

กิจการเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่ กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ

Social Enterprises: Trend of Modern Capitalism Case Studies and Best Practice Applications

จตุพร จุ้ยใจงาม*

รศ. พรชัย เทพปัญญา**

บทคัดย่อ

กิจการเพื่อสังคม และ แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่ กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จจากภายในประเทศไทยและต่างประเทศ ความเป็นมาของกิจการเพื่อสังคม ความหมาย และผลกระทบต่อทุนนิยมสมัยใหม่ การนำเอากลยุทธ์มารวมกับการกิจที่ทำเพื่อส่งผลกระทบต่อสังคม ไม่ใช่เพียงแต่มุ่งแต่กำไรสูงสุดแต่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการจัดการอย่างยั่งยืน การเสนอนโยบายเชิงการจัดการให้แก่ภาครัฐ เพื่อสนับสนุนในการสร้างความตระหนักถึงการเปลี่ยนผ่านกระบวนการทางสังคม โอกาสการเข้าถึง และสิ่งแวดล้อม

Abstract

Social enterprise and the trend of modern capitalism. The studies from successful case studies within Thailand and abroad. The definition of social enterprise and impact of modern capitalism. Implementation strategy combined with the mission to make an impact on society. But not exclusively, aimed at maximizing profit but take into account the impact on stakeholders and sustainable management. Proposed policy management to the government for support in building awareness of the transition process.

บทนำ

บริบทของทุนนิยมสมัยใหม่มาจากการเติบโตของการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลัก การจัดสรรทรัพยากรและธุรกิจในระบบทุนนิยมนอกจากต้องอาศัยกลยุทธ์การแย่งชิง รวมถึงการเบียดเบียนสังคม สิ่งแวดล้อม การโน้มน้าวให้รัฐบาลออกนโยบายสาธารณะ เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ของคนกลุ่มธุรกิจ การแทรกแซงโดยภาครัฐ โดยรัฐบาลมีบทบาทในการกำหนดแผนงานของระบบเศรษฐกิจ แม้การแทรกแซงจะกระทำโดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ แม้ระบอบทุนนิยมจะมีผลดีในการสร้างโอกาส รายได้ และสามารถยกระดับสถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม แต่ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการแสวงหาผลกำไรสูงสุด โดยละเลยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนของธุรกิจด้วยเหมือนกัน การพัฒนาที่ขาดสมดุลส่งผลและเกี่ยวข้องต่อชีวิต เช่น ภาวะโลกร้อน ปัญหามลพิษ สารพิษตกค้าง ค่าครองชีพสูง ก่อให้เกิดปัญหาความยากจน

* นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

การเจ็บป่วย ปัญหาสังคม ความเหลื่อมล้ำทางสังคม และเมื่อผนวกกับการขับเคลื่อนสู่มิติเศรษฐกิจสารสนเทศ (Information Economy) ปัญหาดังกล่าวยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น

ในระบอบสังคมทุนนิยม ในปัจจุบันมีความแตกต่างระหว่างคนจนและคนรวย ปัจจัยของความแตกต่างของชนชั้นมาจากโอกาสของการเข้าถึง การศึกษา ระบบการเข้ารับการรักษาพยาบาล สาธารณสุข สาธารณประโยชน์ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองกลไกทางระบบทุนนิยมในปัจจุบัน ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์ กล่าวไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องการความทัดเทียมเท่ากับคนอื่น ๆ ในสังคม หากกลไกทางสังคมและธุรกิจสามารถผสมผสานความสมดุลระหว่างการสร้างรายได้และการประโยชน์สาธารณะ เพื่อให้คนที่หลุดออกจากระบบทุนนิยม มีพื้นที่ยืนทัดเทียมกับคนอื่นในสังคม การสร้างกิจการเพื่อสังคมอาจเรียกได้ว่าการสร้างนิเวศน์ทางสังคมอย่างหนึ่ง (ลำสัน, 2011)

แนวความคิดเรื่องการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CRS) ริเริ่มมาจากที่ Rio Summit ได้นำประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในกระแสสังคมโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 (ค.ศ. 1960) ต่อมากระแสด้านสังคมก็เพิ่มขึ้นเนื่องจากเกิดปัญหาสังคม ทำให้เกิดแนวคิดเรื่อง Triples Bottom Line กล่าวคือ การบริหารจัดการที่ใส่ใจ “ผลกำไร สิ่งแวดล้อม และสังคม” ไปพร้อมๆ กัน เนื่องจากกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นประเด็นร้อน ทำให้องค์กรธุรกิจต้องหันมาใส่ใจ แต่ยังคงต้องรักษาผลกำไรขององค์กรไว้เป็นหลัก (จตุพร, 2013) ฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี (Kotler and Lee, 2004) ให้ความหมายของ การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม และได้จำแนกการดำเนินธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นหลายมิติซึ่งได้ให้ความสำคัญการรับรู้ของสังคม การเกี่ยวข้องการตลาดกับสังคม การแก้ไขปัญหาทางสังคมโดยมุ่งสู่ความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาวะ และส่งเสริมการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาช่วยเหลือชุมชน การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

จากการจำแนก การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสองส่วน ส่วนแรกจะเป็นเรื่องการสื่อสารด้านการตลาดที่ใช้ปัจจัยภายนอกองค์กร ของ Stakeholder เป็นหลัก (Social-driver CSR) ส่วนหลังจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการกระทำ หรือการดำเนินกิจกรรมขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลัก (Corporate-driver CSR) ทั้งนี้หากพิจารณาโดยการแยกตัวกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) ในส่วนของ Corporate driver CSR สามารถจำแนกเป็นอีกสองประเภทได้แก่ CSR ในกระบวนการทางธุรกิจ (CSR as Process) และ CSR นอกกระบวนการทางธุรกิจ (CSR after Process) การพัฒนา กระบวนการทางธุรกิจ เกิดจากแนวคิดนักพัฒนาสังคมกับการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการ หรือเรียกว่าผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship)

แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprises)

เป็นองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายสูงสุดไม่ใช่การทำกำไรสูงสุดแต่ เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน สังคม กิจการเพื่อสังคมเกิดจากแนวคิดประเภทของ CSR as Process เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (None Profit Organization) เกิดจากแนวคิดนักพัฒนาสังคมกับการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการ หรือเรียกว่าผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) หากแต่

การดำเนินการทางสังคมทั้งหมดไม่ได้เป็นตัวชี้วัดว่าเป็นการประกอบการ ตัวอย่างเช่น การแบ่งรายได้จากองค์กรมาเพื่อทำงานเพื่อสังคม โดยตัวมันเองไม่ถือเป็นกิจกรรมของการประกอบการ การประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งเดียวกับที่องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรใช้เป็นแนวทางในการทำงาน (Mair & Marti, 2004) แนวคิดเรื่องการหาผลประโยชน์ต่อสังคมนี้เอง เป็นคำถามว่าทำอย่างไร ภาคประชาชน ชุมชนถึงจะได้ประโยชน์สูงสุด นั่นคือ การผนวกจุดแข็งระหว่างภาคประชาสังคมกับความมีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจที่จะสร้างประโยชน์สูงสุดแก่สังคม ซึ่งผู้ประกอบการต้องอยู่รอดได้ด้วยการพึ่งพาการดำเนินงานด้วยตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกหรือรับการอุดหนุนจากภาษีของประชาชน หรือเรียกว่า เป็นองค์กรที่หากำไรให้แก่สังคม (Social Profit Organization) เจ้าของธุรกิจดังกล่าวมักเรียกตัวเองว่า ผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur)

คำจำกัดความของ กิจกรรมเพื่อสังคม ของ Center of Community Enterprise ได้ให้คำจำกัดความไว้ในมุมกว้างๆ ว่าเป็นการทำธุรกิจที่มีจุดประสงค์เพื่อ 1. ความอยู่รอดทางธุรกิจ 2. เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ซึ่งองค์กรเหล่านี้อาจจะเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (none profit organization) (BC Social Enterprise, 2012) ธุรกิจเอกชนซึ่งทำมาค้าขายเหมือนธุรกิจทั่วไป โดยมีพันธกิจ 3 อย่างที่ควบคู่กันไป ได้แก่ 1. การสร้างกำไร 2. มุ่งสร้างสรรค์สังคม 3. ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า Triple Bottom Line (วีรกร ตรีเศศ, 2009) แนวคิดด้านกิจการเพื่อสังคมเป็นไปตามแนวความคิดทาง Tripple Bottom Line โดย John Elkington ซึ่งกล่าวว่า หากจะวัดผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ ต้องวัดจากปัจจัย 3 ข้อ โดยใช้วัดผลกระทบสุทธิด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม แต่การวัดผลสำเร็จจากสังคมและสิ่งแวดล้อมวัดเป็นเชิงปริมาณได้ยาก

กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย มีผู้ให้นิยามไว้ว่า (สฤณี อาชวานันทกุล, 2010) 1. กิจการเพื่อสังคมมีพันธกิจหลักในการช่วยเหลือคนที่ขาดโอกาสในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกของปัจจัยพื้นฐาน 2. กิจการเพื่อสังคมมีการคำนึงถึง สังคม สิ่งแวดล้อม สร้างโอกาส เป็นหลักและมีความยั่งยืนทางการเงิน 3. กิจการเพื่อสังคมมีความหลากหลายแนวทางในการทำธุรกิจแต่จุดประสงค์ เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจระดับเล็ก (Micro Economic) และกิจกรรมในพื้นที่ไร้ตลาดไปจนถึงตลาดโตเร็ว 4. กิจกรรมเพื่อสังคมสร้างผลตอบแทนเป็นหลักด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์สูงสุดไม่ใช่กำไรสูงสุด 5. กิจกรรมเพื่อสังคมต้องใช้กลไกทางการตลาด การสร้างนวัตกรรม และการประสานประโยชน์ของทุกฝ่าย ได้แก่ภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน เพื่อสร้างค่านึงสำคัญ ในการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

พบว่าในปัจจุบันในประเทศไทยจะขาดหลักการสำคัญเรื่องการจัดสรรกำไรสู่ชุมชน และถูกแทรกแซงด้วยระบบบริหารท้องถิ่นทำให้ประโยชน์สูงสุดยังไม่ตกถึงชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมผลประโยชน์และกำไรจากการดำเนินงาน ยังคงเป็นความมั่งคั่งส่วนบุคคลและกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามได้มีการรวมกลุ่มของชุมชนในประเทศไทยเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน หรือที่เรียกว่า วิสาหกิจชุมชน (corporative community) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นแนวคิดกว้างๆ คือ 1. เป็นธุรกิจที่มีการผลิตและการให้บริการในรูปแบบต่างๆ 2. เป็นการรวมกลุ่มเพื่อพึ่งตนเองได้ มีองค์ความรู้ และมีการบริหารจัดการที่ดี 3. เป็นธุรกิจที่มีพันธกิจเพื่อสังคม เช่น การฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะและให้ความรู้เพื่อที่จะไปสร้างงาน ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม 4. ผลประโยชน์หลักจะตกอยู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำไรจะถูกจัดสรรหรือถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของชุมชน

ใครคือผู้ประกอบการสังคม

ผู้ประกอบการสังคมคือบุคคลที่มีวิธีการใหม่ในการแก้ปัญหาสังคมที่เร่งด่วน บุคคลเหล่านี้มีความมุ่งมั่นและยืนหยัดในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญ และเสนอแนวคิดใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมในวงกว้างแทนที่จะปล่อยให้การแก้ไขปัญหาสังคมเป็นหน้าที่ของภาครัฐหรือภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการสังคมมุ่งมั่นที่จะร่วมแก้ไข ปัญหา โดยการเปลี่ยนแปลงระบบ เผยแพร่วิธีการทำงาน และจูงใจให้คนในสังคมยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ผู้ประกอบการสังคมมักหมกมุ่นอยู่กับความคิดของตน และยืนหยัดที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีการ ทำงานทางสังคมในด้านที่เขาทำ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้มีวิสัยทัศน์และเป็นนักปฏิบัติที่มุ่งมั่นจะนำวิธีการ แก้ไขปัญหาที่เป็นจริงมาสร้าง การเปลี่ยนแปลงในสังคมตามวิสัยทัศน์ของเขา

ผู้ประกอบการสังคมแต่ละคนนำเสนอความคิดที่เข้าใจได้ง่าย และมีจริยธรรม นอกจากนี้ยังแสวงหา การสนับสนุนจากสังคมวงกว้าง เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนลุกขึ้นมายอมรับและนำความคิดไปปฏิบัติให้มากที่สุด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือผู้ประกอบการสังคมแนวหน้าทุกคน เป็นผู้เปลี่ยนแปลงทางสังคมในชุมชน ซึ่งได้แก่บุคคลที่เป็นแบบอย่าง และสามารถพิสูจน์ให้เห็นว่า ประชาชนที่มีความพยายามจะแปรความคิดที่มุ่งมั่นของเขาให้เป็นการปฏิบัติสามารถจะทำได้ ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ภาคประชาชนได้ค้นพบสิ่งที่ภาคธุรกิจได้เรียนรู้มานานแล้ว นั่นคือไม่มีสิ่งใดมีพลังมากเท่ากับความคิดใหม่ ในมือของผู้ประกอบการชั้นนำ ผู้ประกอบการสังคมทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงสังคมด้วยการมองหาโอกาสที่คนอื่นมองไม่เห็น และพัฒนาระบบ พร้อมกับคิดค้นวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างอุตสาหกรรมใหม่ ผู้ประกอบการสังคมคิดค้นวิธีการใหม่ในการแก้ไขปัญหาของชุมชน เป็นการเปลี่ยนแปลงในวงกว้าง (โอโซก้าเฟลโลว์, 2010)

ตัวอย่างผู้ประกอบการสังคมแนวหน้าในประวัติศาสตร์

1. ซูซาน บี แอนโทนี(Susan B. Anthony) ชาวอเมริกัน ผู้ต่อสู้เพื่อสิทธิสตรีในสหรัฐอเมริกา และสิทธิในการครอบครองสินทรัพย์ ยิ่งไปกว่านั้น เธอยังเป็นผู้นำในการผลักดันการแก้ไขกฎหมายเรื่องนี้
2. วินอบา บาวเว (Vinobha Bhave) ชาวอินเดีย ผู้ก่อตั้งและผู้นำ the Land Gift Movement เขาสนับสนุนและผลักดันให้มีการจัดสรรที่ดินจำนวน 7,000,000 เอเคอร์แก่คนในวรรณะจัณฑาลและผู้ไร้ที่ทำกินในสังคมอินเดีย
3. แมรี มอนเตสซอรี (Mary Montessori) ชาวอิตาลี ผู้พัฒนาวิธีการเรียนการสอนแบบมอนเตสซอรี เพื่อการศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัย
4. ฟลอเรนซ์ นิติงเกล (Florence Nitingale) ชาวอังกฤษ ผู้ก่อตั้งการพยาบาลสมัยใหม่ เธอก่อตั้งโรงเรียนสำหรับพยาบาลแห่งแรก และต่อสู้เพื่อให้โรงพยาบาลได้รับการพัฒนาให้มีสภาพที่ดีขึ้น
5. มากาเร็ต แซงเก (Magaret Sange) ชาวอเมริกา ผู้ก่อตั้ง the Planned Parenthood Federation of America เธอได้เผยแพร่ขบวนการวางแผนครอบครัวไปทั่วโลก
6. จอห์น มูอีร์ (John Muir) ชาวอเมริกัน นักธรรมชาตินิยมและนักอนุรักษ์ทรัพยากร ได้ก่อตั้งระบบอนุรักษ์ป่าสงวนแห่งชาติและช่วยก่อตั้ง The Sierra Club
7. ฌอน โมเนต์ (Jean Monnet) ชาวฝรั่งเศส เป็นผู้รับผิดชอบต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจประเทศฝรั่งเศส หลังสงครามโลกครั้งที่สอง รวมทั้งเป็นผู้ก่อตั้ง the European Coal and Steel Community

(ECSC) และ European Common Market ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นก่อนประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Union) ที่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน

แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)

องค์การเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) ของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อวิสาหกิจ ว่าเป็นแนวคิดการจัดการที่มุ่งให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของส่วนภาคธุรกิจ ตระหนักถึงผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (UNIDO 2554) ซึ่ง Phillip Kotler & Nancy Lee ได้แบ่งรูปแบบกิจกรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม ออกเป็น 7 รูปแบบ (สถาบันไทยพัฒนา 2553) ได้แก่ 1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม 2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม 3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม 4. การบริจาคเพื่อการกุศล 5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน 6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม 7. การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก ผลของการศึกษาดังกล่าว อาจเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรม นำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต่อเนื่อง ยั่งยืน อย่างแท้จริง

นิยามของความรับผิดชอบต่อสังคม มีนักวิชาการและองค์กรต่างๆ ให้ความหมายไว้อย่างมากมาย โดยจำแนกออกเป็น 2 ระดับ คือ 1. ระดับบุคคล หมายถึง จิตสำนึก (จิตอาสา) ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และธุรกิจภาคเอกชนที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมต่อองค์กร สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2. ระดับองค์กร คือ การจัดการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของรัฐ และธุรกิจภาคเอกชนที่ คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ของระดับองค์กรมี 4 ด้าน คือ 1. ช่วยเสริมสร้างผลกำไรในระยะยาวให้แก่องค์กร 2. ช่วยให้การดำเนินการขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่นและใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรให้ได้รับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม 3. ช่วยให้องค์กรดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม 4. ช่วยให้องค์กรเป็นที่ยอมรับของสังคม (License to Operate) ส่วนประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ 1. ระดับบุคคล ช่วยสร้างจิตอาสาและส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมแก่พนักงาน 2. ระดับองค์กร ช่วยสร้างประโยชน์ต่อองค์กรในรูปตัวเงินและที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ความเชื่อมั่นของประชาชน การดึงดูดผู้มีวุฒิสามารถเข้ามาทำงาน และการเสริมสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ขององค์กร และ 3. ระดับประเทศ ช่วยลดปัญหาความยากจน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างธรรมาภิบาล

ความแตกต่างระหว่างการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) และธุรกิจที่มีจริยธรรม (Ethical Business)

การดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ในประเทศไทยนั้นมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงในชุมชนให้ดีขึ้น แต่ในปัจจุบันมีแนวทางการทำกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม หลายอย่าง โดยองค์กรจะนำพันธกิจหลักมาสร้างข้อจำกัดของ กิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่นการแบ่งส่วนต่างจากยอดขายของห้างสรรพสินค้าให้แก่ชุมชนที่ตั้งของธุรกิจ การดูแลความปลอดภัยทางรถยนต์ของบริษัทกระจายสินค้า การลดการปล่อยมลพิษชุมชนของโรงงานอุตสาหกรรมโดยการสร้างบ่อบำบัดน้ำในชุมชน การสร้างงานอาชีพให้แก่คนในชุมชนหรือส่งเสริมให้มาทำงานในอุตสาหกรรมนั้นๆ แต่ละธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม มักเน้น

การทำพันธกิจด้วยความสมัครใจและเป็นไปตามพันธกิจหลักขององค์กรที่จะเลือกทำกิจกรรมต่างๆ ตามที่ต้องการหรืออยู่ในแผนงานกระตุ้นยอดขาย หรือการตลาดแอบแฝง และยังคงไว้ซึ่งซึ่งพันธกิจหลักคือผลกำไรคืนกลับสู่เจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้น

สำหรับธุรกิจที่มีจริยธรรม (Ethical Business) เจ้าของธุรกิจ องค์กร พยายามที่หลีกเลี่ยง ละเว้น การดำเนินธุรกิจใดๆ ก็ตามที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กรและสังคม ธุรกิจจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของกฎระเบียบ เพื่อเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับ ชุมชน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หากมีความจำเป็นจริงๆ ที่ต้องส่งผลกระทบต่อให้น้อยที่สุด ทุกกระบวนการของการดำเนินงานจำเป็นต้องมีกฎ ระเบียบ แบบแผนที่ชัดเจนเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทางที่ดีขึ้น และเป็นตัวอย่างที่ดีเพื่อสร้างแรงกระตุ้น ให้องค์กรอื่นนำไปเป็นต้นแบบของการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรม

จุดเริ่มต้นของธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) และธุรกิจที่มีจริยธรรม (Ethical Business) มีจุดเริ่มต้นที่แตกต่างอย่างชัดเจนกับกิจการเพื่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ของเพื่อสร้างโอกาส ลดภาระ กระจายรายได้ การพึ่งพาตนเอง แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม โดยสร้างให้ชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาตนเองได้ เช่น การสร้างงานให้ผู้พิการ ไร่การศึกษา ให้สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ลดภาระการดูแลจากครอบครัว สังคมมีความสุขเพิ่มขึ้น ลดภาระภาษีจากรัฐบาลที่ต้องจ่ายเพื่อเลี้ยงดูผู้ด้อยโอกาส ในสถานสงเคราะห์ต่างๆ

งานวิจัยในเชิงวิชาการส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับลักษณะที่สำคัญของกิจการเพื่อสังคม และถอดบทเรียนกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จที่แสดงให้เห็นว่ากิจการเพื่อสังคมดำเนินการอย่างไร งานวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur) นั้นจะมีคุณลักษณะอย่างไรที่จะดำเนินกิจการเพื่อสังคม กลุ่มคนที่มองเห็นว่าการมอบโอกาสให้ผู้ที่มีความต้องการ ซึ่งความต้องการนั้นภาครัฐไม่สามารถตอบสนองได้ด้วยสวัสดิการของภาครัฐ ดังนั้นผู้ประกอบการทางสังคมจึงเป็นผู้มีทรัพยากร ทั้งวัสดุ ความคิด นวัตกรรม ที่พร้อมจะใช้ในแนวทางที่แตกต่างจากการประกอบการเพื่อหารายได้เพื่อแสวงหาผลกำไรทุกๆ ไป กิจการเพื่อสังคมในปัจจุบันยังเป็นแนวคิดใหม่ที่ยังต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ แนวคิดกิจการเพื่อสังคมยังคงเป็นแนวคิดที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาคประชาชนและภาครัฐมากนัก เนื่องจากยังสับสนถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจว่า เป็นการดำเนินธุรกิจเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรม กิจการเพื่อสังคมเป็นแนวคิดใหม่ที่ช่วยเหลือคนด้วยโอกาสทางสังคมได้ ซึ่งภาครัฐ และกลไกตลาดในระบอบทุนนิยมไม่สามารถเข้าถึงความต้องการพื้นฐานได้อย่างแท้จริง

การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่เป็นทางเลือกใหม่ในการแก้ปัญหาสังคมปัจจุบัน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น มีความซับซ้อนและรุนแรงขึ้นทุกขณะ การหวังให้ภาครัฐเพียงฝ่ายเดียวเป็นตัวหลักในการแก้ปัญหาสังคมคงทำได้ไม่ง่าย และที่ผ่านมายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรจึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนในสังคมไม่ว่าจะเป็นภาคธุรกิจ องค์กรพัฒนาเอกชน (None Government Organization) องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (None Profit Organization) และภาคประชาสังคมหรือชุมชน เป็นตัวขับเคลื่อนแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม แนวคิด “ผู้ประกอบการเพื่อสังคม” มีผู้ที่สนใจแนวคิดนี้จำนวนไม่น้อย

กรณีศึกษาของ Social Enterprise ในประเทศไทย

โครงการพัฒนาตอยตุง

เป็นโครงการพระราชดำริของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี โดยมีวัตถุประสงค์ที่ยกพลิกพื้นพื้นแผ่นดินชายแดนของชาวเขาที่เคยมีอาชีพปลูกฝิ่นและเป็นเส้นทางลำเลียงยาเสพติด ค้ายาเสพติด ให้ชาวเขาเลิกและหันหน้ามาประกอบอาชีพโดยการเรียนรู้ แนวทางการประกอบอาชีพ ทางโครงการมิได้ช่วยเหลือโดยการให้เงินเพียงอย่างเดียว วัตถุประสงค์หลักคือการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ชาวเขาให้มีความรู้ อาชีพและรายได้ เน้น การแก้ไขที่รากปัญหาและพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในพื้นที่ ให้ชาวเขามีที่อยู่เป็นหลักแหล่ง สร้างชุมชนและไม่เร่ร่อนอพยพ ตามเส้นทางขนส่งยาเสพติด และตกอยู่ภายใต้กลุ่มผู้ไม่หวังดีต่อประเทศชาติ โดยเน้นพัฒนามือแรงงาน และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เน้นพัฒนาให้คนให้สร้างรายได้และมีอาชีพไม่ใ้เช่าการให้เปล่า

ซึ่งโครงการพัฒนาตอยตุงมีการแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. กิจกรรมเชิงธุรกิจที่สร้างรายได้ 2. กิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ไม่สร้างรายได้ โดยกิจกรรมเชิงธุรกิจที่สร้างรายได้ เช่น การเพาะเนื้อเยื่อ การผลิตและจำหน่ายผลิตทางการเกษตร ได้แก่ พืช ผัก ดอกไม้ เมืองหนาว แปรรูปอาหาร เม็ดแมคคาดีเมีย ร้านเครื่องดื่มกาแฟ งานหัตถกรรม อุตสาหกรรมสิ่งทอ งานปั้น โรงงานกระดาษ และการท่องเที่ยว ฯลฯ ปัจจุบันหน่วยธุรกิจต่างๆ สร้างรายได้ปีละประมาณ 465 ล้านบาท รัฐบาลสนับสนุนปีละ 23 ล้านบาท ซึ่งจะส่งกำไรไปฝ่ายพัฒนาสังคมโครงการพัฒนาตอยตุงและโครงการอื่นของมูลนิธิ แม่ฟ้าหลวง ซึ่งดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ไม่สร้างรายได้ เช่น การปลูกป่า การพัฒนาอาชีพ การให้ความรู้และการศึกษา ผลจากการพัฒนาโครงการทำให้ชาวเขาทั้งหมดในอำเภอตอยตุง และชาวบ้านโดยรอบได้มีรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิมและมีการเพิ่มพื้นที่ป่าอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น และเป็นต้นแบบในการขยายโครงการในลักษณะธุรกิจเพื่อสังคมนี้ไปยังพื้นที่อื่นๆ รวมถึงในต่างประเทศอีกด้วย (มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง, 2008)

สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน (Population and Community Development Association PDA)

จากความคิดที่ว่าชนบทคือรากฐานของประเทศ เนื่องจากประชากรไทยส่วนใหญ่อยู่ในชนบท ประกอบอาชีพหลักคือเกษตรกรรม แต่เป็นเกษตรกรรมแบบอาศัยน้ำฝน ซึ่งทำให้เกิดความไม่แน่นอนและยั่งยืนต่อรายได้ของประชากรในชนบท ฉะนั้นงานที่สำคัญและท้าทายคือการพัฒนาชนบท จึงได้มีการก่อตั้งสมาคม PDA ขึ้น เพื่อพัฒนาชนบทโดยไม่แสวงหาผลกำไร โดย นายมีชัย วีระไวทยะ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2517 PDA ให้การส่งเสริมโครงการ “ธุรกิจเพื่อสังคม” เป็นที่แรกๆ ของเมืองไทย โดยให้ภาคธุรกิจมีบทบาท ส่วนร่วมกับองค์กรพัฒนาเอกชนที่จะช่วยอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาชนบท

Opendream www.opendream.co.th

Opendream เป็นผู้ประกอบการทางสังคมที่มีความชำนาญในด้านการเขียนเว็บโปรแกรม (web application) การทำแผนที่ (mapping) การทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (data visualization) ซึ่งได้สนับสนุนภาคีในการสร้างพื้นที่ทางอินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ ทั้งส่วนภาคสังคม ธุรกิจ และรัฐบาล โดยเน้นประเด็นทางด้านสังคมเป็นหลัก ทั้งนี้ยังร่วมกับ สสส.ทำโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มุ่งเน้นเสริมสร้างสุขภาพและการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยแก่เยาวชนอีกด้วย

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี www.abhaibhubejhr.org

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของ Social Enterprise ในเมืองไทยที่ก่อตั้งมานานกว่า 30 ปี โรงพยาบาลดังกล่าวเป็นโรงพยาบาลรัฐที่เป็นผู้นำ ผู้บุกเบิกค้นคว้าวิจัย และศึกษาด้านสมุนไพร กิจกรรมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีตั้งแต่ การรวบรวมข้อมูลด้านสมุนไพร การจัดทำสวนสมุนไพรสาธิต การจัดให้มีการบริการทางการแพทย์แผนไทย การจัดโครงการทัวร์สุขภาพ การฝึกอบรมบุคลากรด้านสาธารณสุข รวมทั้งนักศึกษาเภสัชและประชาชนทั่วไป การพัฒนาประสิทธิภาพของกลุ่มหมอนวดไทย ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรแก่ชาวบ้านและผู้สูงอายุพร้อมทั้งรับซื้อพืชสมุนไพรเหล่านั้นทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้แก่ชาวบ้านในชุมชน การพัฒนาการผลิตยาจากสมุนไพรให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม มีมาตรฐาน จนทำให้สมุนไพรเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้างจนสามารถใช้เป็นยาทดแทนยาจากต่างประเทศได้ จึงช่วยให้รัฐบาลสามารถลดค่าใช้จ่ายในการนำเข้ายาจากต่างประเทศ ปัจจุบันโรงพยาบาลอภัยภูเบศรสามารถผลิตยาและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรได้จำนวน 40 ชนิด มูลค่าขายเฉลี่ยเดือนละ 2-3 ล้านบาท ซึ่งทางโรงพยาบาลมีแหล่งจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหลายแหล่ง อาทิเช่นศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร เซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศ ในรูปแบบ 7 - Catalog THE MALL และ JUSCO ทุกสาขาทั่วประเทศ และทางเว็บไซต์ของทางโรงพยาบาลเอง

โรงเรียนรุ่งอรุณ (www.roong-aroon.ac.th)

โรงเรียนรุ่งอรุณเป็นโรงเรียนเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่ได้รับการรับรองในปี 2540 เปิดรับนักเรียนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงมัธยมปลาย ซึ่งมีท่านเจ้าคณะพระธรรม-ปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) เป็นที่ปรึกษาสูงสุด และมี ศ.นพ.ประเวศ วะสี เป็นประธานคณะกรรมการมูลนิธิโรงเรียนการเรียนการสอนของโรงเรียนรุ่งอรุณ จะเน้นการเรียนรู้อย่างองค์รวมโดยมีแนวทางพุทธศาสนาและธรรมชาติ เป็นพื้นฐานให้นักเรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้โรงเรียนรุ่งอรุณได้เปิดโอกาสให้มีการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ปกครอง ครู และพนักงาน มีกิจกรรมหลากหลาย ซึ่งสามารถทำร่วมกัน เช่น ห้อง Occupational Therapy จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาเด็กที่มีความต้องการพิเศษ หรือโครงการเงินฝากเพื่อการศึกษา เป็นต้น ปัจจุบันนี้โรงเรียนรุ่งอรุณได้ดำเนินการจดทะเบียนก่อตั้งมูลนิธิโรงเรียนรุ่งอรุณ ปี 2546 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการศึกษา วิจัย ประมวล และวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณค่าที่แท้จริงของมนุษย์ให้มีความรู้ ความสามารถ เป็นคนดี และมีความสุข

โมเดลธุรกิจของกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ตามระดับการผสมกันระหว่างทุนโครงสร้างทางสังคมและกิจกรรมทางธุรกิจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ

1. กิจกรรมเพื่อสังคมถูกฝัง อยู่ในกิจกรรม พันธกิจ โครงการ ขององค์กร ที่สามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองในการระดมทุนที่มีรูปแบบที่มีความยั่งยืน
2. กิจกรรมเพื่อสังคมมีการทับซ้อนกันอยู่ กิจกรรมต่างๆ จะถูกรวมเข้ากับ กิจกรรม พันธกิจ โครงการ ขององค์กร ซึ่งการประเมินความสำเร็จอาจจะอยู่ในรูปแบบของผลประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม ในรูปแบบของยอดขาย ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นรูปแบบของกลไกการส่งเสริมทางการตลาดของลูกค้าขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไร เป็นความสำคัญแบบทำงานเพื่อเพิ่มคุณค่าต่อกัน จากผลประโยชน์ที่เอื้อต่อกันนี้ มาจากการร่วมกันใช้ต้นทุนขององค์กรเช่น สินทรัพย์ และ ทรัพยากร

3. กิจกรรมเพื่อสังคมที่แยกออกจากการจัดการภายในองค์กร เป็นกิจกรรมที่ต้องจัดหาเงินทุน ผลประโยชน์ทางสังคมไม่ใช่ผลลัพธ์ แต่การหาเงินทุนเพื่อกิจกรรมเป็นเป้าหมายหลัก

ตารางที่ 1 แสดงเครื่องมือที่รัฐบาลในประเทศใช้สนับสนุนการพัฒนากิจการเพื่อสังคม

ประเทศ	วิธีการสนับสนุน
เบลเยียม	ให้คำแนะนำ ให้เงินช่วยเหลือเป็นโครงการ จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือธุรกิจใหม่ จัดตั้งกองทุน
ฟินแลนด์	มีกฎ ที่เอื้อ ที่สนับสนุน ที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม ให้การช่วยเหลือการดำเนินธุรกิจ National Support Structure for Social Enterprises ให้การช่วยเหลือทางการเงิน Labor Political Project Support
นอร์เวย์	ได้รับการยกเว้นภาษีโดยจัดตั้ง The National Federation for Companies Providing Permanent-Jobs adapted to the Individual
เยอรมนี	สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดยจัดตั้งศูนย์ Berlin Development Agency for Social Enterprise and Neighborhood Economy สนับสนุนการศึกษา/หลักสูตร การบริหาร กิจการเพื่อสังคม มีกฎ ที่เอื้อ ที่สนับสนุน ที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม
เอสโตเนีย	พัฒนาและอบรมผู้ประกอบการเพื่อสังคม สร้างสภาพแวดล้อมในเขตหมู่บ้านหรือเทศบาลให้เอื้อต่อการเพิ่มศักยภาพของกิจการเพื่อสังคม
เดนมาร์ก	สร้างร่วมมือระหว่างองค์กรเพื่อให้เอื้อต่อการเพิ่มศักยภาพของกิจการเพื่อสังคม ให้การสนับสนุนทางการเงิน
ลักเซมเบิร์ก	สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ จัดตั้ง National Service of Social Action (SNAS)
ประเทศไทย	สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ จัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส) สร้างนวัตกรรมทางสังคมให้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน Systemic Change to Changmaker

ที่มา : การรวบรวมวรรณกรรมอาทิ

1. Social Enterprise in Europe: Recent trend and developments โดย Jacques DEFOURNY and Marthe NYSSSENS (eds.)

2. An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship โดย Jonathan H. Westover and team

3. Fostering Social Enterprise: A historical and international analysis โดย Mathew F.Doeringer

4. รศ. ดร. เอกชัยนิตยาเกษตรวัฒน์

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทย

ผลจากการเกิดแนวคิดกิจการเพื่อสังคม ทำให้เกิดการตื่นตัวในการทำกิจการเพื่อสังคม สังเกตได้จากองค์กรที่เคียดำเนินการในรูปแบบสมาคม ต่างหันมาทำธุรกิจในลักษณะกิจการเพื่อสังคม เพื่อหาเงินมาใช้จ่ายในการดำเนินงานในส่วนที่ทำได้เพื่อสังคม เพื่อตัดปัญหาที่ต้องพึ่งพาเงินจากการบริจาคและจากต่างประเทศที่ไม่สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มลดลง ทางออกในการแก้ไขปัญหาคือการก่อตั้งกิจการที่ดำเนินแบบธุรกิจเอกชน เพียงแต่ลักษณะของธุรกิจเน้นไปในเชิงสังคม และบางแห่งแม้เนื้อหาไม่ได้มุ่งไปในเชิงสังคม แต่ก็นำเงินกำไรมาใช้ในกิจกรรมเพื่อ

สังคม จากการที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมส่วนใหญ่มาจากองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร จึงอาจจะยังขาดความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ มีข้อจำกัดด้านเงินทุน จึงทำให้ประสบความสำเร็จไม่มากเท่าที่ควร และบางแห่งถึงกับไม่สามารถดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจเหล่านี้ในด้านการบริหารจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุนก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากธุรกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ผลตอบแทนไม่จูงใจ ประกอบกับไม่มีหลักประกัน และมีจุดอ่อนด้านการบริหารจัดการ ทำให้สถาบันการเงินไม่ปล่อยเงินกู้

การดำเนินกิจการเพื่อสังคมในปัจจุบันยังไม่ได้มีการสนับสนุนพิเศษแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป จึงทำให้ผู้สนใจเข้ามาทำธุรกิจเพื่อสังคมมีไม่มาก การใช้มาตรการจูงใจให้ผู้สนใจทำกิจการเพื่อสังคมมากขึ้น สามารถดำเนินการได้ด้วยมาตรการด้านภาษี โดยให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีแก่กิจการเพื่อสังคม รวมถึงมาตรการอื่นๆ เช่น มาตรการสนับสนุนให้กิจการเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น การพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านต่างๆ เป็นต้น การดำเนินกิจการเพื่อสังคมในปัจจุบันในประเทศไทย แม้จะมีการตื่นตัว และมีการจัดตั้งกันมากขึ้น แต่ก็ยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่ยังเป็นกิจการขนาดเล็กที่ดำเนินโดยกลุ่มที่มีประสบการณ์จากการช่วยเหลือพัฒนาสังคมในบทบาทของ NGO มาก่อน ยังไม่มีภาคธุรกิจที่ให้ความสนใจเข้ามาทำกิจการเพื่อสังคมอย่างจริงจัง และยังไม่มีการเพื่อสังคมขนาดใหญ่ที่สามารถช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสเป็นจำนวนมากๆ ดังเช่น กรณีธนาคารกรามีน ธนาคารเพื่อคนจน ที่ก่อตั้งโดยนายโมฮัมหมัด ยูनुส นักเศรษฐศาสตร์ชาวบังคลาเทศ ที่ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพในปี ค.ศ. 2006 ซึ่งปัจจุบันธนาคารกรามีนขยายสาขาออกทั่วประเทศบังคลาเทศ มีสาขารวม 2,226 แห่ง เป็นต้น

ในต่างประเทศผู้ประกอบการทางสังคมซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่ไม่มียุติธรรมที่ตลาดมากพอกับธุรกิจกระแสหลักซึ่งถือว่ามีพื้นที่ในตลาด จับมือร่วมกันเป็นพันธมิตรและได้ผลประโยชน์ร่วมกัน กิจการเพื่อสังคมได้ช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจกระแสหลักได้นำความเชื่อถือและเพิ่มคุณค่าให้กับตราสินค้า ตัวอย่างเช่น

กรามีน ดาโนน ฟู้ดส์ (Grameen Danone Foods)

เป็นกิจการร่วมทุนระหว่างสององค์กรชั้นนำของโลก คือ ดาโนนจากฝรั่งเศส กับธนาคารกรามีนจากบังคลาเทศ ก่อตั้งในปี ค.ศ. 2005 เริ่มทำธุรกิจ ปี ค.ศ. 2006 ดาโนนเป็นบริษัทผลิตภัณฑ์นมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ในหมวดผลิตภัณฑ์นม อันดับ 2 ในหมวดน้ำดื่มบรรจุขวดและอาหารเด็ก และอันดับ 3 หมวดโภชนาการทางการแพทย์ (Medical Nutrition) มีพนักงานกว่า 80,000 คน รายได้กว่า 150,220 ล้านยูโร ธนาคารกรามีนเป็น “ธนาคารเพื่อคนจน” แห่งแรกของโลกที่ปล่อยกู้ให้กับคนจนเป็นหลักโดยไม่เรียกหลักประกัน ก่อตั้งโดย โมฮัมหมัด ยูनुส (Muhammad Yunus) นักเศรษฐศาสตร์ชาวบังคลาเทศผู้บุกเบิกสินเชื่อเพื่อคนจน (Microcredit) จนประสบความสำเร็จที่มีผู้นำโมเดลนี้ไปใช้ทั่วโลก ยูनुสได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพร่วมกับธนาคารที่เขาก่อตั้งในปี ค.ศ. 2006

พันธกิจของกรามีน ดาโนน ฟู้ดส์ คือ การบรรเทาความยากจนด้วยการส่งมอบสุขภาพดีผ่านอาหารให้กับเด็กๆ ด้วยโมเดลธุรกิจเฉพาะตัวซึ่งยึดเอาชุมชนเป็นหัวใจ กรามีน ดาโนน ฟู้ดส์ ยึดเป้าหมายด้วยสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจของโมเดลธุรกิจ แม้ว่าบริษัทจะต้องทำกำไร โรงงานแรกๆ ต้องมีกำไรพอที่จะเอาไปลงทุนก่อสร้างโรงงานต่อไป วิถีวัดความสำเร็จโครงการนี้จากหลักเกณฑ์ ที่ไม่ใช่ตัวเลขทางการเงิน ได้แก่ จำนวนงานที่สร้างทั้งทางตรงและทางอ้อม (ผู้ผลิตนม พ่อค้าขายส่ง คนขายนมตามบ้าน) ระดับสุขภาพเด็กที่ดีกว่าเดิม ระดับ

การรักษาสิ่งแวดล้อม กรามีน ดาโนน ฟู้ดส์ ตั้งเป้าว่าจะคิดค้นผลิตภัณฑ์นมสำหรับคนจน โดยเฉพาะโยเกิร์ตตราคาไม่ถึง 10 เซ็นต์ต่อถ้วยที่ถูกพอที่คนจนจะซื้อได้ แต่ต้องมอบคุณค่าทางโภชนาการอย่างเพียงพอด้วย ดาโนนไม่ต้องการผลิตสินค้าตัวใหม่ในโรงงานโฮเทคที่มีอยู่แล้ว เพราะต้นทุนจะสูงเกินกำลังซื้อของคนจน กระจายสินค้ายาก และก่อความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น คาร์บอนไดออกไซด์จากการขนส่งโดยเครื่องบิน ดังนั้นบริษัทจึงก่อตั้งโรงงานขนาดเล็กในพื้นที่ ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาศัยเครือข่ายสมาชิกของธนาคารกรามีนเป็น “กองทัพมด” ในการป้อนวัตถุดิบ เช่น นมวัวและการกระจายสินค้าให้ถึงมือลูกค้าในชนบท การใช้เครือข่ายกองทัพมดของกรามีนให้เป็นที่ “คู่ค้า” และ “พนักงานขาย” เป็นนวัตกรรมที่น่าประทับใจที่สุดของกิจการนี้เพราะเท่ากับยิงปืนนัดเดียวได้นกสามตัว นกตัวแรก คือ วิธีนี้ช่วยลดต้นทุนค่าแรงของดาโนนลงอย่างมาก นกตัวที่สอง คือ เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงในชนบท เพราะคนขายอาศัยอยู่ตามหมู่บ้านที่เป็นกลุ่ม เป้าหมายอยู่แล้ว คนส่วนใหญ่น่าจะไว้ใจเพื่อนบ้านมากกว่าคนขายจากเมืองกรุง นกตัวสุดท้าย คือ ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกของกรามีน ส่วนใหญ่เป็นหญิงยากจนผู้เป็นลูกหนี้ของธนาคารอยู่แล้วเท่ากับช่วยลดความเสี่ยงที่จะขาดหนี้ไม่ได้อีกทางหนึ่งโรงงานโยเกิร์ตตามแนวคิดของยูนูสนี้ อาจเป็นการปฏิวัติวิธีบริหารจัดการอาหารผ่านการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนตามแนวคิด Social Enterprise ของยูนูส

โรงงานแห่งแรกเปิดในปี ค.ศ. 2007 ที่เมืองโบกราทางตอนเหนือของบังคลาเทศ ผลิตโยเกิร์ตเสริมแร่ธาตุทุกวันจากนมวัวที่รับซื้อจากเกษตรกรรายย่อยภายใต้ชื่อชอคติโดย (Shoktidoi) วางขายตามร้านโชรฟ์่วยในรัศมี 50 กิโลเมตรจากโรงงาน ตระเวนขายตามบ้านโดย สาวกรามีน ที่ได้รับค่าคอมมิชชั่นจากการขายประมาณ 1 เซ็นต์ต่อถ้วย บริษัทคาดว่าจะทำกำไรจนถึงจุดคุ้มทุนภายใน 2 ปี คือ ก่อนปี ค.ศ. 2010 นอกจากโรงงานที่โบกราก็มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าทุนปกติของบริษัทเกือบร้อยละ 70 แล้วโรงงานแห่งนี้ยังใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีมากมายเพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนมากที่สุดอย่างการใช้ระบบก๊าซชีวภาพซึ่งแปลงจากของเสียในกระบวนการผลิตเป็นเชื้อเพลิงระบบไฟฟ้าและความร้อนบางส่วนในโรงงานนวัตกรรม ทำให้ดาโนนประกาศอย่างภาคภูมิใจว่า แม้โรงงานแห่งนี้จะเล็กกว่าโรงงานอื่นของดาโนนเกือบ 100 เท่า มันก็ก้าวหน้ากว่าโรงงานขนาดใหญ่ของบริษัทในอินโดนีเซีย บราซิล จีน และอินเดีย ด้านวัตถุดิบ กรามีนดาโนน ช่วยประสานงานกับธนาคารกรามีนให้ปล่อยสินเชื่อขนาดย่อมให้กับเกษตรกรยากจนที่ไม่มีเงินพอซื้ออาหารเลี้ยงวัวที่จำเป็นต่อการเพิ่มปริมาณนมวัวให้เพียงพอต่อการรับซื้อของโรงงานปริมาณมาก นอกจากนี้บริษัทยังช่วยเกษตรกรรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์เพื่อก่อตั้งศูนย์เก็บนมวัวในพื้นที่ซึ่งจะรวบรวมนมที่ชาวบ้านนำมาส่งไปขายโรงงานอีก ทอดหนึ่ง

แม้แต่ขั้นตอนการกระจายสินค้าก็มีความท้าทาย เพราะประเพณีบังคลาเทศมองว่าคนที่ไม่ไปเคาะประตูตามบ้านมีแต่ขอทานเท่านั้น ตอนแรกผู้หญิงจึงไม่กล้าไปสมัครเป็นพนักงานขายโยเกิร์ต แม้ว่าจะมีเครดิตในชุมชนอยู่แล้วฐานะสมาชิกของกรามีน บริษัทจึงต้องออกแคมเปญรณรงค์ให้ความรู้ต่อประชาชนตามหมู่บ้านต่างๆ เพื่อขจัดภาพลักษณ์ดังกล่าว ในวงวิชาการเรียกธุรกิจที่ช่วยยกระดับชีวิตของคนจนว่า Sustainable Livelihoods Business หรือ “ธุรกิจเพื่อการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน” บริษัทชั้นนำอย่างยูนิลีเวอร์และ กรามีน ดาโนน ฟู้ดส์ ทำธุรกิจนี้กำลังเป็นตัวอย่างให้บริษัทอื่นเรียนรู้ว่า ธุรกิจสามารถสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจและสังคมที่สูงทั้งคู่ ถ้าคิดลึกและทำจริงโดยใช้ทุนทางสังคม ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ขณะนี้ทางยูนิเซฟ (UNICEF) กำลังจับตามความสำเร็จของโรงงานโยเกิร์ตบุกเบิกอย่างใกล้ชิด หากประสบความสำเร็จ ยูนิเซฟอาจนำแนวคิดของยูนูสไปใช้ทั่วโลก ในส่วนของ Franck Riboud เป็น CEO ของดา

โนนมองว่าการร่วมทุนตั้งโรงงานโยเกิร์ตในบังกลาเทศกับกรามีน ตามแนวคิด Social Enterprise ของยูนูส ครั้งนี้เป็นการขยายเข้าไปสู่ตลาดใหม่ด้วยผลิตภัณฑ์อาหารที่ปรับปรุงโภชนาการ นับเป็นกลยุทธ์การเติบโตสำหรับดาโนน ไม่ใช่เป็นการทำการกุศล Riboud ยังให้ความเห็นว่า นี่คือ จุดแข็งของแนวคิด Social Enterprise ของยูนูส เป็นการทำธุรกิจไม่ใช่การกุศลจึงสามารถจะอยู่รอดได้ด้วยตัวเอง ขณะที่ผู้ถือหุ้นก็ชอบใจเพราะนอกจากได้รับผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินแล้ว บริษัทยังทำให้ผู้ถือหุ้นรู้สึกว่าได้ทำดีต่อสังคม

ตัวอย่างรูปแบบและประเภทของกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

1. เครือข่ายองค์กรชุมชน เป็นองค์การการเงินชุมชน เช่น กลุ่มออมทรัพย์คลองเปื่อย กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ครู ชบ ยอดแก้ว
2. องค์กรสาธารณประโยชน์ เป็นธุรกิจที่จัดตั้งเพื่อทำงานเพื่อสังคม เช่น โครงการดอยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง และร้าน Cabbages & Condoms
3. ธุรกิจเอกชนทั่วไปที่มีการทำเรื่อง CSR บางธุรกิจมีการตั้งองค์กรเพื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายชุมชน เช่น ร้านเลมอนฟาร์ม
4. สถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียนรุ่งอรุณ Thai Tribal Crafts Fair Trade
5. หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ มูลนิธิโรงพยาบาลอภัยภูเบศร์
6. ผู้ประกอบการใหม่ที่บุกเบิกโดยผู้ประกอบการเพื่อสังคม เช่น นิตยสาร BE และบริษัท Open Dream

ภาครัฐกับการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม

รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมขึ้น มีศูนย์คุณธรรมเป็นเลขานุการ เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจถึงความหมาย บทบาทของกิจการเพื่อสังคมต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน โดยรัฐบาลเน้นความร่วมมือเอื้อเฟื้อต่อกันไม่เบียดเบียนระหว่างกิจการต่างๆ เป็นฐานในการสร้างระบบเศรษฐกิจแบบใหม่อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ให้องค์กร เชื่อว่าจะเป็นทางหนึ่งในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ที่มีทั้งรายได้ ความเจริญก้าวหน้าและไม่สร้างปัญหาให้สิ่งแวดล้อม รัฐบาลได้จัดทำแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม (พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2557) โดยกำหนดยุทธศาสตร์ 3 ด้าน คือ

1. การสร้างการรับรู้และเรียนรู้เรื่องกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย มีมาตรการในการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา การพัฒนาหลักสูตรที่เน้นแผนธุรกิจเพื่อสังคม ส่งเสริมการสัมมนาการประชุม ที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม การจัดประกวดต้นแบบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และการพัฒนาฐานข้อมูล
2. พัฒนารูปแบบและการส่งเสริมขีดความสามารถของกิจการเพื่อสังคม การเชื่อมโยงกับศูนย์ บ่มเพาะต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมในองค์กรภาครัฐโดยเฉพาะ และการพัฒนาเครือข่ายศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของมหาวิทยาลัยให้มีเนื้อหาและศักยภาพเพื่อบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคม การพัฒนารูปแบบเฉพาะกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และการยกย่องหรือแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. พัฒนาช่องทาง การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและทรัพยากรสำหรับกิจการเพื่อสังคม เนื่องจากกิจการเพื่อสังคมมักประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากสถาบันการเงินยังยึดติดอยู่กับรูปแบบเดิม คือต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกัน จึงจำเป็นต้องมีกลไกในการทำให้เกิดการสนับสนุนเงินในรูปแบบใหม่ ๆ

โดยภาครัฐให้การสนับสนุนแก่กิจการเพื่อสังคมโดยสร้างกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินงานและนโยบายสนับสนุนทางการเงินทั้งในรูปแบบเงินให้เปล่า กองทุนรวม และดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เครื่องมือลดความเสี่ยงหรือการจัดตั้งกองทุน Social Enterprises จัดทำกฎหมายจดทะเบียนเป็น Social Enterprises และส่งเสริมนโยบายทางภาษี เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี Social Enterprise เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการ Social Enterprise ใหม่ในประเทศให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- การศึกษาวันนี้. (2550). ปิดหลักสูตรใหม่ “ผู้ประกอบการเพื่อสังคม”. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2552, เข้าถึงจาก <http://tseo.or.th/article/464>
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550) กรณีศึกษาผู้ประกอบการเพื่อสังคมไทย. เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2550 เข้าถึง จาก <http://tseo.or.th/article/467>
- เกรียงไกร เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550) บทความพิเศษ: กระบวนทัศน์ใหม่ เพื่อรังสรรค์สังคม. *สยามรัฐ*, 6. เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2550
- พสุ เดชะรินทร์. (2552). มองมุมใหม่: ผู้ประกอบการเพื่อสังคม [Social Entrepreneur]. *กรุงเทพธุรกิจ*, 10. เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2552
- คณะวิจัยโครงการกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร. (2553) กิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร, สำนักพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ
- สถาบันไทยพัฒนา. รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ Philip Kotler and Nancy Lee 2005. [Online]. เข้าถึงเมื่อ 23 ธันวาคม 2555 เข้าถึงได้จาก http://thaicsr.blogspot.com/2008/01/blog-post_07.html
- จตุพร จุ้ยใจงาม (2556). การให้ความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท ดีเอสแอล (ประเทศไทย). วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2556 มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ลำสัน เลิศกุลประหยัด. (2555) ธุรกิจเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่ มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2555 วารสารเศรษฐและนโยบายสาธารณะ 3 (5) : 87 - 96 2554 สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สฤณี อาชวานันทกุล. เอกสารประกอบการบรรยายวิชาธุรกิจกับชุมชน กธ 301 เรื่อง Triple Bottom Line เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2553 เข้าถึงจาก <http://cdn.learners.in.th/assets/media/file>
- สฤณี อาชวานันทกุล. เอกสารประกอบการบรรยายกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร เรื่อง กิจการเพื่อสังคม Social Enterprise เปิดโมเดลต้นแบบ SE โลก-SE ไทย เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2553 เข้าถึงจาก <http://www.slideshare.net/sarinee/social-enterprise-world-thailand-8191749>

รศ. ดร. เอกชัย นิตยาเกษตรวัฒน์ (2550) โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนากิจการเพื่อสังคม: กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จใน ต่างประเทศและการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย. NIDA Business Journal Ashoka : Innovators for the Public. (n.d.). ผู้ประกอบการสังคมคือ? เมื่อวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2553 เข้าถึง จาก http://thailand.ashoka.org/social_entrepreneur.

ภาษาต่างประเทศ

Dees, J. G. (1998). Social enterprise: Private initiatives for the common good. *Harvard Business Review*, 76 (Jan.-Feb.), 54-58.

The general report of social enterprise in Thailand report is completed by non- profit Incubator who was commissioned by National Economic and Social Development Council to conduct a national research on the social enterprises in Thailand in 2008)

Dacin, P. A., Matear, M. T., & Dacin, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.

Harding, R. (2006). *Social entrepreneurship United Kingdom 2006*. London: London Business School.

MacGillivray, A., Conaty, P., & Wadhams, C. (1998). *Low flying heroes: micro-social enterprise below the radar screen*. London: New Economics Foundation.

Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 29-39.

Pearce, J., Kay, A., & Fundação Calouste, G. (2003). *Social enterprise in anytown*. London: Calouste Gulbenkian Foundation.

Schumpeter, J. A., & Opie, R. (1934). *The theory of economic development; an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.