

คำ แนวคิด ความหมายของกิจการเพื่อสังคม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ก่อเกิดจากสังคมฐานล่าง

ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง

Image Plus Communication

[4]

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE)

หมายถึง การประกอบการวิสาหกิจหรือธุรกิจเพื่อร่วมจัดการปัญหาเศรษฐกิจและสังคม เป็นคำ/ความคิดที่มีนักวิชาการให้ความหมายไว้หลากหลายและแตกต่างกันไปตามบริบทของลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของแต่ละประเทศ ภูมิภาค ตลอดจนลักษณะทางชนชาติและวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบของการบริหารจัดการธุรกิจที่แตกต่างกันไป

ในประเทศไทย มีการนิยามความหมายของคำว่า Social Enterprise เป็นคำไทยอยู่ 2 คำ คือ “กิจการเพื่อสังคม” โดยสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (ปัจจุบันยุบเลิกไปแล้ว) โดยให้ความหมายว่า หมายถึง ธุรกิจหรือกิจการที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมเหมือนเอ็นจีโอ มูลนิธิ องค์กรการกุศล ต่างๆ แต่มีวิธีหากำไร วางระบบมาร์เก็ตติ้งได้เหมือนบริษัททั่วไป กับอีกคำหนึ่ง คือ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ตามพระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วย การยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 ลงวันที่ 24 สิงหาคม 2559 ซึ่งหมายถึง บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการขายสินค้าหรือการให้บริการ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่วิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายในการจัดตั้งตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ไปลงทุนในกิจการของตนเอง หรือใช้เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือเพื่อใช้ประโยชน์ส่วนรวมอื่นๆ ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนด (และตามร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ...ก็ใช้ความหมายเดียวกันนี้)

การดำเนินกิจการของบริษัท ประชากรรัฐรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ร่วมทุนโดยเอกชนชั้นนำของประเทศ เช่น บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด, บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน), บริษัท สหพัฒนาพิบูล จำกัด (มหาชน), กลุ่มบริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด ฯลฯ ร่วมกันถือหุ้นในสัดส่วน 24% ร่วมกับบริษัท ประชากรรัฐรักสามัคคี จังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด จำนวน 76 บริษัท ถือหุ้นในสัดส่วน 76% เพื่อร่วมกันดำเนินกิจการตามแนวทางวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อร่วมจัดการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจชุมชนด้านการเกษตร การแปรรูป และการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีการเข้าถึงปัจจัยการผลิต ทรัพยากร และแหล่งทุน สร้างองค์ความรู้

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 ประชาธิปไตยรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด ที่ริเริ่มโดยบริษัทขนาดใหญ่จำนวนหนึ่ง - เป็นกิจการที่ริเริ่มโดยเอกชนแล้วไปสร้างพันธกิจเพื่อสังคม

The Social Innovation School of Thought

เป็นสกุลความคิดที่เน้นให้ความสำคัญการประกอบการที่นำเอาความใหม่ในมิติต่างๆ มาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือบริการ ที่จะสร้างเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจแบบตลาด ด้วยเชื่อมั่นว่านวัตกรรมหรือความใหม่นั้น จะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความยั่งยืนของความสามารถในการจัดการธุรกิจและการแก้ไขปัญหาของสังคมไปพร้อมๆ กัน นวัตกรรมที่ว่านี้ จะหมายถึง ความใหม่ของการผลิต ความใหม่ของการจัดการผลิต ความใหม่ของการให้บริการ ความใหม่ของคุณภาพ ความใหม่ขององค์กร และความใหม่ของการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความใหม่เหล่านี้ 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