

สร้างประโยชน์ต่อยอดจากเศรษฐกิจชุมชน บูรณาการการจัดการการตลาด และสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจ ฯลฯ โดยมีหลักการสำคัญ 5 ประการ คือ

- (1) มีเป้าหมายหลักเพื่อสังคมไม่ใช่เพื่อกำไรสูงสุด
- (2) เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการขายสินค้าและบริการ ไม่ใช่เงินจากรัฐหรือเงินบริจาค
- (3) มีกำไรต้องนำไปใช้ขยายผลเพื่อสังคม ไม่ใช่ปันผลแก่ผู้ประกอบการ
- (4) การบริหารจัดการเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล
- (5) มีการจดทะเบียนเป็นรูปแบบบริษัทจำกัด

จากการศึกษาเรื่องของ Social Enterprise ในยุโรป ฌาคส์ เดอโฟร์นี (Jacques Defourny) และมาร์เท นีสส์เซนส์ (Marthe Nyssens) ได้ประมวลลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม - ธุรกิจที่จัดการแบบมุ่งต่อการจัดการแก้ไขปัญหาสังคมเป็นหลัก (ไม่ใช่หวังแบ่งปันผลกำไรสำหรับผู้ถือหุ้น) ว่า มี 3 สำนัก ประกอบด้วย (1) The Earned Income School of Thought (2) The Social Innovation School of Thought และ (3) The EMES Approach of Social Enterprise ในที่นี้จะขออธิบายถึงลักษณะของการนิยามค่าและความหมายของ 2 สำนักแรก สำนักที่ 3 จะยกไปพูดถึงเป็นหัวข้อถัดไป

The Earned Income School of Thought

เป็นสำนักคิดที่เห็นว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม จะเป็นกิจการธุรกิจที่มียุทธศาสตร์การสร้างรายได้ด้วยการผสมผสานงานเพื่อสังคมกับการค้าพาณิชย์ รายได้จะเกิดขึ้นจากงานธุรกิจ (ค้าขาย และอิงระบบตลาด) แล้วทำให้องค์กรนั้นสามารถนำรายได้นั้นไปจัดการแก้ไขปัญหาสังคมตามจุดมุ่งหมายที่มีอยู่ สำนักคิดนี้ ยังมีการแบ่งออกเป็น 2 สาย คือ (1) แบบการพาณิชย์ขององค์กรไม่แสวงหากำไร (Commercial non - profit approach) ซึ่งจะสนับสนุนให้องค์กรพัฒนาเอกชน สมาคม และมูลนิธิ ไปสร้างงานพาณิชย์เพื่อสร้างรายได้ โดยปรับปรุงจากกิจกรรมที่ทำมาก่อนเป็นครั้งคราวมาเป็นกิจการที่มีความต่อเนื่องเพื่อนำเอารายได้ที่ได้รับไปดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ตัวอย่างของการริเริ่มจัดตั้งร้านขายหนังสือขายของที่ระลึกของ Oxfam - เป็นกิจการพาณิชย์ขององค์กรนักพัฒนาเอกชนที่ต้องการสร้างรายได้เพื่อนำเงินไปใช้จ่ายตามแผนงานเพื่อสังคมที่มีอยู่ (2) แบบกำหนดพันธกิจของบริษัทเป็นแม่งานเพื่อสังคม (Mission - driven business approach) กิจการหรือวิสาหกิจตามแบบนี้ จะเหมือนกับหน่วยลงทุนของเศรษฐกิจตลาด แต่เน้นที่จะลงทุนในกิจการที่มีพันธกิจการจัดการปัญหาสังคมโดยตรง (Social - purpose venture) นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการจัดการกำไรของธุรกิจให้เป็นไปเพื่อกิจการสังคม ซึ่งเป็นการเปิดกว้างให้เอกชนโดยทั่วไปในระบบเศรษฐกิจตลาดเข้ามาร่วมดำเนินงานตามกรอบของวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น ตัวอย่าง เช่น บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด ที่ริเริ่มโดยบริษัทขนาดใหญ่จำนวนหนึ่ง - เป็นกิจการที่ริเริ่มโดยเอกชนแล้วไปสร้างพันธกิจเพื่อสังคม

The Social Innovation School of Thought

เป็นสกุลความคิดที่เน้นให้ความสำคัญการประกอบการที่นำเอาความใหม่ในมิติต่างๆ มาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือบริการ ที่จะสร้างเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจแบบตลาด ด้วยเชื่อมั่นว่านวัตกรรมหรือความใหม่นั้น จะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความยั่งยืนของความสามารถในการจัดการธุรกิจและการแก้ไขปัญหาของสังคมไปพร้อมๆ กัน นวัตกรรมที่ว่านี้ จะหมายถึง ความใหม่ของการผลิต ความใหม่ของการจัดการผลิต ความใหม่ของการให้บริการ ความใหม่ของคุณภาพ ความใหม่ขององค์กร และความใหม่ของการตลาด โดยเฉพาะอย่างความใหม่เหล่านี้ หากเกิดขึ้นจากประสบการณ์ของสร้างสรรค์ของกระบวนการทางสังคมของชุมชนด้วยแล้ว ยิ่งจะเป็นการยืนยันในความสามารถทางการแข่งขัน ความได้เปรียบทางธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืนของการจัดการแก้ไขปัญหาของสังคมนั้นๆ

ตัวอย่างของวิสาหกิจเพื่อสังคม แบบนวัตกรรมสังคม ของบริษัท Dripteck ซึ่งเป็นกิจการที่เกิดขึ้นจากข้อเสนอของคณาจารย์นิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยแอสตันฟอร์ด ที่มหาวิทยาลัยให้ทุนสนับสนุนค้นคว้า สร้างสรรค์ และบ่มเพาะงานต้นแบบ รวมทั้งจัดหาผู้ลงทุนร่วมประกอบกิจการ เพื่อผลิตระบบน้ำหยดที่เหมาะสมต่อการใช้งานในพื้นที่แห้งแล้ง ทูรกันดาร ด้วยเทคโนโลยีที่ใช้ความดันแรงต่ำ มีความเหนียวของเส้นท่ออย่าง และแก้ไขจุดอ่อนของระบบข้อต่อ ฯลฯ ต่อมา กิจการนี้ได้มีการลงทุนร่วมกับกองทุนเพื่อสังคม (Social Venture Capital Fund) ไปตั้งโรงงานในจีนและอินเดีย ที่ที่ประชาชนในภาคชนบทของทั้ง 2 ประเทศขาดแคลนระบบชลประทาน และได้รับประโยชน์โดยตรงจากผลิตภัณฑ์นี้

สำหรับในประเทศไทย จะเห็นได้จากกิจการของบริษัท Local Alike จำกัด ที่นำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ (การค้นข้อมูล การส่งจองบริการ และการบริการสนับสนุน ฯลฯ) ไปใช้สำหรับการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสร้างช่องทางการตลาดและร่วมพัฒนาบริการต่างๆ ของวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน เป็นส่วนผสมทั้งกิจการแบบใหม่ของ Local Alike และความใหม่ในการจัดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน หรือกรณีของการพัฒนากิจการของวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง อ.ราชสีห์ จ.ศรีสะเกษ ที่ผลิตข้าวหอมมะลิ - อินทรีย์ตามคุณภาพมาตรฐานสินค้าทั้งไทยและสากลถึง 8 มาตรฐานและสามารถขายข้าวที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรสมาชิกได้มากกว่าราคาตลาดทั่วไปมากถึง 25% ของราคาตลาด (ในปี พ.ศ. 2560 มียอดขายมากถึง 100 ล้านบาท)

บรรณานุกรม

Defourney, Jacques and Nyssens, Marthe (2010). 'Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States : Convergences and Divergences', Journal of Social Entrepreneurship, 1-1,32 - 53