดแผนไทยมีความรู้ความสามารถประกอบการใช้สมุนไพรอภัยภูเบศร ทำให้ผู้รับบริการเชื่อมั่น
- 1.5 มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามคือตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อยู่ภายในบริเวณเดียวกันทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซื้อสินค้าและใช้บริการนวดแผนไทยได้เป็นอย่างดี
- 1.6 มีการเปิดโอกาสให้นักกลางนอกเข้ามาชมโรงงานผลิตสมุนไพรภายในมูลนิธิเปรียบเสมือนเครื่องมือทางการตลาดในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าชม และผู้บริโภค

1.7 การเปิดโอกาสให้ผู้คณาภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการกระจายสินค้าและบริการ

1.8 ภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านการงานเพื่อสังคมและไม่ได้มุ่งเน้นทำกำไร จึงทำให้เกิดความเชื่อมั่นในราคาของสินค้าและบริการว่ามีความยุติธรรม และราคาไม่สูงจนเกินไป

2. จุดอ่อนของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน

2.1 จากการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมที่มุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

2.2 มาตรฐานในการผลิตสมุนไพรจะต้องได้รับมาตรฐาน IFOAM ที่ต้องใช้ระบบเกษตรอินทรีย์ในการปลูกสมุนไพร ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

2.3 จากการที่มีนโยบายในการสร้างงานให้กับคนในพื้นที่ ทำให้กำลังการผลิตต่อวันไม่มากนัก

2.4 เนื่องจากต้องอาศัยวัตถุดิบจากภาคการเกษตรทำให้พบปัญหาการเพาะปลูกในบางฤดูเนื่องจากภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยในการเพาะปลูกสมุนไพรอาจ ทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ

3. โอกาสของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

3.1 เนื่องจากในปัจจุบันผู้ผลิตที่ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรและได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP มีน้อยรายในตลาดแต่ความต้องการสินค้าสมุนไพรมีสูง จึงเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิ

3.2 เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนมีความสนใจในการรักษาสุขภาพ ประกอบกับกระแสการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยทำให้มีความต้องการในตลาดสูง จึงเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิ

3.3 เนื่องจากในปัจจุบันมีโรคเรื้อรังและโรคที่ไม่สามารถรักษาได้ด้วยยาแผนปัจจุบันทำให้ประชาชนหันมาใช้สมุนไพรมากขึ้น เนื่องจากพบว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีสรรพคุณสามารถรักษาได้ จึงเป็นโอกาสที่ดีของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของมูลนิธิ

4. อุปสรรคของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

4.1 ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของโลกอยู่ในช่วงถดถอยลงเนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศมหาอำนาจ ทำให้ประชาชนมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอย จึงเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดของสินค้าของมูลนิธิฯ

4.2 มีการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศในกลุ่มยุโรป จึงเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดของสินค้าของมูลนิธิ

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การดำเนินกิจกรรม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในด้านส่วนผสมทางการตลาดสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. การสร้างบริการหรือผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลายมากกว่า 110 ชนิด ได้แก่ ยา เครื่องสำอาง เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริม เพื่อรองรับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบัน โดยมีการแยกผลิตภัณฑ์ให้จำเพาะกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์ทุกชนิดมีงานวิจัยรองรับ ประกอบกับการควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอนตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการเก็บตัวอย่างหลังการขาย เพื่อทดสอบความคงตัวของยา นอกจากนี้ยังได้รับการรับรองคุณภาพและรางวัลมากมาย เช่น GMP และ มกท. ซึ่งเป็นมาตรฐานทัดเทียมกับสมาคมเกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) ทำให้ตราสินค้าอภัยภูเบศรเป็นที่ยอมรับในคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ที่ต้องการดูแลในเรื่องของสุขภาพอยู่ระหว่างระดับสังคมชั้นกลางและชั้นล่าง

ในด้านการบริการ ได้แก่การวางแผนไทยมีการใช้ตราสินค้าและใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในการนวดเป็นการรับประกันคุณภาพ ประกอบกับการชูจุดเด่นของการนวดที่ผสมผสานการนวดแบบเชลยศักดิ์ที่เน้นการกด ดึง ยืด เพื่อคลายกล้ามเนื้อ กับการนวดแบบราชสำนักที่เน้นการนวดที่สุภาพและมีแบบแผน นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดประจำปี 2547 เป็นการประกันคุณภาพ โดยผู้ให้บริการนวดทุกคนจะต้องผ่านการฝึกอบรมเป็นเวลา 430 ชั่วโมง จึงจะสามารถให้บริการได้ สำหรับการกำหนดราคาค่าบริการ พบว่าค่าบริการไม่แพงมากทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับได้

2. การตั้งราคาสินค้าและบริการ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้กำหนดราคาตามสภาพเศรษฐกิจและให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นที่หลักการของจีราคาฎก เนื่องจากมูลนิธิฯไม่มีนโยบายในการดำเนินการผลิตในเชิงธุรกิจแต่ต้องการสนับสนุนให้คนไทยหันมาใช้สมุนไพรไทย จึงมีการตั้งราคาที่เหมาะสมที่ผู้บริโภคยอมรับได้ โดยสินค้าบางตัวมีการกำหนดราคาที่ต่ำกว่าทุนเช่น น้ำสมุนไพร เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาดื่มน้ำสมุนไพรแทนน้ำอัดลม ใช้กลยุทธ์การถ่วงดุลยราคาวัตรดุติบ บางครั้ง

วัตถุดิบมีราคาสูงแต่ราคาสินค้ายังคงเดิม เพื่อต้องการรักษากำไรและเพื่อรักษาราคาสินค้าให้ถูกกว่ายี่ห้ออื่น มีการคิดราคาสินค้าไว้ที่ผลกำไรของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการป้องกันการขายสินค้าเกินราคา ในส่วนของอัตราค่าบริการเน้นที่ราคาเหมาะสมในบรรยากาศสปา โดยราคาอยู่ระหว่าง 200 – 250 บาท

3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ

ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าของมูลนิธิในปัจจุบันมีร้านค้าจำหน่ายเพียง 2 ร้านคือที่ร้านภายในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี และ ชั้น 1 อาคารไทยชีชีทาวเวอร์ จังหวัดกรุงเทพ ส่วนในเขตจังหวัดอื่นๆ ทางมูลนิธิมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยจัดให้มีคู่ค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายในแต่ละภาค เพื่อทำหน้าที่กระจายผลิตภัณฑ์สู่คู่ค้ารายย่อย ส่วนในเขตกรุงเทพซึ่งเป็นตลาดใหญ่มีคู่ค้าถึง 3 ราย โดยมีการแบ่งพื้นที่กันอย่างชัดเจน และมีการวางสินค้าตามห้างสรรพสินค้า เช่น โลตัส ท็อปซูปเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ 7-11 เป็นต้น ด้านการนวดแผนไทย มูลนิธิได้มีสถานบริการอยู่ภายในโรงพยาบาลเพื่อรองรับทั้งผู้ป่วยของโรงพยาบาลและรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และนักท่องเที่ยวทั่วรัฐสุภาพ

4. การส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

เนื่องจากการดำเนินงานในรูปแบบมูลนิธิจึงไม่มีงบประมาณด้านโฆษณา ในปี 2529 เมื่อเริ่มนำสินค้าออกจัดจำหน่าย จึงใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและมีการนำยามาใช้กับผู้ป่วยในโรงพยาบาล โดยใช้กลยุทธ์ปากต่อปาก รวมถึงวิธีการสาธิตให้ชาวบ้านได้รับความรู้ในสรรพคุณ ต่อมาใช้วิธีการแจกสินค้าให้ทดลอง การจัดกิจกรรมและนิทรรศการต่างๆ

จะเห็นได้ว่ามูลนิธิใช้นโยบายประชาสัมพันธ์องค์การมาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนทางการตลาด เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคคือการมุ่งเน้นให้ความรู้ในเรื่องสรรพคุณของสมุนไพรชนิดต่างๆ เพื่อเป็นการบอกกล่าวคุณภาพของสินค้าและบริการในทางอ้อม เช่นการแจกแผ่นพับให้ความรู้ด้านสรรพคุณสมุนไพร เป็นการย้่าถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์

5. สภาพแวดล้อมภายนอกที่สังเกตได้

มีการจัดรูปแบบร้านค้าภายในโรงพยาบาลให้สวยงาม ทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เรียบร้อยพร้อมทั้งมีป้ายบอกสรรพคุณของสมุนไพรในแต่ละชนิด และมีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน ประกอบกับภายในบริเวณเดียวกับร้านมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมร้านค้าเป็นจำนวนมาก ส่วนสถานนวดแผนไทยอภัยภูเบศร รูปแบบของสถานที่มีการจัดและตกแต่งในลักษณะคล้ายสปา พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย บ่งบอกถึงความเป็นไทยได้อย่างดี พร้อมกับการเปิดเพลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน

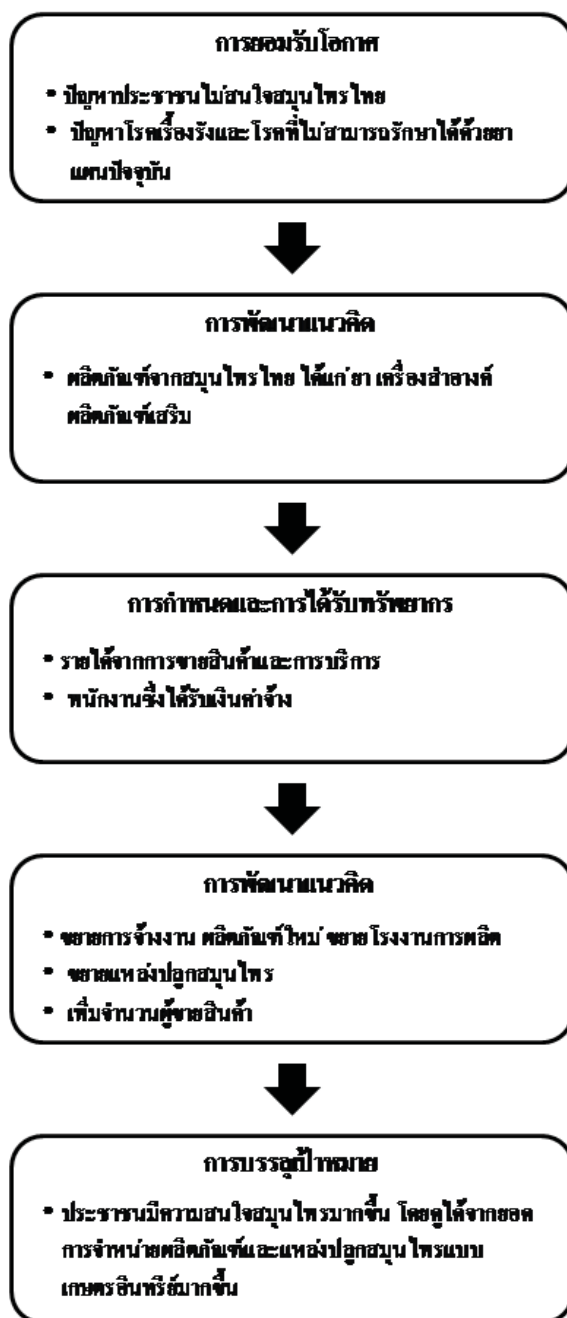
6. บุคลากรผู้ทำหน้าที่ให้บริการ

มูลนิธิมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และมีการตรวจสอบภาพประจำปีตามมาตรฐาน GMP ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานและสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานตามความเหมาะสม ในส่วนของพนักงานเป็นผู้มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์และบริการอย่างแท้จริง โดยสามารถสังเกตได้จากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ และพบว่ามี การบอกต่อถึงคุณภาพการให้บริการ

7. ด้านกระบวนการ

เวลาในการให้บริการรวดเร็วไม่มีการรอนาน เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ และมีระบบการจองล่วงหน้า ทำให้ไม่ต้องรอการรับบริการ ถือว่าเป็นกระบวนการที่ดี ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดความสับสนและง่ายต่อการปฏิบัติของพนักงาน มีการกำหนดแนวทางว่าพนักงานทุกคนต้องผ่านการอบรม ทำให้ทุกคนสามารถให้บริการการนวดแผนไทยได้ ทุกชนิดภายในร้าน ส่วนในการผลิตสินค้ามีการจัดระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต

จากการศึกษาการให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการ สังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร สามารถสรุปกระบวนการประกอบการสังคมนของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5 กระบวนการประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

2. อภิปรายผล

ความหมายของการประกอบการสังคมขององค์กรที่เกิดขึ้น เป็นความหมายที่เกิดขึ้นจากการให้ความหมายของบุคลากรในองค์กรและกลุ่มชาวบ้านผู้ได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร เป็นความหมายที่มีความจำเพาะในแต่ละองค์กร ดังนั้นหากทำการศึกษากการให้ความหมายในองค์กรอื่นๆ ความหมายที่เกิดขึ้นอาจมีการแตกต่างกันออกไป ตามปัจจัยของภายในแต่ละองค์กร เช่น หลักในการบริหารภายในองค์กร วัตถุประสงค์ขององค์กร วัฒนธรรมภายในองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกขององค์กรคือ ชุมชนที่เป็นเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร แม้ว่าจะเป็นองค์กรที่มีนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเหมือนกันก็ตาม ในกรณีที่มีรูปแบบในการประกอบการสังคมต่างออกไป ความหมายที่ได้จากการศึกษาก็อาจมีความแตกต่างกัน เช่น บริษัท OpenDream ที่ให้บริการให้คำปรึกษาในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ที่เก็บค่าใช้จ่ายต่ำแก่องค์กรพัฒนาขนาดเล็ก กับมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มุ่งเน้นในการส่งเสริมและพัฒนาการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ

จากการศึกษาการให้ความหมายของบุคลากรมูลนิธิฯพบว่าบุคลากรทุกท่านให้ความหมายไปในแนวทางเดียวกันคือมูลนิธิฯเป็นองค์กรที่ส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทย โดยมีการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย สามารถสร้างรายได้ให้แก่มูลนิธิฯ แต่รายได้ที่เกิดขึ้นมูลนิธิฯนำไปมอบให้แก่โรงพยาบาล และนำไปดำเนินกิจกรรมทางสังคม และสิ่งแวดล้อมทั้งหมด เป็นการประกอบธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะกลับคืนสู่สังคมทั้งหมดเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของดีส์ ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการสังคมคือ ผู้ปฏิรูปและปฏิวัติทางสังคม โดยกลุ่มคนเหล่านี้สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม มีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสังคมและปัญหาการใช้ทรัพยากร โดยผู้ประกอบการสังคมนั้นสร้างคุณค่าต่อสาธารณะ ผลักดันให้เกิดโอกาสใหม่ๆ (Dees 1998)

มูลนิธิฯมุ่งหวังในการส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทย โดยทำการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ทำให้เกิดการจ้างงาน และมูลนิธิฯต้องการให้ประชาชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับให้ความหมายของแมคมิลแลนที่กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการสังคมเป็นผู้ที่ทำให้ได้มาซึ่งการดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่การเพิ่มสวัสดิภาพของสังคม ดังนั้นจึงเกิดประโยชน์ต่อทั้งธุรกิจและสังคม ประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้แก่การจ้างงาน การเพิ่มผลผลิต เพิ่มการแข่งขันของประเทศ และการเพิ่มคุณภาพชีวิต (MacMillan 2003)

จากการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของมูลนิธิฯพบว่ามูลนิธิฯใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายโดยใช้การประชาสัมพันธ์ช่องทางมากกว่าการโฆษณาผลิตภัณฑ์ โดยการเผยแพร่ความรู้เรื่องสมุนไพร ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงสรรพคุณของแต่ละสมุนไพรซึ่งเป็น

ข้อเท็จจริงและมิตงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์รองรับ เช่น วารสารอภีญเบศรสาส์น การแจกแผ่นพับให้ความรู้ด้านสรรพคุณสมุนไพร เว็บไซต์ของมูลนิธิ มีการผลิตหนังสือความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร มีการออกทางสื่อวิทยุเพื่อเป็นการให้ความรู้เรื่องสมุนไพรไทย ให้คนรู้จักใช้สมุนไพรอย่างถูกต้อง เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและชื่อเสียงที่ดีขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิวตัน ว่าการประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และคุณค่าต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม (Newsom et. al., อ้างถึงใน ไพโรจน์ วิไลนุช 2554)

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมทำให้ผู้วิจัยพบว่าสิ่งสำคัญที่ทำให้มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นผู้ประกอบการสังคมมายาวนานกว่า 20 ปี ก็คือบุคลากรของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เนื่องจากบุคลากรในทุกระดับชั้น ทุกสาขางาน ให้ความหมายมูลนิธิฯ ไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด คือ เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสังคม และบุคลากรทุกท่านมีความรักในองค์กร เสียสละผลประโยชน์ส่วนตน และเข้าใจถึงนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กร ที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เกิดเป็นแรงผลักดันองค์กรในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นไปตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการสังคม (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ 2553 : 76-78)

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

3.1.1 จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรบ้านดงบังพบว่า ในช่วงเริ่มต้นโครงการการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์ มีเกษตรกรสนใจและเข้าร่วมโครงการของมูลนิธิฯ มากกว่า 35 ครอบครัว (70 คน) แต่เนื่องจากการปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์จำเป็นต้องมีการกำจัดสารเคมีตกค้างในดินที่อาจเกิดจากการใช้ปุ๋ยเคมีและยาปราบศัตรูพืช โดยเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจะต้องทำการปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อให้พืชเหล่านี้ดูดซับสารเคมีตกค้าง และต้องเลิกใช้ปุ๋ยเคมีและยาปราบศัตรูพืชอย่างสิ้นเชิง โดยสามารถใช้ปุ๋ยอินทรีย์ได้เท่านั้น เป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี พบว่าเมื่อผ่านช่วงเวลา 2 ปีแรก มีเกษตรกรร่วมโครงการเหลือเพียง 13 ครอบครัว (20 คน) เท่านั้น เนื่องจากในช่วง 2 ปีแรก เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจะขาดรายได้เป็นจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับ การปลูกพืชไม้ดอกไม้ผลด้วยปุ๋ยเคมีเพื่อจำหน่าย ซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชนหมู่บ้านดงบัง ทำให้รายได้ของครอบครัวไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย จึงทำให้เกษตรกรออกจากโครงการเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 60 และกลับไปปลูกพืชไม้ดอกไม้ประดับและใช้สารเคมีเหมือนเดิม การแก้ปัญหา

เบื้องต้นของมูลนิธิก็คือการขยายพื้นที่ส่งเสริมการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ให้มากขึ้น แต่ก็ยังติดข้อจำกัด 2 ปีแรก ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางการแก้ปัญหา 2 แนวทางดังต่อไปนี้

1. การวิจัยและพัฒนาการฟื้นฟูสภาพสิ่งแวดล้อมด้วยพืชเพื่อย่นระยะเวลาในการเตรียมดินเพื่อปลูกพืชสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์

ในปัจจุบันการวิจัยทางด้านการฟื้นฟูสภาพสิ่งแวดล้อมด้วยพืช (Phytoremediation) นั้นมีการวิจัยกันอย่างแพร่หลายและเกิดองค์ความรู้ต่างๆเป็นจำนวนมาก โดยพบว่าพืชบางชนิดจะมีความสามารถในการดูดสารพิษหรือสารเคมีได้ดี เช่น ผักตบชวา ถั่วปากอ้า จอก แหน เป็นต้น พืชเหล่านี้จะมีความสามารถในการดูดสารพิษและสารเคมีได้ดีกว่าพืชทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าหากนำพืชเหล่านี้มาปลูกเพื่อดูดซับสารพิษและสารเคมีอาจจะช่วยย่นระยะเวลาในการเตรียมดินให้เร็วขึ้นกว่าเดิม

2. จัดหางานหรือรายได้ให้แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในช่วง 2 ปีแรก

มูลนิธิอาจหาวิธีในการช่วยเหลือเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการในช่วง 2 ปีแรกโดย

2.1 มูลนิธิฯ อาจจัดหาพื้นที่ที่เตรียมดินไว้เป็นที่เรียบร้อย และให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการซึ่งยังอยู่ในช่วงเตรียมดิน 2 ปีแรก เข้าใช้พื้นที่เพื่อปลูกสมุนไพร เพื่อไม่ให้ขาดรายได้ในช่วง 2 ปีแรก และเป็นการแนะนำวิธีการปลูกเกษตรอินทรีย์

2.2 มูลนิธิฯ อาจจัดหาพื้นที่ปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์ สำหรับผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ แต่ไม่มีพื้นที่เป็นของตนเอง ซึ่งทำให้ข้อจำกัดของผู้ที่ไม่มีที่ดินสามารถเข้าร่วมโครงการได้ โดยให้การจ้างผู้สนใจปลูกสมุนไพร

3.1.2 ด้านกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขายที่องค์กรเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ช่องทางหลัก ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (ที่ผ่านมามูลนิธิทำการประชาสัมพันธ์ก็ต่อเมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่) นอกจากนี้มูลนิธิควรใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีสื่อหลายชนิดที่สามารถประชาสัมพันธ์ได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายหรือค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก เช่น อินเทอร์เน็ต สังกมออนไลน์ เป็นต้น

3.1.3 ในปัจจุบันมูลนิธิประสบปัญหาในการกระจายสินค้าไปต่างประเทศเนื่องจากถูกกีดกันทางการค้าโดยนำมาตรฐานมาเป็นตัวกีดกัน ดังนั้นมูลนิธิจึงควรที่จะพัฒนาการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามมาตรฐานของประเทศนั้นๆ

3.1.4 เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้แพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มูลนิธิควรจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์และฉลากผลิตภัณฑ์เป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้

ชาวต่างชาติเข้าใจและหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิ และเป็นการรองรับการเปิดสาขาใหม่ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

3.1.5 ด้านการบริการนวดแผนไทย ในปัจจุบันพบว่าสถานนวดแผนไทยอภัยภูเบศรมีเพียง 2 แห่งซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ ควรมีการขยายสาขาให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า สนามบิน โรงแรม เป็นต้น

3.1.6 ในปัจจุบันมูลนิธิได้นำผลิตภัณฑ์สมุนไพรบางชนิดทดแทนยาจากต่างประเทศ เช่น ยาแก้ไอ แต่เป็นการใช้เฉพาะในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเท่านั้น ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยและการลดการขาดดุลทางการค้า มูลนิธิฯ ควรที่จะส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทดแทนยาจากต่างประเทศในทุกโรงพยาบาลทั่วประเทศ ซึ่งจะเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

3.1.7 มูลนิธิควรจัดให้มีการประชุมทางวิชาการเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และการนำไปประยุกต์ใช้ในการรักษาผู้ป่วย แก่บุคลากรทางการแพทย์ของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อรองรับการนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาใช้ทดแทนยาจากต่างประเทศ

3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยให้ความสำคัญกับมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบังเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในข้อนี้ว่าควรมีการศึกษาการให้ความหมายโดยเน้นไปที่ชุมชนเป้าหมายในพื้นที่อื่นๆ ที่มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้เข้าไปส่งเสริมการปลูกสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์ เช่น กาญจนบุรี เชียงใหม่ เป็นต้น เพื่อให้ได้มุมมองหลายๆด้าน

3.2.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสังคมที่ดำเนินกิจกรรมด้านสมุนไพร การแพทย์ และสุขภาพ ดังนั้นอนาคตควรทำการศึกษาการประกอบการสังคมอื่นๆที่ดำเนินกิจกรรมแตกต่างออกไป เช่น บริษัท OpenDream จำกัด โรงเรียนรุ่งอรุณ เป็นต้น เพื่อให้ได้มุมมองที่แตกต่างออกไป

3.2.3 ควรศึกษาการประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยใช้วิธีวิทยาของการศึกษาเชิงคุณภาพด้วย วิธีวิทยานวนการ เพื่อสร้างแนวคิดเรื่อง การประกอบการสังคมในบริบทสังคมไทย และเป็นการสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากข้อมูลโดยตรง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เกรียง ฤทธิ์เจริญ. ผู้จัดการส่วนพัฒนาโรงงาน มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 19 สิงหาคม 2554.

โกศล ดีศีลธรรม. องค์กรทำดีเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร : MRG 360O, 2554.

คณะวิจัยโครงการกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร. SE 50 : กิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร. กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพธุรกิจ Bizbook, 2553.

ชาย โพธิ์สีดา. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นติ้ง, 2552.

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2552.

เคย. เจ้าหน้าที่นวดแผนไทย มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 28 สิงหาคม 2554.

ทัศนีย์ สุทธิโสกราอาภรณ์. "การนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มาใช้ในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ." FEU Academic Review 4, 1 (มิถุนายน - พฤศจิกายน 2553) : 15 - 21.

ทิพาพร คุณศรี. ประชาชนกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี. สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2554.

ปริญญา เดชสุภา. "คุณภาพการให้บริการของสถานนวดแผนไทยอภัยภูเบศร โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2553.

พจิ มณีรัตน์. "กระบวนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชานิตศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

พรทิพย์ ไชกรุ่ง. เจ้าหน้าที่แผนกประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 19 สิงหาคม 2554.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). การพัฒนาที่ยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2551.

พัคตร์พอง วัฒนสินธุ์. "การวางแผนเชิงกลยุทธ์." เอกสารประกอบการสอน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.(อัคราณา)

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. นนทบุรี : ชิงค์ ปิยอนด์ บุ๊คส์, 2553.

- ไพฑูรย์ ตั้งยี่น. "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี." การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.
- ไพโรจน์ วิไลนุช. "การประชาสัมพันธ์องค์กร." เอกสารประกอบการสอนวิชาความรับผิดชอบต่อสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554. (อัคราณา)
- ภิญโญ จันทะวงศ์. เจ้าหน้าที่เกษตรอินทรีย์ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2554.
- มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สมุนไพรอภัยภูเบศร [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.abhaiherb.com/index.php/th/2010-08-24-22-45-54>
- รัตนาวดี สิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- แรมใจ พันธุ์เพ็ง. "รูปแบบ กลยุทธ์และแนวทางในที่ใช้พื้นที่สื่อหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เพื่อนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย." การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2552.
- ฤทัยวรรณ แสนสุข. แพทย์แผนไทย โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 19 สิงหาคม 2554.
- วสันต์ พลัวพันธ์. "การศึกษาวิจัยกำลังใจพนักงานระดับปฏิบัติการกรณีศึกษา : มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร." วิทยานิพนธ์ปริญญาอุตสาหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2550.
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2552.
- วิชาญ เกิดวิชัย. ประธานมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2554.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2544.
- สถาบัน ChangeFusion. รายงานวิจัย เรื่อง โครงการสร้างเสริมองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากศูนย์คุณธรรม ปีงบประมาณ 2552. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สถาบัน ChangeFusion, 2553.
- สถาบันไทยพัฒน์. ซีเอสอาร์[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 30 พฤษภาคม 2554. เข้าถึงได้จาก http://www.thaicr.blogspot.com/2008/01/blog-post_6965.html
- สมยศ นาวิการ. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า, 2538.

- สมัย คุณสุข. ที่ปรึกษากลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี. สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2554.
- สฤณี อาชวานันทกุล. ทุนนิยมที่มีหัวใจ. กรุงเทพมหานคร: Openbook, 2552.
- สากล จริยวิทยานนท์. "การประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) : หลักการและแนวคิดเพื่อพัฒนาสังคม." พัฒนาสังคม 12, 1 (มิถุนายน 2553) : 45 - 68.
- สุดารัตน์ คำอาจ. "Baldrige Green วิธีผู้องค์กรที่ยั่งยืน." Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต 15, 84 (มกราคม - กุมภาพันธ์ 2553) : 34 - 37.
- สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. "CSR:มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ." วารสารสื่อพลัง 15, 1 (มกราคม - มีนาคม 2550) : 2 - 8.
- สุภาภรณ์ ปิณฑิร. ผู้แทนกรรมการบริหารฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทย มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. สัมภาษณ์, 3 กรกฎาคม 2554.
- สุภาภรณ์ ปิณฑิร, บรรณาธิการ. เด็กเจ้าพระยาอภัยภูเบศร สถานปณิธานวิญญานไท. กรุงเทพมหานคร: สถานที่พิมพ์, 2544.
- สุลักษณ์ บุญปาน. "ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ ความจริงที่ต้องตระหนัก" ใน CSR : พลังบริหารยุคใหม่, 7-17. กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ, บรรณาธิการ. กรุงเทพมหานคร : มติชน, 2550.
- เสนาะ ดิยาว. การบริหารกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- อชิรญา โฮฮก. "การใช้สื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรของสำนักบริการสารสนเทศภาครัฐ." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์สารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2551.
- อดุลย์ จาตุรงค์. การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

ภาษาต่างประเทศ

- Bornstein, D. How to change the World : Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford : University Press, 2004.
- Bornstein, D and S. David. Social Entrepreneurship : What everyone needs to know. New York : Oxford University Press Inc., 2010.
- Boschee, J. and J. McClurg. Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions. Minnesota MN : Institute for SE, 2005.
- Boschee, J. What does it take to be a social entrepreneur? [Online]. Accessed June 2005. Available from <http://www.Socialentrepreneur.org/whatdoes.html>
- Brooks, A.C. Social entrepreneurship: A modern approach to social venture creation. New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2009.
- Cutlip et al. Effective public relations. 9 th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall, 2006.
- Dart, R. "The legitimacy of social enterprise." Nonprofit Management & Leadership 14 , 4 (2004) : 411-424.
- Dees, G. The Meaning of 'Social Entrepreneurship'. Kansas City : Kauffman Foundation, 1998.
- Glueck, WF. and LR. Jauch. Business Policy and Strategic Management. 4th ed. New York : McGraw-Hill, 1984.
- Johnson, S. "Literature review on social entrepreneurship." University of Alberta, Canadian Center for Social Entrepreneurship. June 2005. (Mimeographed)
- MacMillanange, I. "SE : Playing the role of change agent in society." Knowledge @Wharton 8,6 (May 2003) : 579-585.
- Mair, J and Marti I. "Social Entrepreneurship: What Are We Talking About? A Framework For Future Research." IESE Business School, University of Navarra 546 (March 2004) : 36-44..
- Martin, RL. and S. Osberg. "Social Entrepreneurship: The Case for Definition." Stanford Social Innovation Review 1 (2007) : 29 - 39.
- Newsom et al. This is PR: the reslities of Public Relations. 7 th ed. London : Thomson Learning, 2000.

Thomsom, J., G. Alvy, and A. Lee. "Social entrepreneurship: A New Look at the People and the Potential." Management Decision 35, 5 (2000) : 328-338.

United Nations General Assembly. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future[Online]. Accessed 27 May 2011. Available from <http://habitat.igc.org/open-gates/a42-427.htm>

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Meeting Changing Expectations Corporate Social Responsibility[Online]. Accessed 27 May 2011. Available from <http://www.wbcsd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แนวคำถามสัมภาษณ์

แนวคำถามสัมภาษณ์ (เจ้าหน้าที่มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร)

ส่วนที่ 1

1. ชื่อ นามสกุล และรายละเอียดผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. หน่วยงานและตำแหน่ง

ส่วนที่ 2

1. ประวัติความเป็นมา โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

1.1 การดำเนินงานด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคมของโรงพยาบาลมีประวัติความเป็นมาอย่างไร

1.2 การเริ่มต้นโครงการสมุนไพรมีวิธีการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด และสื่อสารให้เป็นที่รู้จักของชุมชนอย่างไร

2. การให้ความหมายและกิจกรรมในการเป็นผู้ประกอบการสังคม

2.1 โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีการดำเนินงานอย่างไรในรูปแบบของผู้ประกอบการสังคม

2.2 ท่านให้ความหมายในการเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรอย่างไร

2.3 มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีกิจกรรมอะไรบ้างในด้านการเป็นผู้ประกอบการสังคม

2.4 ท่านคิดว่าผู้ประกอบการสังคมควรมีคุณลักษณะเด่นใดบ้าง เช่น ความคิดสร้างสรรค์ ยืนหยัด มุ่งมั่น ผู้นำ ตั้งใจจริง ไม่ย่อท้อ เสียสละ เชี่ยวชาญ ยินดีที่ทำดี

2.5 มีการส่งเสริมให้ปลูกพืชสมุนไพรหรือไม่ ถ้ามีการดำเนินการอย่างไร รายได้จากการขายสินค้าและบริการทางมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีการบริหารจัดการอย่างไร

2.6 มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีแผนการพัฒนาในอนาคตอย่างไร

2.7 มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการสังคมรายอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร

3. วิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสังคม

3.1 รูปแบบ ประเภทของสินค้าและบริการ ของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3.1.1 มีสินค้ากี่ประเภท แต่ละประเภทมีกี่ชนิด อะไรบ้าง ใครเป็นผู้คิดค้นสินค้าใหม่ๆ

3.1.2 การบริการมีกี่ประเภท มีอะไรบ้าง และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีกี่คน เพียงพอหรือไม่

3.1.3 แหล่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้มาจากไหน มีการจัดการในส่วนของวัตถุดิบอย่างไร

3.1.4 ในส่วนโรงงานมีการบริหารจัดการอย่างไร ตั้งอยู่ที่ไหน

3.2 กลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3.2.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

3.2.2 วัตถุประสงค์

3.2.3 นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

3.2.4 ใครเป็นคนกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

3.2.5 มีการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดอย่างไร (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส

อุปสรรค)

3.2.6 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าหลักคือใคร ทั้งสินค้าและบริการ

3.2.7 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ มีคู่แข่งบ้างไหม มีการชูจุดเด่นผลิตภัณฑ์ที่เหนือคู่แข่งด้านใดบ้าง

3.2.8 กลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด

3.2.8.1 ผลิตภัณฑ์

1. รายได้หลักขององค์กรมาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใด ผลิตภัณฑ์ใดสร้างผลกำไรมากที่สุด

2. บริการใดคนนิยมมากที่สุด ท่านมีวิธีการสื่อสารให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทราบ “จุดแข็ง” ของตราสินค้าอย่างไรบ้าง

3. ท่านมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่าจะผลิตอะไรบ้าง ปริมาณเท่าไร

4. ท่านมีวิธีการควบคุมและพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างไร

3.2.8.2 ราคา

1. ขอบข่ายหลักเกณฑ์การตั้งราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2. ราคาที่จำหน่ายในปัจจุบัน ท่านคิดว่าเหมาะสมเพียงใด

3. ขอดจำหน่ายโดยประมาณต่อปี (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ – ปัจจุบัน)

4. ผลการตอบสนองของลูกค้าต่อราคาเป็นอย่างไร และมีการปรับเปลี่ยนราคาหรือไม่ มีเกณฑ์การปรับเปลี่ยนอย่างไร

3.2.8.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ท่านวางแผนการจัดจำหน่ายอย่างไร
2. มีการวางสินค้าที่ใดบ้างและมีหลักเกณฑ์ในการเลือกผู้แทนจำหน่ายอย่างไร
3. รูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดสินค้า บรรจุภัณฑ์ มีลักษณะอย่างไร
4. ท่านมีวิธีการสื่อสารอย่างไร เพื่อให้ทุกแผนกยอมรับในวิธีการจัดจำหน่าย
5. มีสาขาอื่นหรือไม่ ถ้ามี มีการบริหารจัดการและสามารถกระจายสินค้าให้ทั่วถึงอย่างไร
6. อุปสรรคในช่องทางการจัดจำหน่ายมีหรือไม่ แก้ไขอย่างไร

3.2.8.4 การส่งเสริมการตลาด

1. ผลិតภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร์ มีการนำเสนอทางสื่อมวลชนหรือไม่ (ถ้ามี) สื่อใดบ้าง
2. ท่านมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือไม่ (เสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา) อย่างไร
3. (ถ้าไม่มีการโฆษณา) เพราะเหตุใด สื่อมวลชนจึงมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อภัยภูเบศร์
4. ท่านมีการติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนอย่างไร จึงมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง
5. ท่านมีกิจกรรมส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม หรือไม่ และผลเป็นอย่างไร

3.2.8.5 บุคลากรผู้ให้บริการ

1. มีพนักงานกี่คน แผนกอะไรบ้าง
2. การคัดเลือกพนักงาน พนักงานส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่หรือไม่
3. มีการอบรมพนักงานอย่างไร
4. มีสวัสดิการอย่างไร

3.2.8.6 ด้านการนำเสนอทางกายภาพ

1. การตกแต่งสถานที่ใครเป็นคนดูแล

2. ในส่วนของพิพิธพันธ์ มีส่วนส่งเสริมการขายสินค้าและบริการหรือไม่

3.2.8.7 ด้านกระบวนการให้บริการ

1. มุลนิธิมีการบริการมีกี่ประเภท
2. มีการจัดการการบริการลูกค้าอย่างไร
3. มีการจัดพนักงานบริการในวันธรรมดาที่คน วันหยุดนักขัตฤกษ์ที่คน
4. เคยมีการรอคิวการรับบริการหรือไม่ ถ้ามีลูกค้ารอคิวทำอย่างไร
5. ท่านคิดว่าเวลาในการให้บริการเหมาะสมกับราคาหรือไม่

3.2.9 ผลตอบรับของชุมชนรอบข้างในการเป็นผู้ประกอบการสังคมขององค์กร

3.2.9.1 ชุมชนรอบๆองค์กรมีการจ้างงานเพิ่มจากการประกอบการหรือไม่

3.2.9.2 ส่วนใหญ่ชุมชนบริเวณรอบๆ ประกอบอาชีพอะไร

3.2.9.3 มีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนรอบ ๆ หรือไม่ อย่างไร

4. วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและแนวทางในการแก้ไขปัญหา

4.1 ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

4.2 แนวทางในการแก้ไขปัญหาการประกอบการสังคมของมูลนิธิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

แนวคำถามสัมภาษณ์
(ชาวบ้าง ดงบัง ผู้นำหมู่บ้าน)

ส่วนที่ 1

1. ชื่อ นามสกุล และรายละเอียดผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. หน่วยงานและตำแหน่ง

ส่วนที่ 2

กิจกรรมที่มูลนิธิทำในตอนเริ่มต้น

1. ท่านรู้จักมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรหรือไม่
2. สภาพชุมชนเป็นอย่างไรก่อนที่จะมีมูลนิธิท่านทำอาชีพอะไรคะ(ก่อนและหลังก่อตั้งมูลนิธิคุณภาพชีวิต รายได้ดีขึ้นไหม) ทำสวน ทำนา

3. มูลนิธิเข้ามาทำอะไรบ้างในหมู่บ้าน ช่วยเล่าให้ฟังว่าจุดเริ่มต้นเป็นอย่างไร
4. อยากทราบว่าใครเป็นคนเข้ามาเรียนรู้สมุนไพรกับชาวบ้าน
5. หลังจากมีมูลนิธิเข้ามาในชุมชนท่านยังทำอาชีพเดิมอยู่หรือไม่ มีการทำอาชีพเสริมบ้างหรือไม่

6. การปลูกพืชสมุนไพรเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม
7. หลังการปลูกพืชสมุนไพรมีรายได้เพิ่มขึ้นกี่บาทต่อเดือน

ความรู้แพทย์แผนไทย

8. ความรู้ในเรื่องสมุนไพรท่านพอทราบบ้างไหม ถ้าทราบแล้วเรียนรู้มาจากไหนคะ
9. หมอยาในหมู่บ้านมีกี่คนคะ
10. ส่วนใหญ่เวลาเจ็บป่วยท่านไปพหรือหาสมุนไพรกินเอง
11. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรใช้หรือไม่

การปลูกพืชสมุนไพร

12. ในหมู่บ้านมีการปลูกพืชสมุนไพรส่งมูลนิธิทั้งหมดกี่ชนิด
13. มีการจัดการแบ่งอย่างไรในการให้ชาวบ้านคนใดปลูกพืชชนิดไหน
14. การปลูกแบบออแกนิกต้องทำอะไรบ้าง กี่วันถึงเก็บผลผลิตได้
15. ในการปลูกมีคนเข้ามาตรวจคุณภาพอย่างสม่ำเสมอหรือไม่
16. ต้นกล้าเพาะเองหรือมีคนเอามาแจก
17. มีการมาสอนปลูกหรือเปล่า

การรวมกลุ่มติดต่อกับมูลนิธิ

18. หมู่บ้านมีการรวมกลุ่มเพื่อติดต่อกับมูลนิธิหรือไม่
19. ใครบ้างที่ทำงานในกลุ่ม ทำอะไรบ้าง ในกลุ่มมีสมาชิกทั้งหมดกี่คน
20. กลุ่มมีหน้าที่ทำอะไรบ้าง
21. ถ้ามีสมาชิกใหม่ต้องทำอะไรบ้าง
22. ในอนาคตกลุ่มมีการวางแผนที่จะทำกิจกรรมอื่นๆหรือไม่ อย่างไร

ความคิดเห็นต่อกิจกรรมมูลนิธิ

23. ก่อนมูลนิธิเข้ามาดำเนินงานในชุมชน ชุมชนมีความรู้สึกอย่างไรกับมูลนิธิ
24. หลังจากมูลนิธิเข้ามาดำเนินงานในชุมชน ชุมชนมีความรู้สึกอย่างไรกับมูลนิธิ
25. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรในการดำเนินงานของมูลนิธิกับชุมชน
26. โครงการของมูลนิธิที่จัดขึ้นส่งผลอะไรบ้างกับชุมชน
27. ท่านคิดว่ามูลนิธิทำประโยชน์อะไรเพิ่มเติมให้กับประชาชนบ้าง
28. ท่านอยากให้มูลนิธิทำอะไรเพิ่มเติมให้กับชุมชนของท่านบ้าง(ท่านความคิดเห็นหรือ

ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของมูลนิธิหรือไม่)

ภาคผนวก ข

ภาพถ่ายมูลนิธิเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง

ภาพถ่ายมุนิเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและกลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง



ภาพที่ 6 เจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์)



ภาพที่ 7 ดิ็กเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพที่ 8 โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพที่ 9 มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพที่ 10 สวนสมุนไพรอภัยภูเบศร



ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร



ภาพที่ 12 ศูนย์สมุนไพรรักษาสุขภาพอภัยภูเบศร



ภาพที่ 13 ตึกนวดไทยอภัยภูเบศร



ภาพที่ 14 นวดไทยอภัยภูเบศร สาขา กรุงเทพฯ



ภาพที่ 15 กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง จ.ปราจีนบุรี



ภาพที่ 16 สมุนไพรรไทย ต้นเสลดพังพอนตัวเมีย



ภาพที่ 17 โรงตากแห้งสมุนไพร กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง



ภาพที่ 18 โรงเก็บสมุนไพรที่แปรรูปแล้ว กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง



ภาพที่ 19 โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพที่ 20 ห้องควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพที่ 21 ที่บรรจุแคปซูลสมุนไพร มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาว ปิติมน ล้อมสมบูรณ์
ที่อยู่	100/10 หมู่ 7 ซอยร่วมจิตร ถนนบางแวก แขวงบางไผ่ อำเภอบางแค กรุงเทพมหานคร 10160
สถานที่ทำงาน	แผนกห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ บริษัท กรุงเทพ พยาธิ – แลป จำกัด เลขที่ 167 ซอยระนอง 1 ถนนพระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10140
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (เทคนิคการแพทย์) คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2553	ศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา การประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2541-2545	นักเทคนิคการแพทย์ โรงพยาบาลเทพธารินทร์
พ.ศ. 2545-2547	เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ บริษัท พี ซี แอล โฮลดิ้ง จำกัด
พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ แผนกห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ บริษัท กรุงเทพ พยาธิ – แลป จำกัด