

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)
แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

โดย

พลตรี มานะ เกิดโอ
ผู้ทรงคุณวุฒิสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
กระทรวงกลาโหม

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๕
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๕ – ๒๕๖๐

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย พลตรี มานะ เกิดไธ หลักสูตร การป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๕

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเพื่อเสนอแนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย การศึกษานี้จะศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับองค์การกุศล องค์การไม่แสวงหากำไร กิจการไม่แสวงหากำไร รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม โดยศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร, ประเทศฟินแลนด์, ประเทศสหรัฐอเมริกา, ประเทศแคนาดา, ประเทศบังกลาเทศ, ฮองกง, ไต้หวัน, ประเทศสิงคโปร์ และ ประเทศเกาหลี กับประเทศไทย สำหรับการวิจัยจะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจาก แหล่งทุติยภูมิ เช่น เอกสาร หนังสือ และรายงานวิจัยต่างๆ เป็นต้น วิเคราะห์และสังเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการจำแนกข้อมูล เปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศ และถอดประเด็นเนื้อหาสำคัญ เพื่อสรุปผลการวิจัย รวมทั้ง การจัดทำข้อเสนอแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย ผลการวิจัย พบว่า ประเทศไทยควรมีรูปแบบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ผสมผสาน รูปแบบต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน วิสาหกิจเพื่อสังคม ควรได้รับการสนับสนุนทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ หรืออาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม ของไทยนั้นจำเป็นต้องดำเนินนโยบายทั้งจากบนลงล่าง (Top-Down) และจากล่างสู่บน (Bottom-Up) ไปพร้อมกัน หากมีการดำเนินการเพียงด้านใดด้านหนึ่งอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นจะต้องดำเนินการขับเคลื่อนในระดับนโยบายอย่างชัดเจนจากภาครัฐ เพื่อให้สังคมเกิดความตื่นตัว โดยมีข้อเสนอแนะให้ รัฐควรมีนโยบาย จัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม แบบ One Stop Service เพื่อบริการผู้สนใจให้สามารถ เริ่มดำเนินธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างสะดวกสบาย สถาบันการศึกษาควรจัดการเรียนการสอนด้านส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยตรง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกระทรวงศึกษาธิการ ควรเผยแพร่ความรู้ เรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมออกสู่สาธารณะอย่างกว้างขวาง

คำนำ

โลกปัจจุบันส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจ เป็นระบบทุนนิยม กับ สังคมนิยมส่วนน้อย ได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจจนเกิดผลกระทบไปสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเกิดความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างชัดเจน ผู้คนจำนวนมากมีความทุกข์จากการพัฒนาดังกล่าว มีคุณภาพชีวิตไม่ดีทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ผู้คนจำนวนน้อยที่มีโอกาสดีกว่ามีความร่ำรวยเป็นอย่างมากและมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าอย่างชัดเจน ช่องว่างระหว่างคนสองกลุ่มดังกล่าวคือความเหลื่อมล้ำในสังคม จึงก่อให้เกิดความรู้สึกของผู้คนส่วนใหญ่ว่าไม่ได้รับความเป็นธรรม ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในมิติต่าง ๆ และกระทบต่อความมั่นคงและสันติสุขของมนุษยชาติโดยรวม

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) จัดเป็นนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) ที่มีความหมายและเป็นความหวังที่จะลดความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดยบูรณาการจุดเด่นของระบบทุนนิยม และ ระบบสังคมนิยม เพื่อความสุขของสังคมส่วนรวม โดยรวมหน้าที่หลักของภาครัฐเข้ากับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการของภาคเอกชน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ เรื่องราวต่างๆ ของกิจการเพื่อสังคม เพื่อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมในบริบทของไทย

เอกสารวิจัย เรื่อง แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทไทย ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาจากคณะอาจารย์ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พลโท ชลิต ชุณหรัศมิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาสละเวลาช่วยแนะนำและให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณอาจารย์ เป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารวิจัยฉบับนี้จะมีส่วนช่วยในการปฏิรูปธุรกิจของประเทศไทย นำพาประเทศของเราไปสู่ประเทศที่มีการพัฒนาควบคู่ไปกับการดูแลคุณภาพชีวิตของประชาชน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ต่อไป

พลตรี

(มานะ เกิดไธ)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๕

ผู้วิจัย

ก
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญแผนภาพ	จ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๒
ขอบเขตของการวิจัย	๒
วิธีดำเนินการวิจัย	๒
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๓
คำจำกัดความ	๓
บทที่ ๒ แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม	๕
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	๕
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม	๖
แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติในเรื่อง CSR	๑๘
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์กรการกุศล/องค์กรไม่แสวงหากำไร/กิจการไม่แสวงหากำไร	๒๔
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	๒๘
ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	๓๕
ลักษณะและรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีการดำเนินการในประเทศไทย	๓๕
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๔๑
กรอบความคิดของการวิจัย	๔๘
สรุป	๔๘
บทที่ ๓ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม	๔๕
ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)	๔๕
ความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ต่อไทย	๕๐
ประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในไทย	๕๐
ตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีอยู่ในบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน	๕๔
สรุป	๕๕

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ ๔ การวิเคราะห์ การเปรียบเทียบ และการสังเคราะห์ รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม	๖๐
การวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม	๖๐
การ เปรียบเทียบรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วโลกกับไทย	๖๓
การสังเคราะห์วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศอื่น ๆ	๗๒
กรณีศึกษา	๗๓
สรุป	๗๕
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๗๗
สรุปผลการวิจัย	๗๗
ข้อเสนอแนะ	๘๓
บรรณานุกรม	๘๘
ประวัติย่อผู้วิจัย	๙๐

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ ๒ - ๑ Operational , Combining and Enhancing Models

หน้า

๓๗

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แต่เดิมนั้นการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการประกอบธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร กิจการต่าง ๆ ต้องรับผิดชอบต่อผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้นในกิจการนั้น ๆ นอกจากนั้น ยังมีกิจการที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น องค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ แต่ตั้งแต่ทศวรรษที่ ๒๐ ได้เกิดหน่วยงานที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ทำงานโดยไม่แสวงหาผลกำไร อีกรูปแบบหนึ่ง คือ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO : Non-Government Organization) เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม ตั้งแต่ระดับโลกจนถึงระดับท้องถิ่น โดยองค์กรเหล่านี้ต้องพึ่งพาแหล่งทุนจากภายนอก เช่น การรับบริจาค การขอรับการสนับสนุนแบบให้เปล่า ซึ่งทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงาน มีการจำกัดการขยายขอบเขตงาน และความยั่งยืนขององค์กร ข้อจำกัดเหล่านี้เป็นจุดกำเนิดของแนวคิดการเกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (S.E. : Social Enterprise) วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ กิจการเพื่อสังคม หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาด เพื่อเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมและมีแผนธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยง การดำเนินงานและขยายงานให้เต็มศักยภาพ วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ กิจการเพื่อสังคม (S.E. : Social Enterprise) มีเป้าหมายทางการเงินด้วยตัวแบบ Triple Bottom Line ผลประโยชน์ของสังคมหรือสิ่งแวดล้อม แทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของทางบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือนกิจการทั่วไป

สาเหตุของการเกิดขึ้นของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากความตื่นตัวของสังคมที่ตระหนักว่า ไม่ใช่แต่เพียงในเรื่องของปัญหาสังคมเท่านั้นที่เป็นปัญหา ที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข แต่ยังมีโจทย์ใหญ่ในเรื่องของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่โลกต้องเผชิญร่วมกัน ซึ่งจำเป็นต้องแก้ไขปัญหาาร่วมกันอีกด้วย ยิ่งสังคมเจริญก้าวหน้า ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมก็ยิ่งเกิดมากขึ้นและซับซ้อนยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าหากจะรอแต่ภาครัฐเข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหาให้หมดสิ้นไปนั้น ก็จะไม่ทันการณ์ ซึ่งแม้ว่าธุรกิจเอกชนจะเข้าร่วมแก้ไขปัญหาโดยการนำระบบความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบรรษัท (CSR : Corporate Social Responsibility) เข้ามาใช้ แต่บางครั้งการดำเนินธุรกิจเอกชนซึ่งเป้าหมายหลัก คือ การแสวงหาผลกำไร อาจจะมีผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ขัดแย้งกับการดำเนินการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงเป็นคำตอบที่ชัดเจนของโจทย์ปัญหาดังกล่าว

การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนี้ มีการดำเนินการอยู่ในประเทศใหญ่ ๆ หลายประเทศ ซึ่งภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือให้การดำเนินการธุรกิจประเภทนี้เป็นรูปธรรมและยั่งยืน ในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ภาครัฐก็ได้เข้าไปมีส่วนส่งเสริมให้กิจการเพื่อสังคมได้เป็นอีกทางเลือกของการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมทั้งรูปแบบ บทบาทของกิจการต่อสังคม และบทบาทของภาครัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดยการศึกษาเปรียบเทียบทั้งกิจการในประเทศและกิจการในต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางพัฒนาและเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ เพื่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในรูปแบบต่าง ๆ
๒. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
๓. เพื่อเสนอแนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับองค์กรการกุศล องค์กรไม่แสวงหากำไร กิจการไม่แสวงหากำไร รวมทั้ง แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม โดยศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมในต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร บังคลาเทศ ฮองกง ใต้หวัน แคนาดา ฟินแลนด์ สิงคโปร์ เกาหลี สหรัฐอเมริกา กับ ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งทุติยภูมิ เช่น เอกสาร หนังสือ และรายงานวิจัยต่าง ๆ เป็นต้น วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการจำแนกข้อมูล เปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศ และถอดประเด็นเนื้อหาสำคัญ เพื่อสรุปผลการวิจัย รวมทั้ง การจัดทำข้อเสนอแนวทางการดำเนินวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ได้แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ของไทย
๒. ได้รู้จักต้นแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ของไทย
๓. ได้ทราบปัจจัยเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

คำจำกัดความ

วิสาหกิจเพื่อสังคม	หมายถึง	บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือ การอื่น ๆ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่มีวิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่หรือมีเป้าหมายอย่างชัดเจน ในการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มิใช่การสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน ทั้งนี้ต้องนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ไปลงทุนในกิจการ หรือใช้เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ (www.consmag.com)
องค์กรการกุศล	หมายถึง	องค์กรเอกชน สมาคม หรือ มูลนิธิ ที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐบาล จัดตั้งขึ้นและดำเนินงานโดยเอกชน หรือประชาชน มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่จะต้องจดทะเบียนต่อทางราชการ เมื่อได้รับการอนุมัติจากทางราชการแล้ว ดำเนินงานไม่เป็นการหาผลกำไร มีวัตถุประสงค์เพื่อการกุศลและสาธารณประโยชน์ มีข้อบังคับหรือตราสารที่ได้ จดทะเบียนไว้กับทางราชการ การดำเนินงานจะต้องเป็นไป ตามข้อบังคับและมีคณะกรรมการดำเนินงานรับผิดชอบในการดำเนินงาน (www.guru.sanook.com)

องค์กร/กิจการที่ไม่แสวงหากำไร หมายถึง องค์กร/กิจการที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร แต่มุ่งทำประโยชน์ให้แก่สังคมและสาธารณชนโดยรวม เช่น สโมสร สมาคม มูลนิธิ และชมรมต่าง ๆ เป็นต้น เป็นสถาบันที่คณะบุคคลร่วมกันจัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินงานอันเป็นประโยชน์ (www.norththonri.com)

บทที่ ๒

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

การศึกษาเรื่อง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๑. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ
๒. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม
๓. แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติในเรื่อง CSR
๔. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์กรการกุศล/องค์กรไม่แสวงหากำไร/กิจการไม่แสวงหากำไร
๕. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
๖. ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
๗. ลักษณะและรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่มีการดำเนินการในประเทศไทย
๘. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดแรกที่เราจะกล่าวถึงคือ แนวคิดเกี่ยวกับความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ซึ่งเป็นการอธิบายถึงอำนาจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลของบริษัทสำหรับการดำเนินธุรกิจว่าแท้ที่จริงแล้ว บริษัทได้รับสิทธิและอำนาจนั้นมาจากสังคมในลักษณะที่เป็นใบอนุญาตชั่วคราว ภายใต้เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องตรงตามความคาดหวังของสังคมโดยรวม เช่น สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่สังคมได้หรือไม่ ในเชิงของ CSR ก็คงยังไม่เพียงพอต้องมีมองย้อนกลับถึงธรรมาภิบาลของบริษัท กระบวนการดำเนินธุรกิจมีผลกระทบต่อสังคมหรือไม่ มีการทำนุบำรุงสังคมในวงกว้างหรือไม่ ซึ่งสังคมจะทำการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความเจริญก้าวหน้าหรือความอยู่รอดของบริษัทจึงอยู่ที่บริษัทได้ดำเนินการตรงตามสิ่งที่สังคมคาดหวังมากน้อยเพียงใด แนวคิดนี้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำหรับบริษัทในการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อเป็นแนวทางการทำ CSR เพราะเท่ากับทำให้บริษัทเปลี่ยนแปลงแนวคิดทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจหรือแม้แต่การดำเนินกิจกรรม CSR เองก็ตาม จากการทำบริษัทเป็นศูนย์กลาง เป็นผู้มุ่งเน้นว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร ไปสู่รูปแบบที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของสังคมเป็นหลักเพื่อคงไว้ซึ่งสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป

Stakeholder Theory ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้มีเชื่อมโยงอย่างเหนียวแน่นกับเรื่องของความชอบธรรม (Legitimacy) โดยมุมมองจากแนวคิดนี้มุ่งไปยังนโยบายของบริษัทที่สร้างผลกระทบให้เกิดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น โดยบริษัทมีภาระรับผิดชอบที่จะต้องตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่ง แนวคิดนี้เป็นเรื่องของการจัดการผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Management) ของบริษัท โดยพิจารณาถึงความต้องการ (Need) ความเข้าใจ (Interest) และผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท เพราะการที่บริษัทจะสามารถดำรงอยู่ ดำเนินกิจการเจริญก้าวหน้าหรือล่มสลายถือเป็นความชอบธรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท

Business Ethics Theory จริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทจะเกี่ยวข้องกับทฤษฎีปทัสถาน หรือ Norm Theory ซึ่งหมายถึง การที่ผู้นำของบริษัทที่เป็นผู้รับผิดชอบในการใช้ศีลธรรม (Moral) เป็นเครื่องมือตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ของบริษัทหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมีผู้นำที่มีศีลธรรม (Moral Leadership) เป็นการกำหนดแนวทางการปฏิบัติขององค์กรที่เกิดคุณค่ามากกว่าข้อกำหนดของบริษัทหรือตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ยังคำนึงถึงคุณค่าทางจริยธรรมอื่น ๆ เช่น ความเสมอภาค เสรีภาพ และความเป็นธรรมอีกด้วย

Corporate Citizenship แนวความคิดนี้เรามองบริษัทเป็นหน่วยที่เทียบเท่ากับบุคคล ดังนั้น บริษัทต้องมีหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีของรัฐเช่นเดียวกัน จากแนวความคิด Carroll and Buchholz (๑๙๙๕) ความรับผิดชอบต่อ ๔ ประการ ของพลเมือง (Economic, Legal, Ethical and Philanthropic Responsibilities) ก็คือ ความรับผิดชอบต่อด้านมนุษยธรรม (Philanthropic Responsibility) เพื่อช่วยให้สังคมเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน เป็นการมองบริษัทในระดับเดียวกับบุคคลก็คือ การบริจาค โดยความสมัครใจเพื่อช่วยให้สังคมดีขึ้นอย่างยั่งยืนนั่นเอง การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทหรือ CSR เป็นหลักเบื้องต้นที่ทำให้เข้าใจถึงแนวคิดบทบาทของบริษัท ในความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ทำไมจึงต้องมีควรจะดำเนินไปในทิศทางใด และอยู่ส่วนไหนขององค์กร ซึ่งจากแนวคิดหลาย ๆ แนวคิดดังกล่าว เห็นได้ว่า CSR ก็คือหน้าที่หนึ่งของบริษัท ในฐานะพลเมืองของสังคมเป็นสิ่งที่องค์กรต้องปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีในสังคม ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรมนุษย์หรือธรรมชาติ เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะต้องตอบสนองต่อความคาดหวังจากสังคม สิ่งสำคัญที่องค์กรจะสื่อก็คือ ถ้า CSR คือความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะต้องทำ และทำให้สมกับความคาดหวังของสังคมแล้ว CSR น่าจะเป็นสิ่งที่สังคมอยากได้ไม่ใช่แค่สิ่งที่องค์กรอยากทำเพียงเท่านั้น

CSR-DIW (Corporate Social Responsibility- Department of Industrial Works) มีจุดที่เหมือนกับ ร่างมาตรฐาน ISO ๒๖๐๐๐ กรมโรงงานกล่าวถึงความสำคัญของมาตรฐาน CSR-DIW

ต่อภาคผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนั้น หากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมใด สามารถดำเนินการตามมาตรฐานดังกล่าวได้สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องทำมาค้าขายกับต่างประเทศอยู่จะช่วยเป็นใบเบิกทาง ทำให้ค้าขายได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับได้มากขึ้น เพราะมาตรฐานตัวนี้เป็นเสมือนเครื่องมือสะท้อนว่า ผู้ประกอบการนั้น ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดที่ได้รับความนิยม ISR ย่อมาจาก Individual Social Responsibility คือ คำว่าเป็น ๑ ใน ๗ หลักการของกลยุทธ์ผู้นำน้ำสีขาว ที่มุ่งเน้นให้คนแต่ละองค์กรในครอบครัว และในสังคม ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสังคม ฝังรากลึกกลงไปในจิตวิญญาณ ทำตัวเองเป็น Change Agent หน่วยขยายผลการเปลี่ยนแปลง โดยใช้ตัวบุคคล เป็นทูตแห่งความดี Brand Ambassador ที่มีพลังในการระเบิดจากข้างใน โดยไม่รอให้ผู้อื่นเปลี่ยนก่อนหรือองค์กรเปลี่ยนก่อน การวัดระดับ ISR หรือพลังแห่งการปลดปล่อยศักยภาพในตนเอง มีอยู่ด้วยกัน ๕ ระดับ ได้แก่ ระดับล่างสุด รอรับคำสั่ง (Order Taker) ระดับสอง เริ่มตั้งคำถามต่อหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน ระดับสาม (ดีขึ้นมาหน่อย) ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน ระดับสี่ (ดี) มีความคิดริเริ่มด้วยตนเอง เดินมาหาหัวหน้าเพื่อบอกว่าตั้งใจจะทำอะไร และระดับที่ห้า (ดีมาก) ลงมือปฏิบัติและรายงานผลให้ทราบเป็นระยะ ๆ (दनัย จันทรเจ้าฉาย, ๒๕๕๒)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม

เสนาะ ตีเขาวัว (๒๕๔๖ : ๓๖) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท คือ ภาระของบริษัทที่มีอยู่ต่อสังคมหรือกล่าวให้ชัดเจนลงไปคือภาระที่บริษัทจะต้องดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของบริษัท และต่อชุมชนภายนอกด้วย หรือเป็นภาระที่บริษัทมีต่อผู้มีส่วนร่วม (Stakeholders) ในบริษัท

บัณฑิตา ททรัพย์กมล (๒๕๔๔ : ๑๔) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง คุณธรรมซึ่งเป็นความคิดรวบยอดความรู้สึกรับผิดชอบชั่วดีอันเป็นเครื่องเหนี่ยวรั้งควบคุมพฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อสนองความปรารถนา สามารถมองเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของคนกลุ่มใหญ่ และพร้อมแสดงออกเมื่อมีเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมมากระตุ้น

กรมโรงงานอุตสาหกรรม (๒๕๕๑) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ความรับผิดชอบต่อของโรงงานอุตสาหกรรมต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันเกิดจากการตัดสินใจหรือกิจกรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการของโรงงานอุตสาหกรรมผ่านพฤติกรรมที่โปร่งใสและมีจรรยาบรรณ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสวัสดิการสังคมคำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับพฤติกรรมตามมาตรฐานสากล และบูรณาการทั่วทั้งโรงงานอุตสาหกรรม

๑. แนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council for Sustainable Envelopment) (CSR : Meeting Changing Expectation, ๑๙๙๕) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนครอบครัวของเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง

องค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา(UNTA) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ คือ การที่บริษัทเข้าไปเกี่ยวข้องและมีผลกระทบเชิงบวกต่อความต้องการและเป้าหมายของสังคม คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission Green Paper) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ แนวคิดที่บริษัทจะบูรณาการ งานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกิจการของประเทศ และการปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) โดยสมัครใจ

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การที่องค์กรตอบสนองต่อประเด็น ด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งที่การให้ประโยชน์หลัก คน ชุมชน และสังคม นอกจากนั้น ยังเป็นเรื่องของบทบาทขององค์กรธุรกิจในด้านสังคมและความคาดหวังของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจ โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจการต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน ๓ มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซามูเอลซี เซอโต (Certo, ๒๐๐๓, p.๔๘) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน หมายถึง การบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคม (Welfare of Society) โดยรวมและผลประโยชน์ขององค์กร (Interest of Organization)

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (๒๕๔๕ : ๓) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) อาจสรุปได้ดังนี้คือ

๑. ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
๒. ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
๓. พัฒนาตัวเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพ อย่างดีที่สุด

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (๒๕๕๑ : ๕) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษา สังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) หมายถึง การดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของคน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

๒. ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม

๒.๑ ธงชัย สันติวงษ์ (๒๕๔๖ : ๕๖-๕๘) กล่าวว่า การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานธุรกิจควรมีน้อยเพียงใด จะใช้วิธีพิจารณาระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์กรที่มีต่อสังคม ด้วยการติดตามว่าธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่ และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด โดยสามารถจำแนกได้ ๓ แบบ คือ

๒.๑.๑ การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) หรือ การรับผิดชอบต่อเฉพาะเท่าที่เป็นขั้นต่ำสุดตามข้อบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจการที่มีแนวคิดแบบนี้ จะเสียสละทรัพยากรขององค์กรเฉพาะเพียงเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้น แต่ไม่ได้มีการเสียสละโดยสมัครใจเพื่อเข้าช่วยเหลือแก้ไขปัญหาสังคมนั้น

๒.๑.๒ การรับผิดชอบต่อสังคมตามหน้าที่ (Social Responsibility Approach) คือ การยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบทั้ง ๒ ทางคู่กัน คือการทำกำไรทางเศรษฐกิจและการรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของความรับผิดชอบในทางเศรษฐกิจนั้น คือ การมุ่งทำกำไรและเพิ่มส่วนทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งหมายถึงการมุ่งให้ความสนใจต่อปัญหาสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แต่ขอบเขตการเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือแก้ไขปัญหาทางสังคมนี้จะถูกจำกัด โดยเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้น

๒.๑.๓ การรับผิดชอบต่อปัญหาทางสังคม โดยเน้นว่าธุรกิจมิใช่จะมีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจและทางสังคมควบคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะนี้จะเป็นการกระทำแบบกันไว้ดีกว่าแก้ โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแล้วรีบเข้าไปแก้ไขในทันทีทันใด

๒.๒ Bovee, Thill, Wood and Dovel กล่าวว่า ความรับผิดชอบที่ผู้บริหารควรจะมีต่อสังคม แบ่งได้ ๔ ระดับ คือ

๒.๒.๑ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เพื่อผลิตสินค้าและบริการตามที่ประชาชนต้องการ นำมาขายและก่อให้เกิดกำไรสำหรับเจ้าของกิจการ (ในกรณีที่เป็นองค์การทำเพื่อกำไร) นับได้ว่าเป็นความรับผิดชอบหลักและความรับผิดชอบดั้งเดิมของการ

ดำเนินกิจการ จนอาจกล่าวได้ว่าผู้บริหารในอดีตบางคนไม่เคยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อในด้านอื่นเลย นอกจากความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ

๒.๒.๒ ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal Responsibility) เพื่อดำเนินกิจการไปตามครรลองของกฎหมายและกฎข้อบังคับต่าง ๆ อย่างไรก็ตามกฎหมายและข้อบังคับไม่สามารถจะครอบคลุมการกระทำทุกอย่างที่องค์กรกระทำได้ การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมายแต่องค์กรควรจะกระทำหรือไม่ นั่น ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อผู้บริหารองค์กรนั้น ๆ

๒.๒.๓ ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (Ethical Responsibility) การกระทำบางอย่างไม่ใช่สิ่งที่กฎหมายบังคับ ถ้าองค์กรไม่ทำก็ไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรเลือกกระทำเพราะเห็นว่า เป็นความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม เช่น การให้สวัสดิการด้านเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เงินกู้ยืมอาหารกลางวัน รถรับส่งพนักงาน การจัดนำเที่ยว เป็นต้น

๒.๒.๔ ความรับผิดชอบต่ออย่างพิณีพิเคราะห์ (Discretionary Responsibility) ความรับผิดชอบต่อในระดับนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กรโดยตรง และขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจเลือกกระทำของผู้บริหารแต่ละคน ความรับผิดชอบต่อไม่ได้บังคับไว้ตามกฎหมายหรือเป็นสิ่งที่คิดว่าพนักงานควรได้รับตามหลักจริยธรรม เช่น ผู้บริหารไม่สนับสนุนให้พนักงานทำงานล่วงเวลา แต่จ้างพนักงานเพิ่ม เพิ่มเครื่องจักร เพิ่มเงินเดือน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารพิณีพิเคราะห์อย่างสุขุมแล้ว ว่าการทำงานล่วงเวลาทำให้สุขภาพของพนักงานเสื่อมโทรมและเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิต

๒.๓ ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (๒๕๔๕ : ๓) กล่าวว่า สามารถแบ่งระดับความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็น ๔ ระดับ ดังนี้

ระดับที่ ๑ ความรับผิดชอบต่อด้านมนุษยธรรม (Philanthropic Responsibility) เป็นการแบ่งปันความมั่งคั่งให้แก่สังคม ยิ่งมั่งคั่งมากก็ยิ่งลงทุนเรื่องการคืนกำไรให้สังคมมาก โดยสังคมคาดหวังว่าธุรกิจจะต้องปกป้องคุณภาพชีวิตโดยทั่วไปของสมาชิกในสังคม เช่น การบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศลต่าง ๆ การให้ทุนการศึกษา การจัดตั้งโรงเรียน

ระดับที่ ๒ ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) เป็นความรับผิดชอบต่อที่เกินกว่ากฎหมายกำหนด โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียหลัก ได้แก่ ผู้บริโภค พนักงาน Suppliers ผู้ถือหุ้นและชุมชน และมีมาตรฐานแนวทางปฏิบัติที่สะท้อนความคาดหวังของสังคม

ระดับที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) เป็นมาตรฐานของสังคมที่จะพิจารณาว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด ทั้งถูกต้องตามกฎหมายและได้รับการยอมรับจากสังคม ได้แก่ ความปลอดภัยของผู้บริโภค การรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น พระราชบัญญัติสิ่งแวดล้อม (การยกเลิกใช้น้ำมันผสมสารตะกั่ว การใช้กระดาษเป็นหีบห่อแทนพลาสติก การควบคุมการแข่งขัน ป้องกันการผูกขาด (การตั้งราคาที่ไม่เป็นธรรม การตัดราคา) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การส่งเสริม

ความเท่าเทียมและความปลอดภัย ทั้งด้านการจ้างงาน การจ่ายค่าจ้างที่ไม่เป็นธรรม และความปลอดภัยในการทำงาน

ระดับที่ ๔ ความรับผิดชอบในด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Responsibility) เป็นความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียในด้านความมั่นคงและมีคุณค่า ได้แก่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า การแข่งขันทางธุรกิจอย่างเป็นธรรม เช่น วิสาหกิจขนาดใหญ่ต้องไม่บีบบังคับวิสาหกิจขนาดเล็ก ต้องเลิกกิจการ ผลิตสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ลอกเลียนแบบสินค้า หรือจารกรรมข้อมูล ไม่ตัดราคา มีความปลอดภัย มีสุขอนามัยในการทำงาน ไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของพนักงาน

๒.๔ โสภณ พรโชคชัย (๒๕๕๒ : ๑๑) กล่าวว่า CSR แบ่งเป็น ๓ ระดับสำคัญ ดังนี้

๒.๔.๑ ระดับที่กำหนดตามกฎหมาย (Hard Laws) เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายอาญา กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายอาคารและผังเมือง การไม่ทำตามถือเป็นการละเมิดต่อปัจเจกบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือความสงบสุขของสังคม ถือเป็นอาชญากรรม องค์กรที่มี CSR ต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด

๒.๔.๒ ระดับที่ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจริยธรรม (Soft Laws) ซึ่งถือเป็นข้อกฎหมายอย่างอ่อน ข้อนี้หากไม่ปฏิบัติตามอาจไม่ถึงขนาดติดคุกหรือถูกศาลสั่งปรับ แต่อาจถูกพักใบอนุญาตหรือกระทั่งถูกไล่ออกจากวงการ ไม่สามารถประกอบอาชีพได้

๒.๔.๓ ระดับอาสาสมัคร เช่น เป็นผู้อุปถัมภ์ ผู้บริจาค ผู้อาสาทำดี ในรูปแบบต่างๆ ทั้งต่อบุคคล กลุ่ม ชุมชนหรือสังคม โดยรวม สิ่งเหล่านี้จะทำหรือไม่ก็ได้ ไม่ได้กำหนดไว้แต่หากทำดีสังคมก็จะยกย่องชื่นชม

๓. ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม

๓.๑ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (๒๕๔๕ : ๕๕) ได้แบ่งขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Area of Social Responsibility) ออกเป็น ๗ ด้าน ดังนี้

๓.๑.๑ ด้านชุมชน (Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมจะต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน โดยเป็นผู้นำในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับสังคม

๓.๑.๒ ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare) องค์กรเชื่อว่าการลงทุนในสุขภาพและจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่า และจำเป็นสำหรับพนักงานและชุมชนขนาดใหญ่ เช่น โครงการด้านสุขภาพและสังคม จะสร้างค่านิยมในชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับบริษัทด้วย

๓.๑.๓ ด้านการศึกษา (Education) องค์กรจำนวนมากมีความสนใจในความรับผิดชอบต่อการศึกษา ผู้บริหารระลึกว่าจะต้องปรับปรุงการศึกษาในระดับประถม มัธยม วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงิน ด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

๓.๑.๔ สิทธิมนุษยชน (Human Rights) บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบต่อ ด้านสังคม ในการรณรงค์สิทธิมนุษยชน

๓.๑.๕ สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ (Natural Environment) องค์กรจำนวนมาก ได้ตัดสินใจเลือกการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

๓.๑.๖ สิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights) บางองค์กรได้เน้นในเรื่อง ของสิทธิผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และการโฆษณาที่เป็นความจริง (Truthful Advertising)

๓.๑.๗ วัฒนธรรม (Culture) ธุรกิจซึ่งให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม เชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท และสร้าง ความรู้สึกที่ศรัทธาที่ดีให้เกิดขึ้นกับบริษัทได้ ทักษะที่ให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าเป็น การลงทุนที่มีคุณภาพ เป็นการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับชุมชน ลูกค้า ชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนในผลประโยชน์ขององค์กร ถือว่าสามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับ กลุ่มเหล่านี้ได้

๓.๒ เนตรพัฒนา ยาวีราช (๒๕๕๕ : ๕) กล่าวว่า ผู้บริหารและองค์กรต่าง ๆ ควรพิจารณาทบทวนบทบาท และขอบเขตในการดำเนินงานของตนเองอยู่เสมอว่าแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ครบถ้วนหรือไม่

๓.๒.๑ ความรับผิดชอบต่อสุขภาพและสวัสดิการของบุคคล (Health and Welfare) ได้แก่ การไม่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและ สวัสดิภาพของบุคคลโดยทั่วไป ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดอันตราย และมีการป้องกันความเสี่ยงตามมาตรฐานที่กำหนด

๓.๒.๒ ความรับผิดชอบต่อคุณภาพและบริการ (Products and Services) ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ คุณลักษณะเป็นไปตามข้อกำหนดและมาตรฐาน รับคืนหรือ เปลี่ยนสินค้าให้แก่ลูกค้าในกรณีที่สินค้าด้อยคุณภาพ หรือไม่ตรงตามที่กำหนด ให้บริการหลังการ ขายและรับประกันคุณภาพตามที่กล่าวอ้าง เป็นต้น

๓.๒.๓ ความรับผิดชอบต่อข้อมูลข่าวสารและการศึกษา (Information and Education) ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นแก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกขององค์กร การให้ความรู้ในด้านสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคอย่างถูกต้อง และครบถ้วน การสนับสนุนให้เกิด การเรียนรู้และการศึกษาในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคม

๓.๒.๔ ความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ได้แก่ การไม่ทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงผลกระทบของการดำเนินกิจการต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงพืช สัตว์ ป่าไม้ ดิน น้ำ อากาศ และดำเนินการป้องกัน ติดตามผล ตลอดจนปรับปรุงแก้ไข เมื่อเกิดความผิดพลาดได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ เช่น การที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตติดตั้งระบบควบคุมซัลเฟอร์ไดออกไซด์จากโรงไฟฟ้าที่ใช้ถ่านหิน ที่อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง โดยมีคุณสมบัติสูงกว่ามาตรฐานความปลอดภัยทั่วไป เป็นต้น

๓.๒.๕ ความรับผิดชอบด้านศาสนาและวัฒนธรรม (Religion and Culture) ได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการโดยคำนึงถึงวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ วิถีประเพณี บรรทัดฐาน ตลอดจนศาสนาของสังคม หากมีประเด็นที่เสี่ยงหรือต่อแหลมต่อความเข้าใจของสังคม จำเป็นต้องทำความเข้าใจ ละเว้น หรือหลีกเลี่ยงตามควรแก่กรณี นอกจากนี้ควรสนับสนุนทำนุบำรุง และเผยแผ่ศาสนาเพื่อเป็นหลักใจของสังคมด้วย

๓.๒.๖ ความรับผิดชอบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights) ได้แก่ การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนของกลุ่มต่างๆ เช่น สตรี คนชรา ผู้พิการ หรือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ว่าบุคคลกลุ่มต่างๆ เหล่านี้ควรมีสหิทธิขั้นพื้นฐาน หรือสิทธิในการได้รับบริการด้านใดบ้าง เช่น เด็กควรมีสหิทธิในการได้รับการเลี้ยงดูอย่างปลอดภัย มีปัจจัย 4 พอเพียง และได้รับการศึกษาตามสมควร เป็นต้น

๔. ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม

๔.๑ เสนาะ ดิยาวัว (๒๕๔๖ : ๓๗) ได้สรุปความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่มีต่อสังคม แยกตามประเภท ดังนี้

๔.๑.๑ ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) ได้แก่ การที่ธุรกิจจะต้องผลิตสินค้าและบริการสอดคล้องกับความต้องการของสังคม ในราคาที่เหมาะสม และทำให้ธุรกิจได้กำไรที่สร้างความพอใจให้กับผู้ลงทุน เป็นความรับผิดชอบต่อพื้นฐานที่ทำให้ทุกฝ่ายอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

๔.๑.๒ ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Legal Responsibility) ได้แก่ การที่ธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายของรัฐ ข้อกำหนดของรัฐบาล หรือองค์กรภาครัฐ และตามกฎหมายระหว่างประเทศ ซึ่งเท่ากับเป็นกฎกติกาของสังคมที่กำหนดว่าสิ่งใดผิดสิ่งใดถูกต้องตามสภาพของสังคม

๔.๑.๓ ความรับผิดชอบต่อทางจรรยาบรรณ (Ethical Responsibility) ได้แก่ การที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมซึ่งไม่ได้เขียนไว้ในกฎหมาย เป็นภาระขององค์กรธุรกิจที่จะต้องกระทำสิ่งที่ถูกต้อง ยุติธรรม และไม่เป็นอันตรายต่อสังคม

๔.๑.๔ ความรับผิดชอบตามความสมัครใจ (Voluntary Responsibility) ได้แก่ การที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการอย่างอื่นนอกเหนือไปจากข้างต้น เพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นทางสังคมและตามความประสงค์ของสังคมด้วยการมีส่วนร่วมในสังคม และเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่สังคม เช่น การทำตัวเป็นพลเมืองที่ดี การสนับสนุนกิจกรรมของสังคม และการให้บริจาค เป็นต้น

๔.๒ พิพัฒน์ ยอดพฤติกุลารณ์ และคณะ (๒๕๕๓ : ๓) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม ตามทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ ดังนี้

๔.๒.๑ Corporate-driven ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการดำเนินการกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเป็นหลัก เช่น องค์กรบริจาคเงินที่ได้จากกำไรในกิจการหรือบริจาคสินค้าและบริการขององค์กรเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ หรือนำพนักงานลงพื้นที่ เพื่อเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือผู้ประสบภัย เป็นการเสียสละทรัพยากรด้านเวลา หรือเป็นการลงแรง นอกเหนือจากการลงเงินหรือให้เป็นสิ่งของตามปกติทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้หากพิจารณาโดยยึดที่ตัวกระบวนการทางธุรกิจ (Business process) เป็นหลักยังสามารถจำแนกได้ ดังนี้

๔.๒.๑.๑ Corporate Social Responsibility In Process หรือการดำเนินการที่อยู่ในกระบวนการ

๔.๒.๑.๒ Corporate Social Responsibility After Process หรือการดำเนินการ ซึ่งแยกต่างหากจากกระบวนการทางธุรกิจหรือเกิดขึ้นภายหลังกระบวนการทางธุรกิจ

๔.๒.๒ Social-driven Corporate Social Responsibility เป็นการดำเนินการกิจกรรม โดยใช้ทรัพยากรนอกองค์กรเป็นหลัก เช่น การเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการขององค์กรในแต่ละช่วงเวลาการรณรงค์โดยจะบริจาครายได้จากการขายสินค้าและบริการส่วนหนึ่งต่อทุก ๆ การซื้อแต่ละครั้งให้แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยสึนามิ เป็นการระดมเงินบริจาค จากการซื้อสินค้าของลูกค้า และมอบหมายให้ผู้อื่นที่มีชั่วโมงงานในองค์กรลงแรงช่วยเหลือในพื้นที่ เป็นต้น

๔.๓ Kotler & Lee (2005 : 23) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาบรรษัทบริหารตามบทบาทและความเกี่ยวข้องของหน่วยงานจะสามารถจำแนกได้ ๓ ประเภท (Division)

๔.๓.๑ CSR-After-Process ที่มักใช้คำในภาษาไทยว่า “กิจกรรมเพื่อสังคม” คือการดำเนินการกิจกรรม (Activities) ของหน่วยงานซึ่งโดยมากเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านต่าง ๆ โดยกิจกรรมที่ดำเนินนั้น มักแยกต่างหากจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นกระบวนการ (Process)

๔.๓.๒ CSR-In-Process ที่มักใช้คำในภาษาไทยว่า “ธุรกิจเพื่อสังคม” คือการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ หรือเป็นการทำธุรกิจที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิต

เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามข้อกำหนดในฉลากผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องครบถ้วนต่อผู้บริโภค การชดเชยความเสียหายให้แก่ลูกค้าที่เกิดจากความผิดพลาดและความบกพร่องของพนักงาน ซึ่งการดำเนินความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ ถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ในเวลาทำงานปกติของกิจการ

๔.๓.๓ CSR-As-Process ที่มีคำในภาษาไทยว่า “กิจการเพื่อสังคม” เพื่อให้แตกต่างจากสองจำพวกข้างต้นที่เป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจโดยตรง กิจการในจำพวกที่สามนี้มักเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไรให้แก่ตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อยังประโยชน์ให้แก่สังคมในทุกกระบวนการของกิจการ ตัวอย่างของกิจการที่อาจจัดอยู่ในข่ายนี้ได้แก่ มูลนิธิ องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรประชาชนและส่วนราชการต่าง ๆ

๔.๔ Porter กล่าวถึงรูปแบบการทำ CSR ไว้ ๒ รูปแบบ ได้แก่

๔.๔.๑ CSR เชิงรับ (Responsive CSR) มีจุดเริ่มต้นจากการทำงานในเชิงรับขององค์กรซึ่งเป็นเพียงวิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อในระดับของการปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ที่จะให้ผลลัพธ์ที่ทำให้ธุรกิจได้รับการยอมรับ (License to Operate) ซึ่งเป็นเพียงการบรรเทาผลกระทบในเชิงลบที่เกิดขึ้นและคาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจโดยที่อาจจะยังไม่ได้มีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมภายนอก และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีปัญหาที่สังคมภายนอกเรียกร้องให้ธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Outside-in) โดยที่องค์กรยังมุ่งเน้นเพียงการรักษาคุณค่าขององค์กรเป็นสำคัญ

๔.๔.๒ CSR เชิงกลยุทธ์ (Strategic CSR) ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงาน CSR ขององค์กรธุรกิจในเชิงรุกเป็นรูปแบบที่จะสามารถนำไปสู่การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในวิธีการทำงานและเลือกประเด็นทางสังคม และนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ขององค์กรในระยะยาว ทั้งยังสามารถสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ให้กับทั้งองค์กรและสังคมในรูปแบบนี้องค์กรเริ่มกิจกรรม CSR ด้วยตัวเองโดยไม่ได้ถูกกดดันจากภายนอก โดยเชื่อมโยงกับความต้องการของสังคม ซึ่งเป็นรูปแบบในการยกระดับการทำงาน CSR และเชื่อว่าจะนำไปสู่การสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่ารูปแบบแรก

๕. ประโยชน์ของความรับผิดชอบต่อสังคม

องค์กรที่นำแนวคิดบรรษัทภิบาลไปปฏิบัติจะเกิดผลลัพธ์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ ในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้จากผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน และจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงและโดยอ้อม ดังนี้

๕.๑ ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมในแง่ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ ราคาหุ้นมีเสถียรภาพและมีส่วนล้ามูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุน ในแง่ของพนักงานเกิดความภูมิใจในการทำงานร่วมกันองค์กร ได้รับความสุขจากการ

ปฏิบัติงานในแง่ที่นอกเหนือจากผลตอบแทน'ในรูปตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษา พนักงานที่มีความสามารถและในขณะที่เดียวกันก็สามารถที่จะชักจูงบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้ องค์กรสามารถสร้างรายได้และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจาก การที่ถูกคำพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งต่อทุกๆ การซื้อ ผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งให้แก่ หน่วยงานหรือมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ฯลฯ องค์กรยัง สามารถที่จะลดรายจ่ายของกิจการจากการดำเนินกิจกรรมบรรษัทบริบาล ตัวอย่างเช่น โรงไฟฟ้าธรรมชาติให้ประชาชนประหยัดพลังงานเพื่อที่จะได้ ไม่ต้องลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าหรือหาแหล่งพลังงานทดแทนใหม่ หรือการลดงบประมาณใช้จ่ายด้าน โฆษณาในการเปิดตัวสินค้าแปรรูปของบริษัทแห่งหนึ่งที่มีส่วนช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อนจากผลผลิตที่ล้นตลาด โดยได้รับการสนับสนุนประชาสัมพันธ์จากหลายภาคส่วนใน สังคมเปรียบเทียบกับงบประมาณสินค้าที่ไม่มีส่วนประสมของซีเอสอาร์ของบริษัทแห่งเดียวกัน

๕.๒ ประโยชน์ที่เป็นนามธรรม องค์กรสามารถได้รับประโยชน์จากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Branding Positioning) ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้นๆ ในประเภทสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยการดำเนินกิจกรรมบรรษัทบริบาล ร่วมกับการทำตลาด ผลิตภัณฑ์เช่น ร้านกาแฟที่รับซื้อเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นหรือจากไร่กาแฟที่ใช้เกษตรกรอินทรีย์ เป็นต้น สำหรับองค์กรที่มีได้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นชื่อขององค์กร หรือเป็นองค์กรที่มีหลายตราผลิตภัณฑ์ สามารถดำเนินกิจกรรมบรรษัทบริบาลที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ (Corporate Image) นอกเหนือไปจากการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์โดยการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อสังคม โดยสมัครใจมากกว่าเป็นเพียงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในอุตสาหกรรมหรือกฎหมายบ้านเมืองในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาและดูแลระบบบำบัดน้ำเสีย ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือมากกว่าการมีระบบไว้เพียงเพื่อให้ผ่านการตรวจสอบตามเกณฑ์แต่มีได้เปิดใช้งาน เป็นต้น

นอกจากนี้องค์กรยังสามารถจัดทำรายงานของกิจการที่เรียกว่า Sustainability Report ซึ่งหน่วยงาน Global Reporting Initiative : GRI เป็นผู้วางกรอบและแนวทางไว้เพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร โลก ในปัจจุบันมีองค์กรธุรกิจที่จัดทำรายงานดังกล่าวแล้วนับพันแห่งทั่วโลก (Kotler & Lee : 2005) กิจกรรม CSR ที่ไม่ชัดเจนย่อมมีมูลค่าน้อยกว่าการเสริมสร้างมูลค่าของ ตราสินค้า (Brand Value) จึงเป็นผลมาจากการทำ CSR โดยตรง การมี CSR ยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้นระหว่างนายจ้างและลูกจ้างระหว่างลูกจ้างด้วยกันเอง และระหว่างวิสาหกิจกับชุมชน สังคมโดยรวมทั้งหน่วย ราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นการเสริมสร้างตราที่ยั่งยืนอย่างที่เชื่อถือ และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทั้งหลายอุดหนุนสินค้าและบริการของวิสาหกิจ และร่วมกันดูแลปกป้องวิสาหกิจนั้นๆ ให้อยู่กับร่องกับรอยที่ถูกต้องด้วย

๖. คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียน, เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ไอคอนพรินติ้ง, (๒๕๕๘) กล่าวว่

CSR : Corporate Social Responsibility หรือ เรียกเป็นภาษาไทยว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

นิยาม CSR : การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ในการปฏิบัติตามหลัก CSR ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับธุรกิจ สามารถแบ่งออก ได้เป็น ๔ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ ๑ Mandatory level : ข้อกำหนดตามกฎหมาย (Legislation) หมายถึง การที่ธุรกิจ มีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

ขั้นที่ ๒ Elementary level : ประโยชน์ทางธุรกิจ (Economic Profit) หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งในขั้นนี้ธุรกิจควรหมั่นตรวจสอบว่ากำไรที่ได้นั้นต้องมีกำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

ขั้นที่ ๓ Preemptive level : จรรยาบรรณทางเศรษฐกิจ (Business Code of Conduct) หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสม และผู้ประกอบการธุรกิจได้ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลหรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

ขั้นที่ ๔ Voluntary level : ความสมัครใจ (Voluntary Action) หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้เรียกร้องจากสังคมแต่อย่างใด ซึ่งในขั้นนี้ การประกอบธุรกิจจะอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ และการดำเนินการ CSR ในส่วนนี้สมควรได้รับความยกย่องชื่นชมจากสังคมอย่างแท้จริง

ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในขั้นที่ ๑ เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในขั้นต่อไป ให้ขึ้นกับความพร้อมของธุรกิจแต่ละแห่งที่แตกต่างกัน โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม

แนวคิดที่เกี่ยวกับการปฏิบัติในเรื่อง CSR

แนวคิดที่เกี่ยวกับการปฏิบัติในเรื่อง CSR แบ่งเป็น ๘ หัวข้อ ดังนี้

๑. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
๒. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม
๓. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
๔. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
๕. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
๖. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
๗. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม
๘. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

๑. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักการ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการทำให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

แนวปฏิบัติ

ศึกษาและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแล หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี ๒๕๔๙” ที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ หลักการดังกล่าวได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD (OECD Principles of Corporate Governance ,2004) ซึ่งเนื้อหาของหลักการนี้ได้แบ่งออกเป็น ๕ หมวด คือ

๑. สิทธิของผู้ถือหุ้น
๒. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
๓. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
๔. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
๕. ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท

ในแต่ละหมวดข้างต้นประกอบด้วยส่วนที่เป็นหลักการสำคัญ และส่วนที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อให้บริษัทจดทะเบียนสามารถปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวนอกจากนี้ สำหรับกรรมการบริษัท

จดทะเบียนควรรศึกษาเอกสาร “คู่มือกรรมการ” ที่ออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของกรรมการได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

๒. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

หลักการ

การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

แนวปฏิบัติ

๑. หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือหากพบว่ามี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น ก็ควรจัดให้มีกระบวนการไกล่เกลี่ยที่เป็นธรรม และมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน

๒. ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี หลีกเลี่ยงพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก หรือร่วมสมคบคิด (ฮั้ว) กัน

๓. ไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือ ลิขสิทธิ์

๔. จัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต หรือ สามารถตรวจสอบพบได้โดยไม่ชักช้า รวมถึงมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งให้ความเป็นธรรมหากเกิดกรณีดังกล่าว

๕. รณรงค์ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเห็นความสำคัญของการต่อต้าน การทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ

๓. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

หลักการ

การเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันมีส่วนสัมพันธ์กับธุรกิจ ในลักษณะการเพิ่มคุณค่า และทรัพยากรบุคคลนับเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

แนวปฏิบัติ

๑. สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยหมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน

(Forced Labour)ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labour) เป็นต้น

๒. ส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในธุรกิจของตน และกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล โดยความรับผิดชอบของธุรกิจด้านสิทธิมนุษยชนยังครอบคลุมไปถึงบริษัทในเครือ ผู้ร่วมทุน และคู่ค้า

๓. จัดให้มีระบบการทำงานที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสม เช่น การมีระบบป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงาน การจัดให้มีสถานที่ทำงานที่สะอาด เพื่อความปลอดภัยจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากอุบัติเหตุและโรคภัย

๔. พัฒนาพนักงานเพื่อฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพ โดยเปิดโอกาสให้พนักงาน มีการเรียนรู้ และเลื่อนตำแหน่งเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม

๕. จัดให้มีเงื่อนไขการทำงานที่เป็นธรรมสำหรับพนักงาน และให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามศักยภาพ

๖. จัดให้มีกระบวนการร้องเรียนอย่างเหมาะสมสำหรับพนักงานที่ได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม

๗. จัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควร เช่น จัดให้มีวันลาพักผ่อนประจำปี การทำงานล่วงเวลาที่สมเหตุสมผล เป็นต้น

๘. ส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการใช้ชีวิตระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีการพิจารณาใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสบำเพ็ญประโยชน์ ทำความดีเพื่อสังคม รวมทั้งการปฏิบัติตามหลักธรรมของศาสนาต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน

๙. จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้ง หรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจ (Whistle-Blower Protection)

๑๐. ให้ข้อมูลสำคัญแก่พนักงานและตัวแทนพนักงาน เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและสภาพที่แท้จริงขององค์กรธุรกิจ

๑๑. สนับสนุนการหารือ/ความร่วมมือระหว่างนายจ้างกับพนักงาน และตัวแทนพนักงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน

๑๒. เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งครอบคลุมถึงการมีอิสระในการให้ความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง การได้รับข้อมูลหรือความคิดเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเสรี

๔. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

หลักการ

สินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค

ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า/บริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า/บริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

แนวปฏิบัติ

๑. ผลิตสินค้า/บริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้ โดยไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงกระบวนการเรียกคืนสินค้า/บริการที่ไม่ปลอดภัย

๒. จัดเก็บข้อมูลผู้บริโภคอย่างปลอดภัย ไม่ส่งผลต่อข้อมูลผู้บริโภคให้กับผู้อื่น นอกจากจะได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน

๓. ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เช่น ไม่โฆษณาเกินจริง หลีกเลี่ยงการมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครอบงำ ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ บอกวิธีการใช้สินค้าอย่างปลอดภัยรวมถึงการกำจัดซากขยะหลังการใช้งาน เป็นต้น

๔. กระตุ้นให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตเห็นความสำคัญของการใช้สินค้า/บริการที่คำนึงถึง เรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น

๕. พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรควบคู่ไปกับการนำพาสังคมผู้บริโภคให้เป็นสังคมคนดี มีวัฒนธรรม และคุณธรรม ที่ยังให้เกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ตลอดไปอย่างยั่งยืน

๕. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

หลักการ

ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า/บริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

แนวปฏิบัติ

๑. สำรวจ ตรวจสอบสภาพชุมชนและสังคมโดยรอบที่ตั้งของธุรกิจทั้งใกล้และไกลว่าได้รับผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการของธุรกิจหรือโครงการที่จะดำเนินการในอนาคตมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาพิจารณาแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินการ มิให้เกิดผลกระทบในทางลบและสร้างความเสียหายต่อชุมชนและสังคม ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

๒. สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม

๓. ร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและสังคมให้น่าอยู่

๔. สนับสนุนให้ชุมชนและสังคมมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ อย่างเพียงพอ เช่น สถานศึกษา สถานพยาบาล ถนน เป็นต้น

๕. สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ เช่น การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการทำความดี ลดขายมุขเพื่อความอยู่ดีมีสุขภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

๖. ในการจัดกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และสังคม ธุรกิจสามารถขอคำปรึกษาและข้อเสนอแนะได้จาก ก.ล.ต. สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility Institute หรือ CSRI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจ เพื่อสังคม (CSR) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

๖. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

หลักการ

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภครายการธรรมชาติจำนวนมากเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศน์ต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

แนวปฏิบัติ

๑. จัดให้มีระบบการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และติดตามประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบนิเวศน์ ปัญหาโลกร้อน มลภาวะ ฯลฯ

๒. ใช้เทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและการบำบัดมลพิษก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ

๓. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการประหยัดพลังงาน และมีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่

๔. พัฒนาสินค้าบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัยในการใช้งาน

๕. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบสาธารณสุขแก่พนักงานและสาธารณชน

๖. ส่งเสริมให้ลูกค้าตระหนักถึงข้อพึงระวังด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้สินค้า/บริการของบริษัท

๗. ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และสาธารณสุข

๘. จัดเตรียมแผนฉุกเฉินเพื่อจัดการกับปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้ง จัดให้มีระบบการรายงานต่อหน่วยงานกำกับดูแลทันทีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

๙. นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรม จากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการ

ในการดำเนินธุรกิจควรนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างกลมกลืน โดยนำความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR มาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ ความสามารถในการแข่งขัน และมูลค่าเพิ่ม ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อม ๆ กัน (Competitiveness with innovative business)

แนวปฏิบัติ

๑. สสำรวจกระบวนการต่าง ๆ ของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ว่าก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือมีผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร และศึกษาหาแนวทางแก้ไข เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว นอกจากนี้ ควรศึกษา พิจารณา และวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างละเอียด และครอบคลุมทุกด้าน เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ

๒. เปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม

๓. หมั่นวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมตลอดเวลา โดยควรเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสร้างโอกาสในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อความเจริญเติบโตควบคู่การสร้างผลกำไรของธุรกิจอย่างยั่งยืน เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคในศตวรรษที่ ๒๑ จะเปลี่ยนไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่มีองค์ประกอบด้าน CSR มากขึ้น หากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวตอบสนองความต้องการได้ทันท่วงที อาจสูญเสียตลาดและโอกาสทางธุรกิจได้

๑๐. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

หลักการ

ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนั้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ทุกฝ่าย ยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร

แนวปฏิบัติ

๑. จัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR Report) โดยอาจระบุไว้ในรายงานประจำปี (Annual Report) หรือจัดทำเป็นฉบับแยกต่างหากจากรายงานประจำปี ที่เรียกว่า รายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) ตามรูปแบบที่สากลยอมรับและครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อดังหัวข้อดังต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

๑.๑ การดำเนินงานด้านธุรกิจ กล่าวถึง วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจที่สะท้อนหลักการและแนวทางปฏิบัติตามหลักการ CSR โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี และผลการดำเนินงาน

๑.๒ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กล่าวถึง นโยบายการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย กระบวนการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูธรรมชาติและกระบวนการของเสียและวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม

๑.๓ การดำเนินการด้านสังคม กล่าวถึง นโยบายการจัดการด้านแรงงานและพนักงาน สวัสดิการในการทำงานของพนักงาน การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนและสังคมโดยรอบพื้นที่ตั้งของธุรกิจ

๒. จัดทำข้อมูลการรายงานให้ชัดเจน กระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น โดยสรุปการดำเนินการทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง หากมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากภายนอก ให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล และกลั่นกรองความถูกต้องของข้อมูล ก่อนนำมาเปิดเผยไว้ในรายงาน

๓. จัดให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก เช่น จัดทำรายงานทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ/บริษัท

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์กรการกุศล/องค์กรไม่แสวงหากำไร/กิจการไม่แสวงหากำไร

องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (อังกฤษ: Non Profit Organization หรือย่อว่า NPO) เป็นชื่อเรียกองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายสนับสนุนกลุ่มที่มีความคิดเห็นพ้องกัน โดยเนื้อหาจะแตกต่างกันตั้งแต่ศิลปะ การกุศล การศึกษา การเมือง ศาสนา งานวิจัย และจุดมุ่งหมายในด้านอื่น ๆ โดยการทำงานทั้งหมดไม่มีจุดประสงค์ในเชิงพาณิชย์ไม่หาผลประโยชน์เข้าสู่องค์กร แต่มีรายได้จากค่าลงทะเบียน ค่าบำรุงจากสมาชิก หรือเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดที่ได้มาจากการบริจาคหรือจากการให้โดยเสน่หา (วิกิพีเดียออนไลน์, ๒๕๕๘)

รุจิรัตน์ ปาลีพัฒนสกุล มหาวิทยาลัยนอร์ทธนบุรี (มปพ.) ได้อธิบายถึงกิจการที่ไม่แสวงหากำไรไว้ดังนี้

๑. ความหมาย

กิจการที่ไม่แสวงหากำไร หมายถึงกิจการที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร แต่มุ่งทำประโยชน์ให้แก่สังคมและสาธารณชนโดยรวม เช่น สโมสร สมาคม มูลนิธิ และชมรมต่างๆ เป็นต้น เป็นสถาบันที่คณะบุคคลร่วมกันจัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินงานอันเป็นประโยชน์แก่สมาชิกและสังคมส่วนรวม โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง คือ

- ๑.๑ เพื่อให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนทั่วไป
- ๑.๒ เพื่อส่งเสริมบริการสังคม และวิชาชีพ
- ๑.๓ เพื่อการกุศลสาธารณะและเพื่อการสาธารณประโยชน์
- ๑.๔ เพื่อการสันตนาการ

๒. ประเภทของกิจการที่ไม่แสวงหากำไร

๒.๑ กิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาครัฐ

กิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาครัฐ เป็นกิจการที่จัดตั้งและใช้แหล่งเงินทุนมาจากภาครัฐ เช่น เงินงบประมาณแผ่นดิน เงินบริจาค เงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ เป็นต้น

ตัวอย่างของกิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาครัฐ เช่น กระทรวง ทบวง สำนักงาน กรม เทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

๒.๒ กิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาคเอกชน หรือ หน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ

กิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาคเอกชน หรือหน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐ เป็นกิจการ ที่จัดตั้งและใช้แหล่งเงินทุนมาจากภาคเอกชน เช่น เงินบริจาค เงินบำรุงจากสมาชิก รายได้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

ตัวอย่างของกิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาคเอกชน เช่น สมาคม มูลนิธิ สโมสร ชมรม องค์การสาธารณกุศล เป็นต้น

๓. ลักษณะของกิจการที่ไม่แสวงหากำไร

กิจการที่ไม่แสวงหากำไรภาคเอกชน มีลักษณะบางอย่างคล้ายกับหน่วยงาน ภาครัฐ และมีลักษณะบางอย่างคล้ายกับหน่วยงานธุรกิจ ดังนี้

๓.๑ ลักษณะของกิจการไม่แสวงหากำไรภาคเอกชนที่คล้ายกับหน่วยงานภาครัฐ

๓.๑.๑ วัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง คือ ไม่แสวงหากำไรหรือไม่ได้มุ่งหวังกำไร ดังนั้นการให้บริการ หรือการมอบสินค้าเพื่อช่วยเหลือสังคมแบบให้เปล่าหรือฟรีโดยไม่เรียกเก็บ ค่าบริการหรือสินค้านั้น บางกรณีอาจเรียกเก็บค่าบริการหรือสินค้านั้นเพียงพอให้คุ้มกับต้นทุนที่เกิดขึ้น เพื่อให้มีเงินทุนใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ดังนั้นการวัดผลสำเร็จของการดำเนินงาน

ของกิจการจึงมุ่งเน้นกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพและการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของกิจการที่ตั้งไว้

๓.๑.๒ แหล่งที่มาของเงินทุน คือ เงินงบประมาณแผ่นดิน เงินรับบริจาค เงินค่าบำรุงจากสมาชิก เงินอุดหนุนหรือเงินช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคเอกชน โดยเจ้าของเงินทุนไม่ได้ต้องการผลตอบแทนกลับคืนมาสู่ตนเป็นการเฉพาะ หรือเป็นสัดส่วนกับจำนวนเงินที่ลงทุน หรือไม่ได้มุ่งหวังให้มาชดใช้คืน ดังนั้นจึงไม่มีส่วนของเจ้าของแต่เรียกว่า “เงินกองทุน (FUND)” แทน

๓.๑.๓ ผู้รับประโยชน์ คือ บุคคลหรือประชาชนทั่วไป สังคมโดยส่วนรวม บางกรณีอาจเป็นบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ได้รับความเดือดร้อน หรือด้อยโอกาส หรือไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้หรืออาจเป็นสมาชิกของกิจการนั้น

๓.๑.๔ การบริหารและการควบคุมดูแลรักษาสินทรัพย์คือสินทรัพย์ส่วนใหญ่ ได้มาจากการรับบริจาค หรือจัดหาด้วยเงินทุนของกิจการเอง ดังนั้นกิจการต้องบริหารและควบคุมดูแลรักษาสินทรัพย์นั้นให้ปลอดภัย และใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ผู้บริจาคต้องการ ซึ่งอาจเป็นวัตถุประสงค์เฉพาะหรือทั่วไปก็ได้ การบริหารและการควบคุมดูแลรักษาสินทรัพย์อาจใช้การบัญชีกองทุน

๓.๑.๕ การจัดทำงบประมาณ คือ การจัดทำและการใช้งบประมาณเป็นเครื่องมือ ในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของกิจการ โดยงบประมาณแยกเป็นงบประมาณรายได้ และงบประมาณรายจ่าย หรืองบประมาณโครงการ หรืองบประมาณเพื่อการดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่ง

๓.๑.๖ ไม่เสียภาษี คือ กิจการไม่แสวงหากำไรที่ตั้งขึ้นเพื่อการสังคม สงเคราะห์ ทางศาสนา การบริการสังคมโดยไม่ได้ทำการค้าหรือธุรกิจ จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ แต่ถ้ากิจการที่ไม่แสวงหากำไรดำเนินกิจการค้าและมีกำไรต้องเสียภาษีเงินได้เช่นเดียวกับหน่วยงานธุรกิจ

๓.๒ ลักษณะของกิจการไม่แสวงหากำไรภาคเอกชนที่คล้ายกับหน่วยงานธุรกิจ

๓.๒.๑ การดำเนินงานโดยคณะกรรมการบริหาร คือ การดำเนินงานของกิจการ อยู่ในรูปของคณะกรรมการ

๓.๒.๒ การเปรียบเทียบรายได้กับค่าใช้จ่าย คือ การจัดทำรายงานทางการเงิน เพื่อวัดผลการดำเนินงานในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง โดยการเปรียบเทียบรายได้กับค่าใช้จ่ายว่ามีรายได้ สูงกว่าหรือต่ำกว่าค่าใช้จ่าย

๓.๒.๓ หลักเกณฑ์การบันทึกบัญชี

๓.๒.๔ การคิดค่าเสื่อมราคา

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสมาคมและมูลนิธิ ดังนี้

๑. การจัดตั้งสมาคมและมูลนิธิ

การจัดตั้งสมาคมและมูลนิธิ จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบของทางราชการ สมาคมต้องมีข้อบังคับ และมูลนิธิจะต้องมีตราสาร โดยมีข้อความที่กำหนด เช่น

จะต้องมีชื่อ วัตถุประสงค์ และสำนักงานของสมาคมและมูลนิธิ มูลนิธิจะต้องมีทรัพย์สินเป็นกองทุน เริ่มแรก มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐ บาท โดยมีเงินสดไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท

๒. ลักษณะของสมาคมและมูลนิธิ

๒.๑ เป็นองค์การเอกชน สมาคมและมูลนิธิ ถือเป็นองค์การเอกชน ไม่ใช่ องค์การรัฐบาล เพราะจัดตั้งขึ้น และดำเนินงาน โดยเอกชน หรือประชาชน

๒.๒ มีฐานะเป็นนิติบุคคล สมาคมและมูลนิธิที่จัดตั้งจะต้องจดทะเบียน ต่อทางราชการ เมื่อได้รับอนุญาตจากทางราชการแล้ว จะมีฐานะเป็นนิติบุคคล

๒.๓ ไม่เป็นการหาผลกำไร วัตถุประสงค์ของสมาคม และมูลนิธิจะต้องไม่เป็นการหาผลกำไร สมาคมและมูลนิธิส่วนมากจะมีวัตถุประสงค์ เพื่อการกุศล และ สาธารณประโยชน์

๒.๔ มีข้อบังคับหรือตราสาร สมาคมจะมีข้อบังคับ และมูลนิธิ จะมีตราสาร ซึ่งจดทะเบียนไว้กับทางราชการ การดำเนินงานของสมาคมและมูลนิธิจะต้องเป็นไปตามข้อบังคับ และตราสารที่กำหนดไว้

๒.๕ มีคณะกรรมการดำเนินงานสมาคมและมูลนิธิ จะมีคณะกรรมการตามจำนวนที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ หรือตราสาร รับผิดชอบในการดำเนินงาน โดยมีนายกสมาคม หรือ ประธานมูลนิธิ เป็นประธานคณะกรรมการ และเป็นผู้แทนของสมาคมและมูลนิธิ ในการติดต่อกับบุคคลภายนอก และในการทำนิติกรรมใดๆ ของสมาคม และมูลนิธิ

๓. บทบาทและความสำคัญของสมาคมและมูลนิธิ

ในปัจจุบัน จำนวนประชากรได้เพิ่มมากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป ใน พ.ศ. ๒๕๓๐ จำนวนพลเมืองเพิ่มขึ้นถึง ๕๕ ล้านคน ประชาชนที่ประสบความทุกข์ยากเดือดร้อน ในเรื่องต่างๆ ได้เพิ่มมากขึ้น เช่น คนยากจน คนอนาถา คนพิการ คนว่างงาน ปัญหาสังคม จึงเพิ่มมากขึ้น และมีความรุนแรงยิ่งขึ้น เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด ปัญหาครอบครัว ปัญหาความเสื่อมโทรมทางด้านศีลธรรมและจิตใจ ถ้าพึงรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐแต่ฝ่ายเดียว ย่อมไม่สามารถที่จะให้การสงเคราะห์ และสวัสดิการทางสังคมแก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง ส่วนการแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ ให้บรรเทาลง และพัฒนาสังคมให้ไปสู่ความเจริญมั่นคง ตามเป้าหมายที่ต้องการนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความร่วมมือ และการสนับสนุนจากองค์การ เอกชน โดยเฉพาะสมาคมและมูลนิธิ

ในปัจจุบัน มีสมาคมและมูลนิธิ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวนประมาณ ๑๐,๐๐๐ องค์การ นับว่า เป็นพลังและทรัพยากรอันมหาศาล เพราะสมาคมและมูลนิธิเหล่านี้ ประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีความเสียสละ และมีใจเป็นกุศล มีทรัพย์สินและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในการดำเนินงาน สมาคมและมูลนิธิ จึงมีบทบาทและความสำคัญ ในการสงเคราะห์ผู้ประสบปัญหาความทุกข์ยากเดือดร้อนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคม ซึ่งมี

มากและทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น และในการพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สังคมของเรามีความสงบเรียบร้อยและเจริญมั่นคงก้าวหน้า

๔. การบริหารและดำเนินงานของสมาคมและมูลนิธิ

สมาคมและมูลนิธิ บริหารงาน โดยคณะกรรมการอำนวยการ หรือคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นเอกชน หรือประชาชน โดยมีการแต่งตั้ง และระยะเวลาอยู่ในตำแหน่งตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับหรือตราสาร คณะกรรมการอำนวยการหรือคณะกรรมการบริหาร เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของสมาคม และมูลนิธิ ตลอดจนในเรื่องการหารายได้ การเงิน และ ทรัพย์สิน สมาคม และมูลนิธิส่วนมากจะมีผู้อาสาสมัครเข้ามาช่วยทำงานตามโครงการต่าง ๆ สมาคม และมูลนิธิหลายองค์การ ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชดำริ หรือได้รับพระมหากรุณาธิคุณให้อยู่ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมและมูลนิธิเหล่านี้ ได้ทำงานที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน และประเทศชาติเป็นเอกประการทั้งในการสงเคราะห์ผู้ประสบปัญหาความทุกข์ยากเดือดร้อน ในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาสังคม และในการพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ หลายองค์การเป็นที่รู้จักกันดี อาทิ มูลนิธิ "อานันทมหิดล" มูลนิธิราชประชานุเคราะห์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิสายใจไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สภาสังคมสงเคราะห์

การหารายได้และการเสียภาษี ในข้อบังคับของสมาคม และตราสาร ของมูลนิธิ มักจะกำหนดการหารายได้ของสมาคม และมูลนิธิไว้เช่น จากค่าบำรุงสมาชิก (สำหรับสมาคม ซึ่งมีสมาชิก) จากเงินบริจาค จากดอกเบี้ยเงินฝาก จากการจัดงาน และจากการจัดทำสิ่งของที่ระลึก จำหน่าย รายได้ของสมาคมและมูลนิธิ อันเป็นนิติบุคคลต้องเสียภาษี ส่วนผู้บริจาคเงินให้สมาคม หรือมูลนิธิ จะมีสิทธิหักลดหย่อนภาษีเงินได้ของตน เฉพาะสมาคม และมูลนิธิ ที่มีรายชื่อตามประกาศของกระทรวงการคลังเท่านั้น

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ความหมายของ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม นั้น มีผู้ให้ความหมาย หรือคำอธิบาย ไว้ในมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” หมายถึง กิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง หรือการกำหนดเพิ่มเติมที่ปรับเปลี่ยนเป้าหมายเป็นเพื่อการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นหลัก โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น ลักษณะพิเศษของกิจการเพื่อสังคม คือ กระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ หรือบริการ จะต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื่องในระยะยาวต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม มีการ

กำกับดูแลกิจการที่ดี มีศักยภาพที่จะมี ความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง ผลกำไรส่วนใหญ่ถูกนำไปเพื่อการลงทุนกลับไปในการขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว หรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม หรือผู้ให้บริการสามารถมีรูปแบบขององค์กรที่หลากหลาย และมีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ (อภิรักษ์ โภชะโยธิน อดีตผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” เป็นนวัตกรรมทางสังคมรูปแบบใหม่ที่อาศัยลักษณะทางธุรกิจผนวกเข้ากับเป้าหมายการแก้ไขปัญหาและ พัฒนาองค์กรร่วมของสังคมอย่างยั่งยืน การสร้างการตระหนักรู้ แนวคิดดี ๆ แบบนี้จะเป็นแรงผลักดันสร้างความเข้มแข็งของรากฐานทางสังคม สร้างภูมิคุ้มกันต่อการเผชิญ การเปลี่ยนแปลงในวิกฤติสถานะเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน (ชัยสุทธิ์ ชำนาญเลิศกิจ กรรมการผู้อำนวยการ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” หมายถึง กิจการที่ใช้กำไรจากการประกอบการเพื่อวัตถุประสงค์ ในการแก้ไขหรือพัฒนาสังคม ต่างจาก Corporate Social Responsibility (CSR) ตรงที่องค์กรทาง CSR คือ องค์กรเอกชน ที่ยังคงมีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่ต้องการตอบแทนสังคม ขณะที่วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมมีเป้าหมาย ในการสร้างกำไรควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม (ดร.การดี เดียวไพโรจน์ อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” หมายถึง หน่วยงานที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาด เพื่อเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มุ่งเน้นเป้าหมาย หลัก คือ (๑) สร้างผลกำไร (๒) สร้างสรรค์สังคม (๓) สนับสนุนสิ่งแวดล้อม เรียกว่า Triple Bottom Line โดยเป้าหมายทางการเงิน คือ การสร้างรายได้เพื่อเพิ่มผลประโยชน์ของสังคมหรือ สิ่งแวดล้อม แทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือนธุรกิจทั่วไป วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ต่างจาก CSR ตรงที่กิจการเพื่อสังคมมีเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ขณะที่ CSR มักเป็นกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสังคมของกิจการที่แสวงหากำไรตามปกติ Social Enterprise เป็น ธุรกิจเอกชนที่ผลิตหรือค้าขายโดยแสวงหากำไร แต่กำไรจะคืนสู่สังคม แม้บางที่อาจต้องจัดสรรกำไรให้ผู้ลงทุนบ้างก็ตาม ต่างจาก CSR ที่เป็นโครงการเพื่อสังคมของธุรกิจที่แสวงหากำไรสูงสุด

(วิกิพีเดียออนไลน์, ๒๕๕๕)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” เป็นทางเลือกระหว่างทุนนิยมกับสังคมนิยมซึ่งล้วนแต่มีข้อดีและข้อเสียด้วยกันทั้งสิ้น โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีอุดมการณ์ของสังคมนิยมอยู่บ้างเล็กน้อย คือ การช่วยเหลือสังคมและมีแนวคิดทุนนิยมคือ ทำธุรกิจเหมือนปกติทุกอย่าง เพียงแต่ไม่ได้แสวงหากำไรสูงสุด แต่ต้องการให้เกิดกำไรเพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม เป็นทางเลือกที่ช่วยให้สังคมน่าอยู่ยิ่งขึ้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือ

กิจการเพื่อสังคม ไม่ได้เป็นเพียงบริษัทที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำการกุศลอย่างเดียว แต่มี วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้ลูกค้า กำไรบางส่วนกลับสู่เจ้าของทุน แต่ส่วนใหญ่ เป็นไปเพื่อการกุศล ทำให้สังคมไม่มีการแก่งแย่ง ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และไม่หาประโยชน์จาก กำไรสูงสุด (รศ.ดร.วราภรณ์ สาม โภเศษ, ออนไลน์, ๒๕๕๕)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” เป็นทางออกหนึ่งในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ และสังคม ปัจจุบัน วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีรูปแบบของการผสมผสานระหว่าง ความคล่องตัว ความมีประสิทธิภาพ และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมแบบผู้ประกอบการ ร่วมกับ ความมีจิตสำนึกต่อสังคมแบบนักพัฒนาสังคมไว้ด้วยกัน เพื่อให้สามารถแก้ปัญหา วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือกิจการเพื่อสังคม อาจดำเนินการในรูปแบบธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนความตั้งใจ ที่จะแก้ไขปัญหาสังคมที่ตนเองสนใจ หรืออาจไม่ได้ทำธุรกิจ แต่ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพในขณะที่สามารถมีเงินทุนทำ ให้โครงการนั้นดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน (ศ.ดร. เกียรติศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ <http://www.kriengsak.com/> และหนังสือสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” มีเป้าหมายหลักอยู่สองประการด้วยกัน (Double Bottom-Line) เป้าหมายแรก คือ เพื่อให้ได้กำไรหรือผลประโยชน์ที่ดีเหมือนธุรกิจ ทั่วไป เป้าหมายที่สองซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้กัน คือ แก้ไขปัญหาให้กับสังคมหรือทำให้สังคมดีขึ้น เช่น กรณีร้านกาแฟที่มีเป้าหมายการดำเนินงานว่า มุ่งเน้นการสร้างวงจรการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ระหว่างชุมชนในท้องถิ่นทुरुกันดารกับผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และพัฒนาอาชีพให้ประชาชนในถิ่นทुरुกันดาร การพัฒนาคนและชุมชนเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น หรือ WWW.eBannok.com (ร้านอีบ้านนอก) เป็นโครงการส่งเสริมอาชีพ ที่สนับสนุนให้คนไทย (ชาวเขา) ได้ใช้ฝีมือผลิตสินค้าหัตถกรรม โดยแก้ไขปัญหาการเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ของชาวนบพ ซึ่งอาศัยฝีมือด้านหัตถกรรมที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผลิตสินค้าพื้นเมืองขายจนปัจจุบัน เป็นที่รู้จักกันไปทั่วโลก (รศ.ดร.พสุ เดชะรินทร์ กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ วันจันทร์ที่ ๑๒ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๒)

“วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” เป็นกิจการที่มีลักษณะสำคัญ ได้แก่ ความเป็นธุรกิจที่แสวงหากำไรเหมือนธุรกิจทั่วไป แต่มีวัตถุประสงค์ที่จะไม่สร้างความมั่งคั่ง หรือผลตอบแทนกลับคืนแก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นอย่างเดียว แต่จะนำกำไรที่เกิดจากการทำธุรกิจไป ตอบแทนให้แก่ ชุมชน สังคม หรือ ช่วยจรรโลงรักษาทรัพยากรและสภาพแวดล้อมโดยรวมของโลก รวมไปถึงการนำผลกำไรจากธุรกิจเข้าช่วยแก้ปัญหาให้กับชุมชนและสังคมในด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่ สังคมที่มีคุณภาพชีวิตและ สิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น (เรวัตี ตันตยานนท์ ในกรุงเทพธุรกิจออนไลน์)

Pearce (2003, อ้างถึงใน นิตนา ฐานิตชนกร) กล่าวถึงการประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) หรือธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจาก

หน่วยงานสหกรณ์ ซึ่งสหกรณ์แห่งแรกก่อตั้งขึ้นจากกลุ่มใช้แรงงานในโรงงานทอผ้า ณ เมืองรอซเวล ประเทศอังกฤษ ในปี ค.ศ.1844 โดยสหกรณ์มีแนวคิดที่มุ่งเน้นสร้างความเป็นธรรมแก่สังคม มีการร่วมมือและรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ที่เดือดร้อนให้รู้จักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีหลักการดำเนินงานสหกรณ์โดยเน้นเสรีภาพความเสมอภาคความยุติธรรมและมีความเอื้ออาทรต่อกันเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนและยกมาตรฐานความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นหลักการสหกรณ์ที่ยังยึดถือปฏิบัติมาจนปัจจุบันนี้

Smallbone et a (2001, : 5 อ้างถึงใน วีรบุรุษ วิสารทสกุล) กล่าวว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือกิจการเพื่อสังคม นั้น มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น รวมถึงการจัดสินค้าและบริการ ซึ่งตลาดหรือภาครัฐ ไม่สามารถจัดให้ได้ การพัฒนาทักษะ การสร้างการจ้างงาน (โดยเฉพาะกลุ่มคนด้อยโอกาส) การสร้างและจัดการสถานที่ การให้ทุนกู้ยืมและการสนับสนุนภาคประชาชนในฐานะ อาสาสมัคร การมีส่วนร่วมเอื้อประโยชน์แก่สังคมวงกว้างยังรวมถึงปฏิบัติการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและถ่ายทอดประสบการณ์การศึกษาและการทำงานให้แก่เยาวชน โดยองค์ประกอบหลัก ๒ ประการ ที่เป็นลักษณะของ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม นั้น ได้รวมเอาวัตถุประสงค์ทางสังคม การสร้างคุณค่าสังคม ด้วย กลยุทธ์ของการประกอบการ การประยุกต์ความเชี่ยวชาญทางธุรกิจและทักษะทางการตลาดสำหรับการไม่หวังผลกำไร แม้ว่าจะมีความแตกต่าง แต่ความหมายทั้งจากฝั่งอเมริกาและจากฝั่งยุโรปก็มีความเหมือนกัน ซึ่งผู้เขียน ได้ดึงองค์ประกอบ ๓ ประการ มาเปรียบเทียบกัน

สำนักคิดธุรกิจเพื่อสังคม ให้ความหมายของ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในลักษณะการเป็น องค์กรไม่หวังผลกำไรที่สามารถสร้างกิจกรรมการหากำไรเพื่อความอยู่รอดทางการเงิน เพื่อให้มีความเป็นอิสระจากการบริจาคหรือการสนับสนุนจากรัฐหรือองค์กรทุน เป้าหมายของสำนักคิดนี้ มุ่งไปที่ความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม และสนับสนุนการพึ่งตนเองที่พอเพียง โดยไม่หวังผลกำไร ซึ่งจะสามารถสำเร็จได้ด้วยการหารายได้ไม่ใช่ว่าจากการพึ่งพิงจากรัฐหรือภาคเอกชน

European Commission (2003 อ้างในวีรบุรุษ วิสารทสกุล) ซึ่งกำหนด นโยบายทางยุโรป อ้างถึงความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ว่า "มิใช่มีนัยยะ ตัว แสดงทางเศรษฐกิจ แต่ยังเล่นบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมของพลเมืองในสังคม และในการสร้างและผลิตทุนทางสังคม โดยการจัดตั้ง อาทิ โอกาสสำหรับการทำงานอาสาสมัคร"

Bull และ Crompton (2005 อ้างถึงใน นิटना ฐานิตรนกร) กำหนดนิยามของ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ไว้ว่า เป็นหน่วยงานที่สาม ของสังคม (The Third Sector) นอกเหนือจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ได้แก่ หน่วยงานไม่หวังผลกำไร วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม องค์กรเพื่อสังคม อาสาสมัครเอกชน หน่วยงานในภาคประชาชน ซึ่งคำนิยามเหล่านี้สามารถใช้เรียกแทนกันได้

MacGillivray, Conaty, Doling, และMulineux (1998 อ้างถึงใน นิตนา ฐานิทรนกร) ได้ให้คำจำกัดความวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมว่า เป็นหน่วยงานที่อยู่ตรงกลางระหว่างองค์กรการกุศลและองค์กรธุรกิจ ในงานวิจัยทางการประกอบการเพื่อสังคมของ Dacin, Matear, และ Dacin (2010) ที่ได้ค้นคว้า ศึกษาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการเพื่อสังคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า นิยามของการประกอบการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในงานวิจัยต่างๆ ของนักวิชาการส่วนใหญ่ นั้น มุ่งที่จะศึกษาและอธิบายลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม โดย เน้นที่จะแสดงถึงคุณสมบัติและพฤติกรรมของผู้ประกอบการ แรงจูงใจในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ความสามารถในการมองเห็น โอกาสที่บุคคลอื่นมองไม่เห็น และความพยายามเปลี่ยนแปลงสังคม โดยใช้ทักษะความเป็นผู้นำและการใช้ทรัพยากรที่จำเป็นในการประกอบการ

กมลลักษณ์ ไชยวรสศิลป์ และขนิษฐา ปาทานศิริกุล (๒๕๕๓ : ๒) อธิบายลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ไว้ดังนี้ คือกิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิต สินค้า และ/หรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่ม หรือมีการกำหนดเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนเป้าหมาย ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และ/หรือ สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น อาจแบ่งลักษณะพิเศษของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ดังต่อไปนี้

๑. กระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ รวมถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื้อในระยะเวลาต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม

๒. มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

๓. มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง

๔. ผลกำไรส่วนใหญ่ถูกนำไปเพื่อการลงทุนกลับไปในการขยายผลเพื่อการบรรลุ

เป้าหมายดังกล่าว หรือ คืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม หรือผู้ใช้บริการ

๕. สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย

๖. มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

ลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เป็นการประสานความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ ผลตอบแทนในด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมและผลตอบแทนทางการเงิน โดยมีพื้นฐานจากความสนใจของเจ้าของกิจการ (Social Entrepreneur) ที่ต้องการสร้างผลตอบแทนทางสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้รูปแบบการบริหารจัดการของธุรกิจและการทำประโยชน์แก่สังคมร่วมกัน

Social Enterprise (SE) มีวัตถุประสงค์ ๓ อย่างควบคู่กันไป คือ

๑. สร้างกำไร

๒. มุ่งสร้างสรรค์สังคม

๓. สนับสนุนสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า Triple Bottom Line

SE ไม่มุ่งกำไรสูงสุด หากมุ่งสร้างกำไรเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ของสังคม SE คือองค์กร “Not - For - Profit” เนื่องจากกำไรไม่ต้องแบ่งสรรคืนให้แก่เจ้าของทุน หากนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ “การให้” สังคม ในประเทศอังกฤษได้กำหนดลักษณะ ๓ อย่างที่ทำให้องค์กรหนึ่งเป็น SE คือ

๑. ผลิตสินค้าและบริการหรือค้าขายโดยแสวงหากำไร

๒. มีวัตถุประสงค์ของการตั้งขึ้นมาอย่างชัดเจนเพื่อสังคม เช่น สร้างงานเพื่อชุมชน หรือฝึกฝนทักษะของชุมชนหรือจัดหาบริการให้แก่ชุมชน ฯลฯ

๓. ความเป็นเจ้าของนั้นไม่ถูกผูกขาด หากกระจายกันไปในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้าบริษัท ชุมชน ฯลฯ กำไรถูกแบ่งสรรกลับคืนเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม หรือชุมชน

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นคำที่ใช้เฉพาะในประเทศอังกฤษ ไม่เหมือน CSR คือ SE ทำเพื่อสังคม มิใช่แค่รับผิดชอบสังคม โดยมีความเชื่อว่าบริบททางสังคมเปลี่ยนแปลง สมมติฐานเปลี่ยน วิธีแก้ปัญหาก็ต้องเปลี่ยน เราไม่สามารถแก้ปัญหาด้วยวิธีเดียวกันกับทำให้เกิดปัญหาได้ หรือภายใต้บริบทที่สร้างปัญหาการบริจจาคหรือพึ่งพารัฐไม่ใช่คำตอบ สัมมาชีพไม่ค้อยกว่าทุนนิยมขนาดใหญ่

Social Enterprise = NGO (Social Mind.) + Business (Motivation) + Government (Public Benefit) กล่าวคือ SE ใช้ผลรวมของจุดเด่นของรูปแบบองค์กรทั้งสามอย่างที่มีอยู่ = a profit making business set up to tackle social or environmental need ไม่หวังผลกำไรแต่มีกำไร เป็น not for profit organization ไม่ถึงกับ non for profit organization เป็น profitable ไม่ใช่ just for profit

Social Enterprise = Social Ownership + Social Goal นั่นคือ สังคมเป็นเจ้าของ เพื่อเป้าหมายสังคมและขายได้

จากนิยามหรือความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวสรุปได้ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม” หมายถึง “กิจการที่ตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือสังคมและ/หรือ สิ่งแวดล้อม โดยเป็นกิจการที่ดำเนินการ ในรูปแบบธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไรสูงสุดหรือแสวงหากำไรอย่างยุติธรรม ผลประโยชน์ที่วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ให้กับสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อม อาจเกิดจากกิจกรรมต่างๆ ที่วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมดำเนินการ และ/หรือ เกิดจากวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม นำเงินกำไรที่ได้มาช่วยเหลือสังคม และ/หรือ สิ่งแวดล้อม โดยมีกำไรบางส่วนหรือทั้งหมดกลับคืนไปสู่ผู้ถือหุ้น”

รูปแบบองค์กรของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

Mal Warwick ได้จัดประเภทวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ไว้ดังนี้

๑. องค์กรภาคสังคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไรและนำกำไรมาใช้จ่ายในกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น โรงพยาบาลนารายณ์มหาราช ได้นำเงินจากการเก็บค่าจอดรถมาช่วยสนับสนุน ค่าใช้จ่ายบริหาร เป็นต้น

๒. องค์กรภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไร แต่นำผลกำไรที่ได้รับกลับไปคืนให้กับสังคม ชุมชนในรูปแบบการบริจาค หรือช่วยเหลือธุรกิจที่ทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น Newman's Own เป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหารที่แสวงหาผลกำไร แต่เมื่อธุรกิจทำกำไรได้จะส่งมอบกำไรทั้งหมดให้แก่หน่วยงานทางการศึกษา หรือหน่วยงานที่รับบริจาคเพื่อนำไปช่วยเหลือสังคมต่อไป

๓. องค์กรภาคสังคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคม คือ องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ก่อตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยจัดหางาน และสร้างรายได้ให้คนที่ยังไม่มีงานทำ

๔. องค์กรภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคมแต่เป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไร ธุรกิจประเภทนี้จะให้ความสนใจไปที่ภารกิจทางสังคม อาทิเช่น การช่วยเหลือ และแก้ปัญหาสังคมมากกว่าภารกิจด้านอื่น เช่น Shore Bank ดำเนินกิจการคล้ายธนาคารทั่วไป แต่จะอุทิศตนเพื่อการสร้างความเท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจและสร้างสภาพแวดล้อมที่มีความอุดมสมบูรณ์ให้กับชุมชน

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่ามีรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมอีกรูปแบบหนึ่ง เรียกว่า รูปแบบผสมผสาน (Hybrids) คือ เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ไม่ใช่ทั้งภาคสังคมและภาคธุรกิจ แต่เป็นตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มาร่วมกันจัดตั้งธุรกิจ โดยมีจุดยืนอุดมการณ์ที่ชัดเจนว่าจะจัดตั้งธุรกิจขึ้น เพื่อการช่วยเหลือสังคม ชุมชน โดยเฉพาะ ดังตัวอย่างเช่น

Ben & Jerry เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยสังคม ภารกิจทางสังคมที่ Ben & Jerry ให้ความสำคัญ คือ การให้ความช่วยเหลือเด็ก ครอบครัว สิ่งแวดล้อม และความยุติธรรมทางสังคม นอกจากนี้ Ben & Jerry สนับสนุนธุรกิจที่จะมาเป็น Franchise โดยจัดตั้ง The Partnership Program ขึ้นเพื่อสนับสนุนด้านต่าง ๆ เช่น ให้ส่วนลดในข้อตกลงซื้อ Franchise ทั้งนี้เพื่อให้ตัวแทน Franchise สามารถดำเนินนโยบายด้าน การช่วยเหลือสังคมเหมือนดังเช่นที่ Ben & Jerry ได้ดำเนินการ

Greyston Bakery เป็นธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร แต่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือสังคม ชุมชนชาว Yonkers ในมลรัฐนิวยอร์ก ชุมชนชาว Yonkers เป็นชุมชนที่มีความยากจน จึงเป็นแรงบันดาลใจที่จะช่วยเหลือสังคม โดยเฉพาะด้านการป้องกัน โรคเอดส์ หรือช่วยเหลือด้านสุขภาพ

การดำเนินธุรกิจของ Housing Works Bookstore Cafe มาจากการนำเอาสินค้าที่ บริษัทได้มาจากการบริจาคมานำมาจำหน่าย เพื่อแลกเปลี่ยนเป็นเงิน และนำเงินรายได้เหล่านั้นไปช่วยเหลือสังคม

ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ ๒๐ แล้วเริ่มเกิดหน่วยงานประเภทที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า เอ็น จี โอ (NGO : Non – Governmental Organization) องค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ ในต่างประเทศมักเรียกว่า องค์กรที่ทำงานโดยไม่แสวงหากำไร หรือ องค์กรอาสาสมัครเอกชน สำหรับประเทศไทยมักเรียกว่า องค์กรการกุศล หรือ องค์กรสาธารณประโยชน์ และในระยะหลังก็เรียกว่า องค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งเป็นหน่วยที่ได้รับการรับรองตามกฎหมาย ดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม ตั้งแต่ระดับโลกไปจนถึงระดับท้องถิ่น

แต่ที่ผ่านมา การดำเนินงานขององค์กรเหล่านี้ต้องพึ่งพาแหล่งทุนจากภายนอกในลักษณะต่าง ๆ เช่น การรับบริจาค การขอรับการสนับสนุนแบบให้เปล่า บางครั้งจึงเกิดความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงาน ข้อจำกัดในการขยายขอบเขตงาน และความยั่งยืนขององค์กร ข้อจำกัดเหล่านี้เองที่เป็นจุดกำเนิดของแนวคิด SE วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

SE วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) จึงหมายถึงหน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาดเพื่อเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และมีแผนธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานและขยายงานให้เต็มศักยภาพได้ นั่นคือ SE จะมีการมองเป้าหมายทางการเงินด้วยแต่เป็นโมเดลแบบ Triple Bottom Line ที่วางเป้าหมายการสร้างรายได้เป็นฐานที่จะเพิ่มผลประโยชน์ของสังคมหรือสิ่งแวดล้อม แทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือนกิจการทั่วไป

ลักษณะและรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีการดำเนินการในประเทศไทย

ลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

นอกจากดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป SE วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จะมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

๑. มีแนวทางการหารายได้ด้วยตนเองเพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เช่น รูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ และ/หรือ บริการการระดมทุน โดยให้ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน จนถึง การขอรับบริจาคหรือการสนับสนุนทางการเงินแบบให้เปล่าเหมือน NGO : Non-Government Organization

๒. เน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหา นั่นคือ การคิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาที่เป็นเป้าหมายของการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผลยั่งยืน และสามารถต่อยอดผลลัพธ์ได้

๓. การดำเนินงานแบบอาศัยความร่วมมืออย่างกว้างขวางจากเครือข่าย เพื่อใช้ศักยภาพของหน่วยนั้น ๆ ในการร่วมแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารปฏิรูปประเทศไทย)

ในปัจจุบัน ประเทศไทยใหญ่ ๆ หลายประเทศให้ความสำคัญกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม และให้การสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมกันอย่างจริงจังและกว้างขวาง เช่น ประเทศอังกฤษ แคนาดา ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา รวมทั้งในภูมิภาคเอเชีย เช่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น ส่วนในประเทศไทยเองก็มองเห็นศักยภาพและความเป็นไปได้ของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดยภาครัฐได้มีการจัดตั้ง คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดยได้จัดทำแผนแม่บทสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมขึ้น ซึ่งจากประสบการณ์ของประเทศต่าง ๆ กล่าวได้ว่า เมื่อรัฐบาลเข้ามาสนับสนุนในระดับนโยบาย จะสามารถสร้างความสนใจและขับเคลื่อนทรัพยากรจำนวนมากผลักดันให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมได้จำนวนมากและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจได้อย่างดีอีกด้วย เพราะวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะช่วยแก้ปัญหาและพัฒนาโอกาสทางสังคมสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ที่มีความยั่งยืนทางการเงิน จะสามารถขยายผลได้อย่างไม่สิ้นสุด

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

รูปแบบ (Model) ของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม แบ่งออกเป็น ๓ แบบตามระดับของการผสมกันระหว่างกิจกรรมทางธุรกิจและโครงสร้างทางสังคม : Embedded , Integrated and External

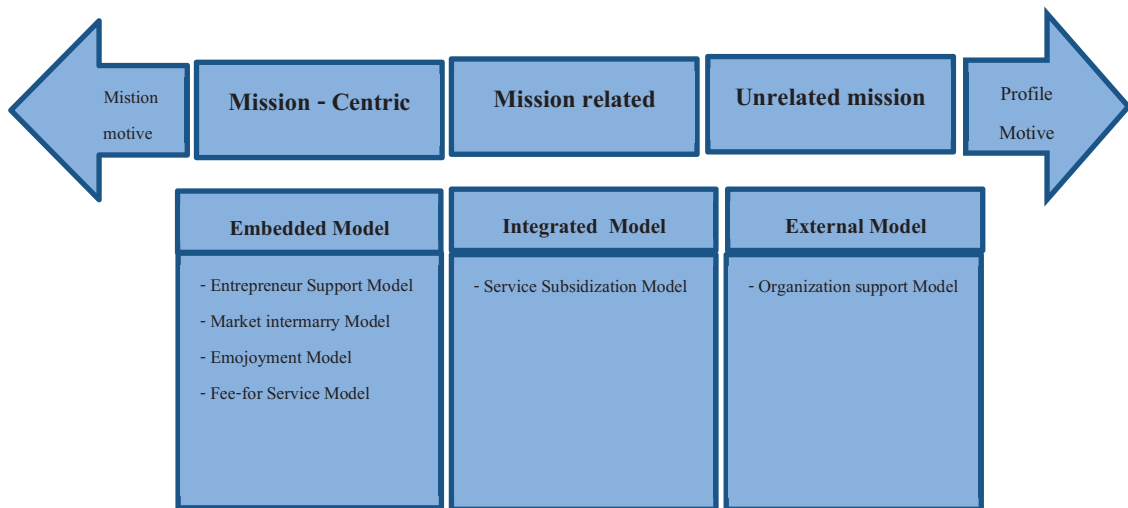
๑. Embedded Social Enterprise : กิจกรรมของธุรกิจและโครงการต่าง ๆ ด้านสังคมโครงการทางสังคมเป็นโครงการที่สามารถทำเงินได้ด้วยตัวเองทำให้สามารถเป็นโมเดลที่ยั่งยืน

๒. Integrated Social Enterprise : กิจกรรมทั้งสองประเภทมีส่วนที่ทับซ้อนกันอยู่ โดยมากมักเป็นการแชร์ต้นทุนและสินทรัพย์ กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทจะถูกรวมเข้ากับการปฏิบัติงานองค์กรไม่แสวงหากำไรตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเหล่านี้ขึ้น เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินงานและกิจกรรมด้านสังคม ในระยะหลังประสบความสำเร็จกับการทำ Social Service ที่มีจุดประสงค์เพื่อหารายได้กับตลาดใหม่ ๆ หรือการออกบริการใหม่ ๆ ให้กับตลาดเดิม ลูกค้าน้องค์กรไม่แสวงหากำไรเหล่านี้ ได้ผลประโยชน์จากการลงทุนในโครงการด้านสังคมที่เผชิญกับการหารายได้ที่อาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการเหล่านี้ โมเดลนี้มักใช้การหารายได้จากทรัพย์สินที่มี ในการสร้างธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างกิจการทางธุรกิจกับโครงการด้านสังคมเป็นแบบที่ทำงานร่วมกัน เพิ่มคุณค่าให้กัน

๓. External Social Enterprise : กิจกรรมทางธุรกิจจะอยู่นอกการจัดการขององค์กร องค์กรไม่แสวงหากำไรสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมเพื่อจัดหาเงินทุน ผลประโยชน์ทางสังคมไม่ได้เป็นเงื่อนไขสำหรับกิจกรรมทางธุรกิจ ลูกค้านี้เป็นแหล่งผลประโยชน์ทางอ้อม ความสัมพันธ์

ของกิจกรรมทางธุรกิจและโครงการเพื่อสังคมเป็นไปในแนวทางที่ธุรกิจสนับสนุนและจัดหาแหล่งเงินทุนไม่ตายตัวให้องค์กรไม่แสวงหากำไร

แผนภาพที่ ๒ - ๑ Operational , Combining and Enhancing Models



ตัวอย่างของการจัดการด้วยโมเดลรูปแบบใหม่ที่เชื่อมต่อระหว่างแนวคิด ๓ ประการ คือ การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในระดับระบบ รูปแบบเครือข่ายขององค์กร และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากล่างขึ้นบน เมือง Curitiba เป็นเมืองที่มีนวัตกรรมในระดับสาธารณะมากที่สุดแห่งหนึ่ง โดยมีผู้ประกอบการรีไซเคิลจำนวนมาก เรื่อง Mass Social Innovation ซึ่งเป็นระบบเพื่อผลิตสินค้าสาธารณะ : เมืองที่สะอาดและเมืองสิ่งแวดล้อมยั่งยืนช่วยสร้างคุณค่าทางสังคม : ทุกคนในเมืองได้ประโยชน์จากสิ่งที่ทำ เมือง Curitiba มีคนเก็บขยะหลายพันคนสามารถลดปริมาณของรถเก็บขยะขณะที่ประชาชนเสียภาษีลดลงแต่ได้รับบริการและสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า ยิ่งไปกว่านั้น ๓๐% ของขยะในเมืองถูกรีไซเคิลด้วยฝีมือของคนดึกดำและคนจู้เหล้าที่กลับตัวกลับใจ ทำให้คนเหล่านี้มีงานทำในฐานะ นักรีไซเคิลขยะ (Recycler) คนเก็บขยะเหล่านี้เพิ่มจำนวนเพิ่มตามขยะที่มากขึ้น แต่ก็ยังเป็นไปในทางที่ยืดหยุ่นกว่าการต้องรับผิดชอบกับการวางแผนการให้บริการแบบรวมศูนย์อำนาจระบบเหล่านี้เป็นตัวอย่างของ Mass Social Innovation ที่จะไม่เกิดขึ้นหากปราศจากการตั้งศูนย์รีไซเคิล และการทำให้โครงการรีไซเคิลขยะเป็นที่รู้

การวางระบบการจัดการตนเองในระดับเมือง มีปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ ๕ ประการ คือ Leadership : เมือง Curitiba สามารถสร้างคุณค่าทางสังคมที่ยั่งยืนโดยการเอาชนะข้อจำกัดบางประการ Highly Individualistic Account ได้ ความเป็นผู้นำแบบที่เปิดกว้างและใจดี แก้ปัญหาซึ่งใช้ได้จริงในทางปฏิบัติและปราศจาก Ego แบบผู้นำทางการเมืองทั่วไป สามารถดึงความอุทิศทุ่มเทจากคนหลายคนที่แตกต่างกันในการทำงานร่วมกันได้ และสร้างวัฒนธรรมความเป็น

ผู้ประกอบการเพื่อสังคม : วิธีคิดและการปฏิบัติที่สามารถพัฒนาปรับใช้ ซึ่งสนับสนุนให้เกิดความยั่งยืนจากรุ่นสู่รุ่น โดยการสร้างทีม เปลี่ยนรูปแบบภายนอก และสนับสนุนวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

Shared Platform : การสร้าง Platform , สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่เป็นสาธารณะร่วมกัน เช่น ระบบขนส่งมวลชน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ นโยบายการใช้ที่ดินเพื่อทำให้เกิดการพัฒนา Public Platform ซึ่งทำให้เกิดความเท่าเทียมทางเศรษฐกิจด้วย

Pragmatic Philosophy : การสร้างนวัตกรรมตอบสนองมากกว่าหนึ่งวัตถุประสงค์ เช่น Lighthouse of Knowledge ห้องสมุดท้องถิ่นขนาดเล็กและจุดเข้าถึงอินเทอร์เน็ตใกล้โรงเรียน โรงพยาบาล สถานีเปลี่ยนรถประจำทาง ซึ่งถูกตั้งอยู่ใน Lighthouse Tower ทำให้หาได้ง่ายและสะดวกสำหรับการรักษาความปลอดภัย สวนสาธารณะที่ใช้ประโยชน์เป็นพื้นที่สีเขียวและใช้สำหรับป้องกันน้ำท่วม

Distributed Resources : การมีทรัพยากรเล็ก ๆ จำนวนมากแทนที่จะเป็นส่วนกลางหรือสถาบันใหญ่ ๆ เพียงแห่งเดียว นอกจากห้องสมุด ๔๘ แห่ง ยังมีสถานรับเลี้ยงเด็ก ๑๐๖ แห่ง ศูนย์ฝึกอาชีพอีกหลายร้อยแห่ง และศูนย์สุขภาพกว่า ๑๖๕ แห่ง ที่ประชาชนมีบัตรสุขภาพอิเล็กทรอนิกส์สามารถนัดหมายล่วงหน้าในการใช้บริการศูนย์ใดก็ได้ นอกจากนี้ โรงเรียนส่วนใหญ่ก็มีอินเทอร์เน็ต บริการชุมชนหลังเลิกเรียน เหล่านี้เป็นต้น แบบของการกระจายตัวอย่างสูงของทรัพยากรเพื่อให้ง่ายต่อการใช้และตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของแต่ละคน

Collaborative Civic Engagement : การพยายามให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของพวกเขาเอง โดยหาผู้นำที่แท้จริงของชุมชนแต่ละแห่ง เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับสร้างแรงกระตุ้นในการแก้ปัญหา โดยรัฐสนับสนุนและให้เครื่องมือที่พวกเขาต้องการ ให้เมือง Curitiba รักษากฎต่าง ๆ ให้อยู่ในระเบียบ รวมทั้งการดูแลโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ สำหรับการขนส่ง การศึกษา สุขภาพ และสวัสดิการต่าง ๆ ให้สามารถให้บริการได้อย่างสม่ำเสมอได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องสามารถเปลี่ยนแปลง ปรับตัว และพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป

เมือง Curitiba ได้ทำอะไรที่ค่อนข้างต่างจากคนอื่น ๆ พวกเขาไม่ได้สร้างนวัตกรรมสำหรับสินค้าใดสินค้านึง แต่เป็นการสร้าง ออกแบบระบบต่าง ๆ ที่ไปด้วยกันได้ และการเป็นผู้ให้บริการเพื่อสังคม สามารถสร้างนวัตกรรมการแก้ปัญหาที่มีลักษณะร่วมกัน (Shared Problem) และยังสร้างหนทางใหม่สำหรับการจัดการกับความหลากหลายของผู้เล่นในระบบที่จะได้ผลลัพธ์คือ Shared Solution ซึ่งทางแก้ปัญหาเหล่านี้เป็นระบบด้วยตัวของมันเอง

โมเดลในรูปแบบที่สาม คือ การพัฒนาการวัดประสิทธิภาพและความเชื่อถือได้ของผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยจะเน้นในมุมมองขององค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) เป็นหลัก ซึ่งปัจจุบัน

เติบโตอย่างไรทิศทาง ขาดการวางแผน การพัฒนาจะทำให้เกิดโมเดลเอ็นจีโอในแบบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัญหาและแนวทางแก้ไข มี ๔ ด้าน คือ

Conceptual Issues (ปัจจัยด้านกรอบความคิดในกระบวนการทำงาน) สิ่งที่เป็นปัญหาอยู่ก็คือ การที่ เอ็นจีโอ กล่าวว่าจะทำโครงการใดโครงการหนึ่งให้สำเร็จอย่างจริงจังโดยตั้งเป้าหมายของโครงการไว้อย่างยิ่งใหญ่ จะต้องมีความเห็นที่แน่นอนอย่างเป็นขั้นตอน มีระบบแบบแผนที่ดี สามารถอธิบายได้เป็นอย่างดีว่าจะช่วยเหลือผู้คนที่ประสบปัญหาทางสังคมเหล่านั้นอย่างไร ด้วยวิธีใดเสียก่อน เนื่องจากปัญหาสังคมดังกล่าวล้วนแต่เป็นปัญหาใหญ่ที่ต้องใช้เวลาแก้ไขในระยะยาว และยังมีปัจจัยด้านอื่นที่ส่งผลกระทบต่ออยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมายข้อบังคับ วัฒนธรรมท้องถิ่น

Funding Pressures (ปัจจัยเรื่องแรงกดดันในการใช้เงินที่ได้มาจากการบริจาค) ผู้บริจาคย่อมต้องการความแน่ใจว่าเงินบริจาคได้ถูกนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือไม่

Internal Organization Factors : เอ็นจีโอ เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีอยู่ทั่วโลก ทำให้การทำงานเผชิญกับปัญหาที่ยากในการบริหารต่าง ๆ เช่น การทำงานเป็นทีมประกอบด้วยคนหลายสัญชาติ เกิดความยากลำบากในการสื่อสาร การทำงานในที่ที่อยู่ห่างไกล บางแห่งสาธารณูปโภคเข้าถึงได้น้อย การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อย ทำให้ผู้บริหารที่เข้ามาใหม่ ส่วนใหญ่ไม่เข้าใจถึงการทำงานอย่างแท้จริง

External context : ความสัมพันธ์ระหว่างการรับบริจาคและประสิทธิภาพในการทำงานของเอ็นจีโอ

โมเดลใหม่ลำดับสุดท้าย คือ การเรียนการสอนเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (SE lab) เป็นการพัฒนาผู้ประกอบการทางสังคมรุ่นใหม่ ทำให้สถาบันการศึกษาปลูกฝังความคิดทางสังคมให้นักศึกษาตระหนักถึงปัญหาและการพัฒนาความคิดของตนเพื่อนำไปเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น โดยมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดและมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด มีคอร์สเรียนเกี่ยวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคม สร้างโอกาสให้นักศึกษาได้เผชิญหน้ากับปัญหาสังคม โดยจะสอนทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักศึกษาคิดค้นโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยการเชิญผู้ประกอบการทางสังคมที่ประสบความสำเร็จมาร่วมบรรยายในชั้นเรียนเพื่อเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เมื่อเรียนจบคอร์สจะมีการสนับสนุนนักศึกษาให้เข้าแข่งขันประกวดแผนการจัดทำโครงการ และผู้ชนะในการนำเสนอรอบสุดท้าย จะได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่ายให้นำไปพัฒนาต่อเพื่อนำไปปฏิบัติจริงต่อไป

ทิศทางใหม่ของมิติการลงทุนเพื่อสังคม โดยเปลี่ยนจากรูปแบบเก่าที่ผู้บริจาคต้องการนำเงินดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ทันที ไปสู่รูปแบบของการนำเงินไปลงทุนต่อเพื่อให้เกิดความยั่งยืนผ่านทางธุรกิจเพื่อสังคมที่นำรูปแบบของการดำเนินธุรกิจแบบแสวงหากำไรมาผสมผสานกับการ

บริจาคเพื่อสังคมเกิดรูปแบบของการลงทุนเพื่อสังคม ทิศทางใหม่นี้นำไปสู่มูลค่าผสม ซึ่งเป็นกรอบชีวิตแห่งอนาคตของบรรดาผู้ประกอบการเพื่อสังคม

Foundation ปรับกระบวนการและแนวคิดจากการจัดการองค์กรแบบเดิมซึ่งมูลนิธิ คือ การรอรับเงินบริจาคจากหลายแนวทางให้คล่องตัวขึ้นด้วยการนำรูปแบบการดำเนินธุรกิจมาผสมผสานการพัฒนาโดยใช้ตลาดเป็นพื้นฐานซึ่งยืดหยุ่นและตอบรับกับโลกทุนนิยมได้ดีกว่าแบบเก่า เนื่องจากมูลนิธิรูปแบบใหม่นี้ เน้นที่การหาพันธมิตรที่ยั่งยืนเพื่อส่งเสริม สนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการเงินการลงทุน เพื่อจะมีแหล่งทุนในระยะยาว

Philanthropy การรับบริจาคจากทั้งบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล เป็นหนึ่งในรูปแบบที่นิยมใช้หาทุนในการดำเนินการ ความต้องการของผู้บริจาคซึ่งต้องการนำเงินดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ที่เห็นผลทันที ขัดกับวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการเพื่อสังคม ที่นำเงินไปลงทุนต่อและเห็นผลในระยะยาว ทำให้การจัดหาทุนของผู้ประกอบการทางสังคมจะสามารถทำได้ยากกว่าการเป็นมูลนิธิที่นำเงินไปใช้แก้ปัญหาโดยตรง

ตลาดการลงทุนเพื่อสังคม (Social Investment Market) ซึ่งหมายถึงตลาดเงินและตลาดทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ตั้งแต่เอ็นจีโอ ไปถึงธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งมีหลายโครงการหนึ่งในนั้นคือ Global Exchange for Investment หรือ GEXSI ทำหน้าที่เป็นกลไกทำหน้าที่จับคู่ระหว่าง นักลงทุนกับโครงการเพื่อสังคมที่มีคุณภาพสูงของเหล่าผู้ประกอบการเพื่อสังคมเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าทางสังคม โดย GEXSI จะแบ่งออกเป็น ๒ รูปแบบหลัก คือ กลุ่มการลงทุนที่เน้นธุรกิจเพื่อสังคมที่ทำกำไร กลุ่มของ Philanthropic และ Non-For-Profit มุ่งไปทางการตลาดน้อยกว่า

กลยุทธ์ที่สำคัญ ๓ ประการ

๑. การสร้างความสอดคล้องของกลยุทธ์ทางธุรกิจและกลยุทธ์ทางสังคม ยิ่งสอดคล้องกันมากเท่าไร โอกาสที่จะสร้างประโยชน์ทางธุรกิจและคุณค่าทางสังคมก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

๒. การใช้พลังงานของ ความสามารถหลัก สร้างวิธีที่จะระดมและจัดการกับทรัพย์สินของบริษัทอย่างเหมาะสม ซึ่งส่วนประกอบเหล่านั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เช่น สินทรัพย์ที่สำคัญของธุรกิจก็ทำให้เกิดการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้นเป็นทวีคูณ

๓. การหาผู้ร่วมมือเป็นรูปแบบที่มีพลังสำหรับผู้ประกอบการทำให้เข้าถึงทรัพยากรเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน ภาพลักษณ์ ระบบกระจายสินค้า เมื่อทรัพยากรที่ถูกรวบรวมเป็นสินค้าใหม่ ๆ ที่แตกต่าง และจุดแข็งที่เหนือไปกว่าที่มีอยู่

โครงสร้าง เป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติตามกลยุทธ์ สร้างนวัตกรรมองค์กรรูปแบบใหม่ เพื่อไปให้ถึงมิติใหม่ทางสังคม T-Shaped ประกอบด้วย Vertical ในมิติทางลึกของการรับผิดชอบต่อการให้คำมั่นสัญญาทางสังคม และ Horizontal สำหรับการรับผิดชอบผ่านพันธกิจของบริษัทบทบาท

ของผู้ประกอบการเพื่อสังคม คือการสนับสนุน (Social Entrepreneurship : New Models of Sustainable Change)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑. นิตนา ฐานิธรนกร (มปป.) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ธุรกิจแห่งการสร้างสรรค์สังคม ผลการศึกษาพบว่า การประกอบธุรกิจเพื่อสังคมได้รับการยอมรับจากนานาประเทศว่า เป็นหลักการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม และแก้ไขปัญหาสังคม อย่างยั่งยืน ดังนั้นแนวคิดของการประกอบธุรกิจเพื่อสังคม จึงควรได้รับการศึกษาและเผยแพร่อย่างกว้างขวาง และควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งองค์กรภาคประชาชนในรูปแบบการประกอบธุรกิจเพื่อสังคมให้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดนโยบายหรือแนวทางต่าง ๆ ในการส่งเสริมให้มีการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่มีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง

๒. Sophie BACQ และ Frank JANSSEN (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พรหมแดน การวิจัยการประกอบการทางสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

๒.๑ ทำความชัดเจนต่อแนวคิดเรื่อง การประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) ผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur) และธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ผ่านการทบทวนเอกสารของฝั่งอเมริกากับฝั่งยุโรป

๒.๒ พยายามจะชี้ให้เห็นความต่างในประเด็น การประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) ผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneur) และธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ระหว่างฝั่งอเมริกากับยุโรปและพยายามจะชี้ให้เห็นความแตกต่างของสำนักคิด และวิธีปฏิบัติ

๒.๓ เพื่ออธิบายว่า แนวคิดนี้มีความแตกต่างมากแค่ไหนจากการประกอบการ โดยทั่วไปหรือในทางธุรกิจ / การทำธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า การประกอบการทางสังคมถูกนำเสนอขึ้นมาในฐานะทางออกสำหรับปัญหาความเจ็บป่วยของสังคมสมัยใหม่ เครื่องมืออย่างธุรกิจทางสังคมในฐานะเครื่องมือสนับสนุนที่รัฐบาลมี และได้รับการยอมรับในประเทศอังกฤษ โดยการจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคม (The Economist, 2005) ที่จะเป็นแนวทางที่จะทำสัญญารับเหมาช่วงการบริการสาธารณะหรือในฐานะแนวทางที่จะพัฒนาบริการเหล่านี้ โดยรัฐไม่ต้องเพิ่มงบประมาณ ล้วนแต่ทำให้การประกอบการทางสังคมมีจำนวนมากขึ้นและมีความสำคัญมากขึ้น แต่โชคไม่ดีที่ในมุมมองทางวิชาการ งานวิจัยในสาขาการประกอบการทางสังคมยังคงเป็นเรื่องของการใช้จำนวนโวหาร และบางครั้งก็ยังขาดความเป็นกลางจากการทบทวนเอกสาร มีสำนักคิดเกี่ยวกับการประกอบการ

ทางสังคม ๓ สำนัก อยู่ในสหรัฐอเมริกา ๒ สำนัก คือ

๑. สำนักนวัตกรรมทางสังคม ซึ่งให้ความสำคัญต่อการประกอบการทางสังคมในฐานะงานของปัจเจกชนและคุณลักษณะของเขาและเธอในลักษณะต่าง ๆ

๒. สำนักคิดธุรกิจเพื่อสังคม ที่สนับสนุนว่า องค์กรในรูปแบบนี้ จะสามารถอยู่รอดได้ โดยการสร้างกำไรและนำผลกำไรมาสร้างกิจกรรมทางสังคม

ส่วนการประกอบการทางสังคมอีกสำนักในแนวทางของยุโรปนั้น ได้สร้างกรอบกฎหมายเพื่อธุรกิจเพื่อสังคม โดยเฉพาะขึ้นมา นอกจากนี้ในการทบทวนงานของเรายังพบประเด็นสำคัญ ๓ ประการ ได้แก่

๑. ปัจเจกชน

๒. กระบวนการ

๓. ธุรกิจ

ซึ่งทำให้เราสร้างกรอบการพิจารณาได้เป็น ๖ เกณฑ์ คือ

๑. ผู้ประกอบการ

๒. พันธกิจ ทางสังคม

๓. ชนิดของความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมขององค์กรและเป้าหมาย

๔. ความสำคัญของ ธุรกิจในฐานะโครงสร้างขององค์กร

๕. รูปแบบของกฎหมาย

๖. การจำกัดการกระจายผลกำไร

ที่ใช้พิจารณาความเหมือนและความแตกต่างระหว่างสำนักคิดทั้ง ๓ ตารางข้างต้น ช่วยทำให้เราเห็น จุดยืนที่ชัดเจนมากขึ้นของแต่ละสำนักคิด กล่าวโดยสรุป เอกสารที่ทบทวนทั้งจากสำนักคิดทางฝั่งอเมริกาและฝั่งยุโรปเห็นร่วมกันในข้อเท็จจริงแรกที่ว่าเป้าหมายสำคัญของการประกอบการทาง สังคมที่ต้องสร้างคุณค่าทางสังคม (Social Value) เป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้จำแนกความแตกต่างระหว่าง สำนักคิดบนพื้นฐานเรื่องบทบาทการดำเนินการที่สนับสนุน โดยนโยบายสาธารณะและหลักการประชาธิปไตยในแบบยุโรปกับอเมริกา ยิ่งไปกว่านั้น ยังควรตั้งข้อสังเกตไว้ด้วยว่า พันธกิจทางสังคม เป็นวัตถุประสงค์สำคัญของการประกอบการทางสังคมที่ยอมรับในทั้ง ๓ สำนัก

อย่างไรก็ตาม ในส่วนภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ประกอบการนั้น กลับเด่นชัดอยู่ในสำนักคิดนวัตกรรมทางสังคม ในขณะที่ สำนักคิดธุรกิจเพื่อสังคมและสำนักคิดจากฝั่งยุโรป กลับเด่นชัดในเรื่องกิจการเพื่อสังคม และ สำนักคิดนวัตกรรมทางสังคมและเครือข่ายจากยุโรปเรียกร้องการเชื่อมความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพันธกิจทางสังคมของการประกอบการและ กิจกรรม ส่วนสำนักธุรกิจเพื่อสังคมนั้น ให้น้ำหนักความสัมพันธ์ระหว่าง พันธกิจทางสังคมกับ

กิจกรรมการ สร้างรายได้ สุดท้ายในการกระจายผลกำไรที่สัมพันธ์กับรูปแบบกฎหมายนั้น เป็นเรื่องที่เป็นไป ไม่ได้สำหรับสำนักคิดธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งยอมรับเรื่องไม่หวังผลกำไร ขณะที่เครือข่ายของฝั่งยุโรปยอมรับเรื่องนี้เพียงบางส่วน โดยพยายามหลีกเลี่ยงวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกำไรให้มากที่สุด

๓. เพ็ญทิพย์ เหล่าบุญเจริญ, สุมาลี รุ่งศรีสุขทิววงศ์ และจรรยา ทับเอี่ยม (๒๕๓๕) ได้ ศึกษาเรื่องผลของการใช้กลยุทธ์การตลาด เพื่อสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคและทัศนคติของผู้ประกอบการ (๒๕๓๕) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องผลของการใช้กลยุทธ์การตลาด เพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคและทัศนคติของผู้ประกอบการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ โดยรวมถึงความคิดเห็นในเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อที่จะกระตุ้นให้ทุกคนตระหนักถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลงทุนของภาคธุรกิจเพื่อลดมลพิษ หรือการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่อนุรักษ์ธรรมชาติและส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นและจะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดที่จะสามารถนำผลจากการวิเคราะห์เข้ามาช่วยในการหากลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้าหรือสร้างภาพพจน์ขององค์กร และช่วยในการหาเครื่องมือ หรือวิธีการที่จะผลักดันให้ประชาชนหรือกลุ่ม ผู้บริโภคมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคม ผลจากการศึกษาในด้านของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ควรแก้ไขเป็นอันดับต้น ๆ คือ ปัญหามลภาวะทางอากาศ ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรป่าไม้และปัญหาขยะมูลฝอย ส่วนลักษณะของวิธีการหรือกลยุทธ์ของการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ดีจะเป็นเรื่องของการไม่ทิ้งขยะ สิ่งสกปรกในแม่น้ำลำคลองและการใช้น้ำมัน ไร้สารตะกั่ว สำหรับลักษณะที่สำคัญของสินค้าที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคเห็นว่า จะต้องมีความสมบัติที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แท้จริง มีราคาถูก/ไม่แพง และใช้แล้วไม่เกิดอันตรายต่อคน และผู้ประกอบการยังต้องการให้ผู้ประกอบการจัดกิจกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการปลูกป่าหรือณรงค์ให้ทุกคนร่วมกันปลูกต้นไม้ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่าด้านอื่น ปรากฏว่ามีความพอใจในด้านคุณสมบัติที่เคยใช้สินค้าอุปโภคบริโภคที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับความพอใจของผู้บริโภค คุณภาพที่ดีของสินค้าในด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามมาแล้ว จึงพิจารณาด้านคุณภาพที่ดีของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการ เป็นลำดับแรก ผู้บริโภคใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นั้น สำหรับเหตุผล ผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะมีผลต่อการสร้างภาพพจน์เป็นอย่างมาก

๔. ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (๒๕๔๘) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย (Survey on Consumer's Behavior and Attitude Toward Corporate Social Responsibility of The Business Organization Thailand) วัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติของ

ผู้บริโภค โดยการสำรวจจากตัวอย่างชาวกรุงเทพฯ เพื่อให้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจ รวมถึงศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติ ตลอดจนความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้ ชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านทัศนคติและพฤติกรรมชาวกรุงเทพฯ ในการเลือกซื้อสินค้าและหรือบริการชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่อยู่ละ ๕๐ มีความคิดที่จะเลือกซื้อสินค้าและหรือบริการขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวคือจะซื้อผลิตภัณฑ์และหรือบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้น จะอุดหนุนสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น จะไม่สนับสนุนสินค้าและ หรือบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของคนงาน และจะแนะนำต่อให้กับสมาชิก ในครอบครัวและญาติพี่น้องให้ช่วยกันสนับสนุนสินค้าและหรือบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ดี ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ผู้บริโภคยังคงพิจารณาจากคุณภาพ และราคาเป็นหลัก หากสินค้ามีราคาและคุณภาพไม่แตกต่างกันโดยที่ สินค้ายี่ห้อหนึ่งเป็นของบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และอีกยี่ห้อหนึ่งเป็นของบริษัทที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริโภคก็จะเลือกยี่ห้อของสินค้าของบริษัทที่รับผิดชอบต่อสังคม หากสินค้าของบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีราคาสูงกว่า แต่คุณภาพไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคก็จะเลือกซื้อสินค้ายี่ห้ออื่น ๆ ที่มีราคาต่ำกว่าถึงแม้บริษัทเหล่านั้น ไม่มีหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคม น้อยก็ตาม สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่ชาวกรุงเทพฯ เห็นว่า ควรจะมีการพัฒนา ๕ ลำดับแรก จากการสำรวจพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคในครั้งนี้มี ดังนี้คือ การรักษาสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการศึกษา และการกีฬาของเด็กและเยาวชน การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการผลิตและการบริโภค การผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ มีการณรงค์และการส่งเสริมกิจกรรมด้านการต่อต้านยาเสพติด

๕. สุรพันธ์ สวัสดิพรรณ (๒๕๔๕) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับบางประเด็นของนโยบายการตลาดเพื่อสังคม และเมื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ผู้บริโภคที่มีอายุมาก จะมีทัศนคติต่อองค์กรที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสังคมสูง ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมีทัศนคติต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายทางการตลาดเพื่อสังคมสูงกว่าเพศชาย ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงจะมีทัศนคติต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายทางการตลาดเพื่อสังคมสูงตามไปด้วย

และพบว่าปัจจัยด้านอาชีพ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายทางการตลาดเพื่อสังคม

๖. University College London (UCL) (2013) ได้ศึกษาเรื่อง บริษัทเพื่อสังคมที่ประสบผลสำเร็จในประเทศอังกฤษ พบว่า

๖.๑ บริษัท DECIPHER Impact Ltd. ได้ร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยบริสตอล และมหาวิทยาลัยคาร์ดิฟ ในการป้องกันเยาวชนในการสูบบุหรี่ในการสนับสนุนเงินทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาหลักสูตรเพื่อลดการสูบบุหรี่ และทำการจัดจำหน่ายให้กับหน่วยงานที่สนใจ โดยเฉพาะสถานศึกษา โดยได้ขยายผลความสำเร็จในกลุ่มนักเรียนจาก ๓๘,๐๐๐ คน เป็น ๖๕,๐๐๐ คน ในปี ๒๕๕๖ ซึ่งสามารถลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ในวัยเรียนได้ถึง ๑,๓๕๐ คน

๖.๒ บริษัท สตรอม และมหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ ได้พัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการปัญหาการฆ่าตัวตายให้กับหน่วยงาน บริษัทต่างๆ เพื่อเสริมสร้างทักษะให้กับพนักงาน โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานบริการลูกค้าที่มีความเครียดและความกดดันในการทำงาน ตั้งแต่ปี ๒๕๕๖ เป็นต้นมา มีพนักงานจำนวนกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน ที่ได้เข้าร่วมหลักสูตรนี้ ซึ่งบริษัทได้มีการช่วยสังคมโดยการจัดหลักสูตรที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายให้กับบุคคลในประเทศปากีสถาน และบังคลาเทศ เป็นต้น

๖.๓ องค์กร Mapping for Change จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บุคคลและสังคมได้มีข้อมูลแผนที่ในเรื่องที่เป็นที่สนใจของชุมชน เพื่อช่วยสร้างความและความตระหนักถึงปัญหาในชุมชนนั้น ๆ โดยตั้งแต่ก่อตั้งมา ได้ให้การสนับสนุนชุมชน จำนวน ๒๕ แห่ง เช่น การจัดทำแผนที่ทางเดินน้ำ การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

๖.๔ บริษัท Contraception Education ร่วมกับ มหาวิทยาลัย เวลฟอร์ด จัดทำเครื่องมือในการศึกษาด้านเพศศึกษาโดยใช้เกมส์กระดานเป็นตัวช่วย เพื่อให้เยาวชนมีความรู้เกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย

๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณ (๒๕๕๖) ได้ศึกษา เรื่อง กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ พบว่า

๗.๑ การให้ความหมายเรื่อง ความมั่นคงของประเทศนั้น ไม่ได้จำกัดความอยู่แค่เพียงความมั่นคงทางการทหาร แต่หมายรวมถึงทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เมื่อความหมายของความมั่นคงครอบคลุมไปยังทุกเรื่อง จึงพบว่า ความแตกต่างหลักรู้สึกที่เกิดขึ้นจากปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะความไม่เท่าเทียมกันในด้านโอกาสและปัญหาทางเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงเนื่องจากความรู้สึกไม่เท่าเทียมกันนี้ ทำให้คนส่วนหนึ่งลุกขึ้นมาต่อต้าน รวมทั้งไม่ให้ความสำคัญกับกฎหมาย เนื่องจากความคิดว่าตนเองไม่ได้รับความเป็นธรรม ความเหลื่อมล้ำทางสังคมนี้จึงเป็นปัญหาสำคัญที่จะทำให้ประเทศชาติ

ขาดความมั่นคงเนื่องจากประชาชนในชาติเกิดความคับข้องใจ และมักก่อให้เกิดปัญหาจากความรู้สึกที่ไม่เท่าเทียมกัน เมื่อศึกษาแนวความคิดของกิจการเพื่อสังคมจะพบว่า แนวทางการดำเนินงานแบบกิจการเพื่อสังคม สามารถใช้แก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ได้อย่างยั่งยืนกว่าแนวทางอื่น เนื่องจากกิจการเพื่อสังคมมีความคล่องตัวในรูปแบบธุรกิจและมีความเสียสละทำเพื่อส่วนรวมมาเป็นฐานประกอบ จึงทำให้กิจการเพื่อสังคมเป็นแนวทางที่สามารถใช้ลดทอนความเหลื่อมล้ำได้ และส่งผลถึงความมั่นคงที่จะเกิดเพิ่มมากขึ้นได้

๑.๒ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากสภาพปัญหาของสังคมและปัญหาของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่เน้นการบริโภค ส่งผลให้ภาคธุรกิจมุ่งเน้นการแสวงหากำไรจนละเลยผลกระทบต่อทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กับความไม่คล่องตัวของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการดูแลและสร้างความผาสุกความมั่นคงให้กับประชาชน เมื่อหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้หน่วยงานภาคเอกชนส่วนหนึ่งมาให้ความสนใจกับการดำเนินการงานเพื่อช่วยเหลือสังคม แต่การช่วยเหลือในรูปแบบที่ใช้เงินบริจาคหรือทุนทรัพย์ส่วนตัวนั้น ไม่สามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างยั่งยืน จึงเกิดแนวคิดกิจการเพื่อสังคมขึ้น เพื่อสนองความต้องการในฐานะภาคส่วนที่สามที่สามารถแสวงหารายได้และกำไรจากการประกอบธุรกิจได้ แต่นำรายได้หรือกำไรเหล่านั้นมาช่วยเหลือสังคม รวมทั้งการทำธุรกิจหรือกิจการนั้นจะไม่สร้างผลกระทบในด้านอื่น โดยความหมายของกิจการเพื่อสังคมที่มีการให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายนั้น สามารถสรุปได้ว่า เป็นกิจการทั่วไปที่ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์เฉพาะในการช่วยเหลือสังคมในด้านใดด้านหนึ่งแต่มีรูปแบบการดำเนินการ การบริหารจัดการ และการแสวงหารายได้ตามแบบธุรกิจ

๑.๓ ผลจากการศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในบริบทของต่างประเทศพบว่า กิจการเพื่อสังคมในสหราชอาณาจักร เกิดจากการส่งเสริมผลักดันจากหน่วยงานของรัฐ และรัฐได้ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ด้วยการตั้งหน่วยงานทั้งที่เป็นอิสระจากรัฐและเป็นหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและส่งเสริมผลักดัน วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในสหราชอาณาจักรได้รับการส่งเสริมและมีการขยายตัวอย่างมากในปัจจุบัน ส่วนวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในบังคลาเทศพบว่า เป็นกิจการที่เกิดจากความมุ่งมั่นของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีความพร้อมแต่ประสงค์จะช่วยเหลือบุคคลอื่นให้ได้มีโอกาสในการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น จึงได้พยายามคิดค้นนวัตกรรมทางสังคมที่จะสามารถเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาทางสังคมได้ จากตัวอย่างการดำเนินการในบังคลาเทศ ในช่วงเริ่มต้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ส่วนใหญ่จะยังพึ่งพารายได้จาก การบริจาคบ้าง แต่ส่วนใหญ่ได้มีการปรับเปลี่ยนให้น้อยลงและแสวงหารายได้เพื่อเลี้ยงตัวเองมากขึ้น ส่วนวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในฮ่องกงพบว่า มี วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เพิ่มขึ้นอย่างมากโดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาคเอกชนในการส่งเสริม

ผลักดันให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา และวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในไต้หวัน พบว่า มูลนิธิอ็อกซี่ เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ประสบความสำเร็จสูงในไต้หวันและทั่วโลก โดยเกิดจากการใช้ความศรัทธามุ่งมั่นและแนวทางทางพุทธศาสนา บวกกับนวัตกรรมสามารถนำมาใช้ในการแสวงหารายได้และวิธีการที่จะช่วยเหลือสังคมควบคู่กันไป

๗.๔ ผลจากการศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในบริบทของประเทศไทย พบว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในประเทศไทยนั้นมีมาก่อนที่จะมีการรับแนวคิดกิจการเพื่อสังคมในต่างประเทศ โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในประเทศไทยส่วนใหญ่เกิดจากบุคคลหรือคณะบุคคลที่มองเห็นปัญหาและต้องการเข้ามามีส่วนในการแก้ไข แต่หากจะหวังพึ่งพาเงินบริจาคแต่เพียงอย่างเดียว นั้น จะทำให้การดำเนินการไม่สามารถเกิดความยั่งยืนได้ จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหารายได้และนำรายได้หรือผลตอบแทนส่วนหนึ่งกลับไปเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคม

๗.๕ ผลการวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม พบว่า นักวิชาการได้แบ่งรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ไว้หลากหลาย ทั้งที่แบ่งตามจุดกำเนิดคือเกิดจากภาครัฐหรือเอกชน แบ่งตามลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ตอบสนองต่อปัญหา หรือแบ่งตามลักษณะของการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา หรือแบ่งตามลักษณะของการสร้างผลกระทบต่อสังคมตามรูปแบบธุรกิจ แต่เมื่อศึกษาเชิงลึกลงไปพบว่า การแบ่งแยกประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม นั้น มีความจำเป็นก็ต่อเมื่อมีปัจจัยอื่นเข้ามา เช่น จำเป็นต้องแบ่งประเภทเพื่อใช้ในการตรากฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติแล้ว วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ยึดถือที่วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานว่า เป็นการดำเนินงานเพื่อสังคมมากน้อยเพียงใด

๗.๖ ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่เหมาะสมสำหรับบริบทของสังคมไทยนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้น จะต้องสะท้อนภาพ ของการแก้ไขปัญหาทางสังคมที่ชัดเจน โดยปัจจัยที่จะกำหนดให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในระดับประเทศประสบความสำเร็จคือ การดำเนินการสอดรับกันทั้งจากหน่วยงานภาครัฐที่จะต้องสนับสนุนส่งเสริมทั้งด้านแหล่งทุน องค์ความรู้ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ส่วนในระดับปฏิบัตินั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่เหมาะสมจะต้องมีความชัดเจนและเกิดจากความเข้าใจที่แท้จริงของผู้ที่จะประกอบกิจการเพื่อสังคมต่อสภาพและปัญหาในเรื่องนั้น ๆ

๗.๗ ผลจากการวิเคราะห์สถานการณ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม พบว่า จุดแข็งที่สำคัญคือ ความเชื่อมั่นต่อแนวทางวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม และเป็น

รูปแบบการดำเนินงานที่ดีที่สามารถช่วยแก้ปัญหา ความมั่นคงของประเทศได้ รวมทั้งปัจจุบันได้เกิดมีวิกฤติการณ์ที่สะท้อนความเหลื่อมล้ำส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีความโดดเด่นในการที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาสังคม ส่วนจุดอ่อนนั้นพบว่า ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งแหล่งทุนในการริเริ่มทำกิจการยังคงเป็นข้อจำกัดในการทำกิจการเพื่อสังคมของประชาชนชาวไทย ส่วนโอกาสนั้นพบว่า ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมในปัจจุบัน มีอยู่มาก จึงเป็นช่องทางที่จะให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถนำมาเป็นประเด็นที่จะคิดค้นพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมได้ ส่วนภาวะคุกคามนั้นพบว่า แนวคิดนี้ในทางกฎหมายยังคงไม่สมบูรณ์ต่อเนื่องทำให้แนวทางการพัฒนายังไม่ชัดเจน นอกจากนี้ยังพบว่า มีผู้นำแนวคิดนี้ไปใช้ในทางการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการตลาด ประกอบกับภาวะสังคมไทยเป็นคนลี้ภัย ดังนั้นการส่งเสริมผลักดันวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงสมควรเร่งดำเนินการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเป็นรูปธรรม

กรอบความคิดของการวิจัย

๑. แนวคิดที่มาและหลักการของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
๒. องค์ประกอบของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
๓. บทบาทของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

สรุป

การดำเนินการทางธุรกิจในโลกนี้มีด้วยกัน ๓ รูปแบบ คือ

๑. การดำเนินการทางธุรกิจแบบดั้งเดิม (การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน) หมายถึง การดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไรตอบแทนให้กับตนเอง หน่วยงาน องค์กร หรือผู้ถือหุ้น เพียงอย่างเดียว

๒. การดำเนินการทางธุรกิจแบบมีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) หมายถึง การดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของคน ชุมชน และสังคม ภายใต้หลักจริยธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

๓. การดำเนินการทางธุรกิจแบบมีความรับผิดชอบต่อปัญหาสังคม (Social Enterprise) หมายถึง การประสานความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ ผลตอบแทนในด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ๓ อย่างควบคู่กันไป คือ

๓.๑ สร้างกำไร

๓.๒ มุ่งสร้างสรรค์สังคม

๓.๓ สนับสนุนสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า Triple Bottom Line

บทที่ ๓

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มี ๒ องค์ประกอบ ที่แตกต่างจากกิจกรรมของภาครัฐ ภาคเอกชน และสังคมอื่น ๆ ในทางปฏิบัติ

องค์ประกอบที่ ๑ เน้นไปที่การประกอบการเพื่อสังคม เน้นไปที่สิ่งที่สังคมไม่ต้องการหรือโอกาสในการสร้างคุณค่าทางสังคม โดยปฏิบัติงานในรูปแบบที่รวมคุณค่าซึ่งต่างจากมุมมองเดิม ๆ โดยคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและความรับผิดชอบต่อชุมชน โดยคำนึงถึงผลตอบแทนที่คืนให้แก่ชุมชน

องค์ประกอบที่ ๒ ขั้นตอนการปฏิบัติ โดยผู้ประกอบการมักจะมีเป้าหมายเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างมีระบบ สร้างกิจกรรมที่ใหม่และมีประสิทธิภาพที่เน้นการแก้ไขความล้มเหลวของตลาดทางสังคม และการสร้างสรรค์โอกาสใหม่ เพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมอย่างมีระบบ รวมทั้งลักษณะนิสัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการเพื่อสังคมซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญ ที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางสังคมมากกว่าการทำกำไรสูงสุด

โครงสร้างองค์กรวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม แบ่งได้ ๓ แบบ คือ

- องค์กรที่ใช้กำลังบังคับเพื่อให้คนทำตาม (Coercive Organization)
- องค์กรที่เน้นการให้ค่าตอบแทนเพื่อให้คนทำตาม (Utilitarian Organization)
- องค์กรที่เน้นนามธรรมเป็นผลตอบแทนเพื่อให้คนทำตาม (Nonnative Organization)

สิ่งที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่ากิจการทั่วไป คือ ความสามารถในการระดมสิ่งที่ยื่นเข้าระบบซึ่งหมายถึงอาสาสมัครหรือแรงงานที่มีความเต็มใจที่จะทำงานเพื่อสังคมมากกว่าเพื่อผลตอบแทน รัฐมีความพร้อมและทรัพยากรเบื้องหลัง ถ้ารัฐมองผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นคู่แข่ง สภาพชีวิตของคนในประเทศนั้นจะยาก แต่ในสังคมที่พัฒนาแล้ว ในหลายประเทศได้หลักของกิจการอาสาสมัครได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้ดำเนินกิจกรรมของตนและตอบสนองต่อสิ่งที่สังคมต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นรูปแบบของเงินเท่านั้น

เป้าหมายทางการตลาด แบบทวิหรือไตรกำไรสุทธิ ได้แก่ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การคืนทุนหรือกำไรจากการประกอบการกิจการอิสระ เช่น องค์กรเพื่อสังคม โดยทำให้เกิดการตรวจสอบ การประหยัดจากขนาดและนวัตกรรม

ความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ต่อไทย

๑. สร้างเสริมกลไกตลาดที่มีคุณธรรมและยั่งยืน
๒. พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนขยายผลได้
๓. สร้างเศรษฐกิจใหม่แห่งคุณธรรมและความยั่งยืน
๔. พัฒนาคุณภาพบริการสาธารณะ

ประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในไทย

ประเภทและรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

ในประเทศไทยแบ่งประเภทและรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมออกเป็น ๖ ประเภท ดังนี้

๑. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน

(Community – Base Social Enterprise)

ประเทศไทยมีองค์กรหรือหน่วยงานที่สามารถจัดได้ว่าเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชนอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ การพัฒนาของระบบสหกรณ์ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา การประชาสัมพันธ์เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงอย่างจริงจังในประเทศ นโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน จนถึงการเกิดขึ้นของกลุ่มการเงินชุมชนในรูปแบบต่างๆ ทั้งในรูปแบบออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ รวมถึงธนาคารประชาชน

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชนสามารถแก้ไขปัญหาสังคม สุขภาวะ และ/หรือ สิ่งแวดล้อมในชุมชนได้อย่างดี เนื่องจากการจัดตั้ง บริหารจัดการและดำเนินกิจการโดยคนชุมชนซึ่งเข้าใจสถานะปัญหาในชุมชนอย่างถ่องแท้ นอกจากนี้แล้ว กิจการเหล่านี้ยังก่อให้เกิดการสร้างงาน และการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนนั้น ๆ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชน จึงมีผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

เงินทุนสำหรับการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชนนั้นมาจากสองแหล่งหลัก ได้แก่

๑. เงินอุดหนุนจากรัฐบาลกลาง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนนโยบายต่าง ๆ ในระดับชุมชน เช่น งบประมาณกองทุนหมู่บ้าน OTOP และวิสาหกิจชุมชน

๒. จากการรวมเงินทุนของชาวบ้านในชุมชนนั้น ๆ เพื่อก่อตั้งเป็นกิจการร่วมกัน ซึ่งเป็นไปได้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการรวมตัวกันอย่างถูกต้องตามกฎหมายในรูปแบบของ

สหกรณ์ ไปจนถึงการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ ในลักษณะของกลุ่มออมทรัพย์ต่าง ๆ โดย วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้มักจะไม่นุ่งเน้นขยายกิจการ แต่ให้ความสำคัญกับการถอดบทเรียนความสำเร็จจากชุมชนหนึ่ง เพื่อนำไปเผยแพร่เป็นองค์ความรู้ให้กับชุมชนอื่น (Replicate) จึงมักไม่ค่อยจะมีความต้องการในการหาเงินทุนเพื่อขยายกิจการ อย่างไรก็ตาม ในหลาย ๆ กรณี วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ต้องการตัวกลางหรือการเข้าถึงภาคธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อบริหารจัดการที่ถูกพัฒนาจนมีขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ที่มีเงินฝากอยู่ในกลุ่มสูงมาก แต่ไม่รู้วิธีเคลื่อนย้ายเงินลงทุนส่วนเกินดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้ และ/หรือ แก้ปัญหาสภาพคล่องให้กับกลุ่มออมทรัพย์ลักษณะเดียวกันที่ขาดสภาพคล่อง ตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์คลองเปื้ะ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ ครูชบ ยอดแก้ว กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ พระอาจารย์สุบิน ปณีโต

๒. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์กรสาธารณะประโยชน์ (Non – Governmental Organization)

ปัจจุบันองค์กรสาธารณะประโยชน์ทั้งในประเทศและทั่วโลก เริ่มให้ความสนใจในการจัดตั้งหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้มาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากการบริจาคและเงินให้เปล่าจากองค์กรภายนอก ดังนั้น การจัดตั้งกิจการธุรกิจแยกหรือการพัฒนาสาขางานธุรกิจขึ้นภายในองค์กร จึงเป็นทางเลือกที่ดีทางหนึ่งในการบริหารจัดการองค์กรสาธารณะประโยชน์ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

องค์กรสาธารณะประโยชน์หลายแห่งริเริ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมด้วยเงินทุนที่ได้มาจากเงินบริจาค และเงินให้เปล่า ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนหลักขององค์กรลักษณะนี้ในปัจจุบัน และนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรม และ/หรือ กิจการที่สร้างรายได้ให้กับองค์กร จึงไม่ประสบปัญหาในการหาเงินทุนเริ่มต้นมากนัก อย่างไรก็ตาม องค์กรสาธารณะประโยชน์มักจะประสบปัญหาในการหาเงินทุน เมื่อต้องการจะต่อยอด และ/หรือ ขยายกิจการที่สร้างรายได้ดังกล่าว เนื่องจากแหล่งเงินทุนสำหรับภาคธุรกิจทั่วไป เช่น ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทหลักทรัพย์ ยังไม่มีความเชื่อมั่นในกิจการที่จัดตั้ง และ/หรือ ดำเนินการ โดยองค์กรสาธารณะประโยชน์เพื่อแก้ปัญหาสังคมว่าจะสามารถทำผลกำไรทางธุรกิจอย่างยั่งยืนได้ (Non Financially Viable)

นอกจากนี้แล้ว วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มนี้ประสบปัญหา มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ เนื่องจากกลุ่มคนที่เลือกทำงานในองค์กร สาธารณประโยชน์มักจะมี ความเชี่ยวชาญ ความเข้าใจ และ/หรือ ความสนใจในการดำเนินงานทางธุรกิจที่จำกัด จึงทำให้ประสบปัญหาในการบริหารจัดการ และต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาศักยภาพในด้านนี้ อย่างจริงจัง ตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการ

เพื่อสังคม ในกลุ่มนี้ได้แก่ โครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ร้าน Cabbages and Condoms (สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน)

๓. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับนโยบายการกระจายอำนาจไปสู่ท้องถิ่น ที่ไม่ใช่เพียงแต่การกระจายอำนาจการตัดสินใจและการให้บริการสาธารณะ ไปอยู่ที่รัฐบาลท้องถิ่นหรือการแปรรูปบริการของรัฐ ไปสู่รัฐวิสาหกิจหรือเอกชน แต่อย่างใด แต่เป็นการกระจายการให้บริการสาธารณะสำคัญต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐบาล ไปสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

ปัจจุบันมีเพียงหน่วยงานราชการบางแห่งเท่านั้นที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการที่เข้าถึงประชาชนในระดับชุมชนได้อย่างแท้จริง และให้อำนาจในการบริหารงานของชุมชนเพิ่มมากขึ้น โดยริเริ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมด้วยเงินทุนสนับสนุนในการเริ่มต้นกิจการเพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถของหน่วยราชการ และรัฐวิสาหกิจในการให้บริการระดับชุมชนที่มากขึ้น และยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วม ความซิดกิลกับชุมชนด้วย

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มนี้ ประสบปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ เนื่องจากกลุ่มคนดำเนินงานส่วนใหญ่มาจากภาครัฐ ซึ่งบางส่วนขาดประสบการณ์ในเชิงธุรกิจ รวมทั้งขาดศักยภาพที่จะทำให้อัตราการเจริญเติบโตทางการเงินได้อย่างยั่งยืน ตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มนี้ ได้แก่ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร์

๔. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังตื่นตัวกับกระแสการสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทย โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการใหม่บางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนรุ่นใหม่ที่สนใจจัดตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแล้ว ยังมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม สุขภาวะ และ/หรือสิ่งแวดล้อม กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ดังกล่าว เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่มักจะประสบปัญหาทางด้านเงินทุนอย่างมาก ทั้งในการระดมเงินทุนเริ่มต้นกิจการ และเงินทุนในการขยายกิจการ เนื่องจากการปล่อยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) นั้น มีอยู่อย่างจำกัด มีหลักเกณฑ์และขั้นตอนในการขอกู้ที่ค่อนข้างจะซับซ้อน ในขณะที่การเข้าถึงเงินทุนเชิงพาณิชย์จากแหล่งอื่น เช่น ตลาดทุน และบริษัทหลักทรัพย์ แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย ปัญหาเรื่องเงินทุนจึงเป็นปัญหาสำคัญมากที่ต้องดำเนินการเพื่อพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มนี้ นอกจากนี้แล้ว การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถ

ในการดำเนินธุรกิจ ก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้มีพื้นฐานความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจโดยตรง หรือถ้ามีก็ขาดประสบการณ์ในการดำเนินกิจการธุรกิจ ตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้ได้แก่ Open Dream นิติยสาร BE เป็นต้น

๕. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยธุรกิจเอกชน

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้ เป็นธุรกิจที่ตั้งขึ้นโดยภาคเอกชน ซึ่งบางส่วนเป็นการต่อยอดมาจากกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ขององค์กรที่ถูกพัฒนาให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน นอกจากนี้แล้วในหลายๆ กรณี วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มธุรกิจเอกชน ได้ถูกตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของภาคธุรกิจโดยตรง เช่น ธุรกิจกำจัดกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือการตั้งสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรสำหรับทำงานในกิจการ เป็นต้น ให้สามารถแก้ไขปัญหา และ/หรือ พัฒนาสังคมได้ในเวลาเดียวกัน

เนื่องจาก วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้จัดตั้งโดยธุรกิจเอกชน จึงมักจะไม่ประสบปัญหาทางด้านเงินทุนในการจัดตั้งและการขยายกิจการ รวมทั้งยังมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี เพราะมีการบริหารจัดการโดยภาคเอกชนนอกจากนี้แล้ว วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้ดี และมีความยั่งยืนทั้งในด้านการเงินและการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม รวมทั้งมีขนาดที่ใหญ่และขยายผลได้ จึงสามารถเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาสังคม สุขภาวะ และ/หรือ สิ่งแวดล้อม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้อยู่น้อยเนื่องจากภาคเอกชนยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม และยังไม่เห็นศักยภาพในการทำกำไร และการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมจากกิจการในลักษณะนี้

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้ อยู่ในรูปแบบธุรกิจ เช่น บริษัท สังคมสุขภาพ ที่ทางกลุ่มบางจาก จัดตั้งขึ้น เพื่อบริหารจัดการร้านเลมอนฟาร์ม ซึ่งเป็นร้านค้าในปีบบางจาก ที่นำผลิตภัณฑ์จากชุมชนมาขาย เป็นการสร้างตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชน

๖. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ประเภทอื่น

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มทั่วไปได้ ทั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยสถาบันทางศาสนา วัด สถาบันการศึกษาต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษาระดับท้องถิ่น องค์กรพัฒนาชุมชนท้องถิ่น องค์กรศาสนาท้องถิ่นที่เป็นศูนย์รวมและเชื่อมโยงคนในท้องถิ่น กิจการเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะสามารถส่งเสริมและสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยเหลือคนในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งการให้บริการเสริมหรือทดแทนบริการของหน่วยงานรัฐโดยตรง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่ถูกตั้งโดยองค์กรที่กล่าวมาข้างต้น จะสามารถดำเนินการได้จากการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือวัด ดังนั้น เงินทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมกลุ่มนี้จึงถือได้ว่า มีความจำเป็น โดยเฉพาะในการเริ่มต้นกิจการ ตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในกลุ่มนี้ได้แก่ Thai Teibal Crafts fair Trade (TTC) และ โรงเรียนรุ่งอรุณ เป็นต้น (แผนแม่บทสร้างเสริมกนการเพื่อสังคม พ.ศ.๒๕๕๓ – ๒๕๕๗)

ตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีอยู่ในบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน ดังนี้

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ เดิมชื่อ มูลนิธิส่งเสริมผลผลิตชาวเขาไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ก่อตั้งขึ้นตามพระราชดำริของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในปี พ.ศ.๒๕๑๕ เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวเขา โดยส่งเสริมและหาตลาด ให้งานหัตถกรรมของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ และดูแลไม่ให้ชาวเขาเหล่านั้นถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง การดำเนินงานของมูลนิธิปฏิบัติตามพันธกิจการสืบสานและต่อยอดพระราชกรณียกิจด้านการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรชั้นนำของโลกในการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาทางเลือกในการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน และเป็นแหล่งเรียนรู้แนวทางดังกล่าว

หลักการพัฒนาของมูลนิธิเป็นไปตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทางเลือกในการดำรงชีวิต แนวทางการพัฒนาดังกล่าวเป็นการสืบสานแนวพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๙ และ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในการแก้ปัญหาความยากจน ซึ่งเป็นรากเหง้าของปัญหาสังคมต่าง ๆ เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อม และปัญหาโครงสร้างสังคมอ่อนแอการพัฒนาทางเลือกดังกล่าวยึดคนเป็นศูนย์กลาง โดยคำนึงถึงบริบททางภูมิสังคม และดำเนินงานอย่างมีบูรณาการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดด้านคุณภาพชีวิต อันประกอบด้วยสุขภาพ การประกอบอาชีพ และการศึกษา รวมทั้งเป็นการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติ นอกจากนี้ยังดูแลปัญหาด้านสุขภาพ การประกอบอาชีพและการศึกษา โดยจะเห็นว่าแนวทางการดำเนินงานของมูลนิธินั้น มุ่งเน้นการแก้ปัญหาพื้นฐานที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคลก่อน โดยเฉพาะสุขภาพ เมื่อสุขภาพดีก็สามารถพัฒนาด้านอาชีพ เมื่อมีอาชีพก็จะมีรายได้และเมื่อมีรายได้ ความเป็นอยู่ย่อมดีขึ้น จากนั้นจึงพัฒนาด้านการศึกษาเพื่อให้การศึกษาสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองต่อไปได้ การวางแนวทางแบบนี้จึงเป็นวงจรการพัฒนาที่มีระบบ มีความยั่งยืน หัวใจสำคัญ ของการพัฒนาทางเลือกในการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน คือความเป็นเจ้าของ ซึ่งเจ้าหน้าที่โครงการและ ชาวบ้าน ต้องวางแผนการพัฒนาร่วมกัน ชาวบ้านต้องเห็นประโยชน์ของโครงการและมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น ทั้งในช่วงการวางแผนและรับช่วงโครงการต่อ

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ ได้นำแนวทางการพัฒนานี้ไปใช้ที่โครงการพัฒนาโดยดุง (พื้นที่ทรงงาน) อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเชียงราย และขยายผลต่อไปยังหลายพื้นที่ทั้งในและนอกประเทศ โครงการพัฒนาในประเทศไทย ประกอบด้วย โครงการปลูกป่าบ้านปางมะหันและปุ่นะ จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน และจังหวัดอุดรธานี ส่วนในต่างประเทศ มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ ดำเนินโครงการพัฒนารัฐฉาน สหภาพพม่า (คอยตุง II) จังหวัดบัลก์ สาธารณรัฐอิสลามอัฟกานิสถาน (คอยตุง III) จังหวัดอาจะห์ สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (คอยตุง IV) และอำเภอเยนันของเขตแมคเกว สาธารณรัฐสหภาพพม่า เห็นได้ว่าแนวทางการดำเนินงานของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ นั้นเป็นแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแนวคิด วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่มีมาก่อนการรับเอาแนวคิดของต่างประเทศเข้ามาและเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า ๔๐ ปี ได้ช่วยเหลือพัฒนาชุมชนชาวเขา ช่วยเปลี่ยนชีวิตจากการค้าฝิ่นให้กลายเป็นแหล่งปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญจำนวนมาก นอกจากนี้ในปัจจุบันยังเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

มูลนิธิและกิจการของ คุณมีชัย วีระไวทยะ

มีชัย วีระไวทยะ เป็นนักพัฒนาที่มีรางวัลและผลงานการพัฒนาจำนวนมากมา รวมทั้งเคยดำรงตำแหน่งสำคัญในระบบการเมืองของไทย ก่อนที่จะผลันตัวเองเข้ามาเป็นนักพัฒนาอย่างเต็มตัว บทบาทของคุณมีชัยฯ ต่อ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม นั้น มีมานานก่อนที่แนวความคิดนี้จะเข้ามาสู่ระบบสังคมไทย ด้วยแนวคิดที่ว่าหากดำเนินกิจการใดแล้วไม่สามารถแสวงหากำไรได้หรือสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้ กิจการนั้นย่อมไม่ประสบผลสำเร็จ การทำงานของคุณมีชัยฯ นั้น ได้ดำเนินงานมาทุกรูปแบบตั้งแต่รูปแบบมูลนิธิ สมาคม ศูนย์พัฒนา โรงเรียน วิทยาลัย ปัจจุบันคุณมีชัยฯ ได้ก่อตั้ง บริษัท ธุรกิจเพื่อพัฒนาการศึกษาและชนบท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหารายได้เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในชนบท โดยมีหน้าที่คัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพออกมาทำการตลาดเพื่อจัดทำหน่วย นอกจากนี้ยังเปิดร้านอาหารที่มีชื่อว่า “Cabbages & Condoms” ซึ่งใช้แนวทางการค้ามาผนวกกับการดำเนินงานเพื่อการรณรงค์เกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยภายใต้แนวคิด ร้านอาหารบรรยากาศดี อาหารรสอร่อย และการบริการที่ดี แต่แฝงด้วยความรู้และทำให้ถุงยางอนามัยกลายเป็นของใช้ที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เปิดโรงเรียนมีชัยพัฒนา ที่ดำเนินการรับนักเรียนในระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา เพื่อให้ นักเรียนเหล่านั้นสามารถเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่สะท้อนภาพของการพัฒนาควบคู่ไปกับการแสวงหารายได้ เช่น โครงการปาตองโก ที่ให้ผู้ป่วยโรคเอดส์จับคู่กับคนที่เป็นปกติเสนอโครงการเพื่อทำการค้ามายังมูลนิธิเพื่อรับเงินนำไปทำทุน โดยโครงการดังกล่าว นอกจากจะช่วยให้คนยากจนมีงานทำแล้วยังช่วยให้ผู้ป่วยโรคเอดส์สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคม ได้อย่างมีความสุขด้วย

เห็นได้ว่าคุณมีชัยฯ ดำเนินงานในลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม อย่างมากมาย โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ของคุณมีชัยฯ นั้น มีแนวความคิดที่ว่า หากรอพึ่งพารายได้จากการบริหารแค่เพียงอย่างเดียวกิจการที่สร้างขึ้นย่อมไม่ยั่งยืน ดังนั้น จึงได้ ดำเนินงานวางแผนธุรกิจเพื่อให้กิจการต่าง ๆ สามารถหารายได้ เพียงแต่ผลกำไรที่ได้นั้นนำมาซึ่ง โครงการพัฒนาอื่น ๆ ต่อไป

วงษ์พาณิชย์

วงษ์พาณิชย์ ก่อตั้งโดย ดร.สมไทย วงษ์พาณิชย์ เป็นธุรกิจด้านการคัดแยกขยะ เพื่อการรีไซเคิลเชิงธุรกิจ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก วงษ์พาณิชย์ดำเนินธุรกิจด้านการขยะมาตั้งแต่ พ.ศ.๒๕๑๗ เป็นเวลากว่า ๔๐ ปีมาแล้ว ที่บริษัทได้ดำเนินการจัดการกับสิ่งที่คนอื่นไม่เห็นคุณค่า นำมาคัดแยกและดำเนินการจัดการอย่างเป็นระบบ จนสามารถสร้างเป็นธุรกิจให้มีมูลค่ามหาศาลได้ วงษ์พาณิชย์นั้นให้บริการด้านการจัดเก็บและคัดแยกขยะอย่างครบวงจร ภายใต้นโยบายการรักษา สิ่งแวดล้อม วงษ์พาณิชย์เองมีแนวความคิดในด้านการอนุรักษ์และจัดการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะที่ ตนเองรับมา ขยะส่วนไหนที่ควรทำลายก็จะนำไปทำลาย ขยะส่วนไหนที่สามารถแปรรูปได้ก็จะนำ เข้าสู่การแปรรูปหรือจัดจำหน่ายให้กับผู้ที่ต้องการ นอกจากนี้ วงษ์พาณิชย์ ยังให้บริการที่มีทั้งการ บริการคัดแยกขยะในครัวเรือน ขยะอุตสาหกรรม และขยะจากหน่วยงานที่ต้องการให้เป็นความลับ วงษ์พาณิชย์ มีระบบการดำเนินงานที่มีมาตรฐานสูง สามารถให้บริการได้หลายหลาย และใน ปัจจุบันยังเปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการคัดแยกขยะ รวมทั้งมีการขยายสาขาแบบเฟรนไชส์ ออกไป โดยไม่เก็บค่าเฟรนไชส์อีกด้วย

เห็นได้ว่า วงษ์พาณิชย์ เป็นกิจการค้ากำไรที่สามารถสร้างประโยชน์และคุณค่ามหาศาล ให้กับสังคม โดยการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม การรักษามาตรฐาน และคุณภาพชีวิตของพนักงานและชุมชนโดยรอบ การสร้างงานให้กับชุมชน รวมทั้งการพัฒนาตนเอง เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการคัดแยกและจัดการขยะอย่างถูกวิธี ส่งผลให้กิจการค้าของ วงษ์พาณิชย์ สามารถจัดเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ประเภทหนึ่งได้

ร้านเลมอนฟาร์ม

ร้านเลมอนฟาร์ม เป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของสังคม โดย เป็นองค์กรของสมาชิกและผู้บริโภคที่ร่วมกันสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นกลไกเชื่อมโยงผู้บริโภคและ เกษตรกรผู้ผลิตในชนบทถึงกัน และช่วยเหลือกันในการสร้างสุขภาพเสริมชุมชน การสืบสาน วัฒนธรรม ด้วยความต้องการมีส่วนเอื้อให้เกิดสุขภาพดีทั้งของบุคคลและสังคมมากยิ่งขึ้น เลมอนฟาร์ม เป็นตลาดทางเลือกในการให้บริการ และกระตุ้นการผลิตอาหาร และผลิตภัณฑ์ ที่ปลอดภัยจาก สารเคมีเป็นพิษ โดยเฉพาะเกษตรธรรมชาติ เพื่อสร้างสุขภาพผู้บริโภค และเกษตรกรผู้ผลิตที่มีชีวิต ที่ปลอดภัยและดีต่อสิ่งแวดล้อม ร้านเลมอนฟาร์มมีความมุ่งหมายในการดำเนินงาน ๔ ประการ คือ

๑. เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ที่ใช้กิจกรรมทางการตลาดเป็นปัจจัยขับเคลื่อนงาน ด้านส่งเสริมสุขภาพผู้บริโภคช่วยผู้ผลิตในชุมชน และการร่วมดูแลสิ่งแวดล้อม

๒. พัฒนาสร้างสรรค์อาหารเกษตรอินทรีย์ และอาหารธรรมชาติ ให้เกิดมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีอาหารที่ดีเพียงพอต่อสุขภาพ

๓. ชักชวนและเชื่อมโยงเกษตรกรขนาดเล็กให้เปลี่ยนวิธีการผลิตจากเกษตรเคมี ที่อันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สู่เกษตรอินทรีย์และเศรษฐกิจพอเพียง โดยสร้างปัจจัยตลาดรองรับผลผลิตที่เกิดขึ้นและรับซื้อในราคาเป็นธรรม (Fair Trade)

๔. สนับสนุนให้ผู้บริโภคมีสุขภาพดีด้วยการเปลี่ยนวิถีบริโภค และปรับการใช้ชีวิต สู่วิถีธรรมชาติ โดยการส่งเสริมองค์ความรู้ การฝึกอบรม ด้านการบริโภค ในแนวทางธรรมชาติบำบัด เกษตรธรรมชาติ การบริหารจัดการและกายที่สมดุล

ร้านเลมอนฟาร์ม จัดเป็นธุรกิจสร้างสรรค์สังคมและเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการ เพื่อสังคม เนื่องจากมีแนวความคิดในการอนุรักษ์และดำเนินการเพื่อสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยตรง โดยเฉพาะแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ แม้ว่าร้านจะดูเหมือนร้านค้าปลีก แต่ภายใต้ ภาพลักษณ์ของร้านที่ชาวสะอาดและผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร ส่งผลให้ร้านเลมอนฟาร์มเป็นที่ยอมรับ ของตลาดในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

บริษัทสวนเงินมีมา

บริษัทสวนเงินมีมา จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตหนังสือแนว กระบวนทัศน์ใหม่ ทั้งทางด้านการศึกษา ศิลปะ เศรษฐกิจ และวิทยาศาสตร์ ซึ่งหนังสือเหล่านี้จัดเป็นหนังสือที่ไม่ใช่ กระแสหลักของสังคม จึงทำให้เป็นตลาดที่แคบ สามารถขยายได้เฉพาะกลุ่ม แต่ก็มีข้อดีคือมีคู่แข่ง ไม่มากนัก บริษัทก่อตั้งภายใต้การนำของ สุลักษณ์ ศิวรักษ์ ซึ่งเป็นอาจารย์และนักเขียน บริษัท ก่อตั้งขึ้นในวันที่ ๒๗ มีนาคม พ.ศ.๒๕๔๔ เพื่อดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจไปพร้อมกับ กิจการทางสังคม อันประกอบไปด้วย ผู้ถือหุ้นทั้งจากองค์กรด้านสังคมและนักธุรกิจ ที่ใส่ใจในปัญหาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และศักยภาพด้านในของมนุษย์ บริษัทมีวิสัยทัศน์ ในการเป็นองค์กรผู้ประกอบการ สังคมที่เป็นองค์กรธุรกิจอย่างใหม่ ประกอบด้วยองค์กรพัฒนาสังคมและนักธุรกิจที่ตระหนักถึง ปัญหาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมและศักยภาพด้านในของมนุษย์ ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินงานทั้งด้านธุรกิจ และสังคมไปพร้อมกัน ด้วยค่านิยมอย่างใหม่ที่มีได้มุ่งหวังกำไรเป็นที่ตั้ง และผลกำไรที่มีขึ้นจะนำ กลับไปส่งเสริมสนับสนุนองค์กรพัฒนาสังคมและชุมชนเป็นหลัก บริษัทมีนโยบายและแนวคิด ความเป็นการตลาดเพื่อสังคม ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อให้ เกิดการเรียนรู้ร่วมกันถึงคุณค่าอย่างใหม่ในการดำเนินชีวิต โดยเชื่อว่าพลังของผู้บริโภคและ จิตสำนึกเพื่อรับผิดชอบของผู้ผลิต สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นต่อสังคมได้

รูปแบบการดำเนินงานของบริษัทมีทั้งสำนักพิมพ์ที่เน้นการทำงานด้านสังคมและแนวคิดอย่างใหม่ในการแสวงหาคำความรู้ นำเสนอสาระผ่านหนังสือควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับสมาชิก เครือข่าย บุคคลทั่วไป สถาบันการศึกษา รวมทั้งสื่อต่าง ๆ ภายใต้นโยบายความคิดการจัดพิมพ์หนังสือที่มีคุณประโยชน์สูง และพยายามสร้างการรับรู้เรื่องราวในหนังสือที่พิมพ์อย่างต่อเนื่อง ร้านสวนเงินมีนา ร้านกรีนเล็ก ๆ บนย่านเมืองเก่า ที่นำเสนอความหลากหลายของชีวิต ทั้งวิถีการกิน การอยู่ และคุณค่าด้านจิตใจ ให้ผู้คนสัมผัสซึมซับผ่าน อาหารใจที่นำเสนองานหัตถกรรมพื้นบ้านผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติที่โดดเด่นด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านและเครื่องศาสนพิธีจากชุมชนชาวธิเบตและประเทศภูฏาน ผ่าน อาหาร สมอ จากหนังสือหลากหลายประเภท ที่สร้างเสริมความรู้และสร้างสรรค์แรงบันดาลใจ เพื่อสนับสนุนการวางรากฐานด้านวัฒนธรรมการอ่านผ่าน อากาศกาย ที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคด้วยมุมนิสินค้าสีเขียว ที่คัดสรรจากผู้ผลิตรายย่อยและชุมชน พร้อมนำเสนอเมนูสุขภาพที่พิถีพิถันกับการคัดสรรวัตถุดิบที่สะอาดปลอดภัยเครือข่ายตลาดสีเขียว เครือข่ายที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยง และขยายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคที่ยังทำหน้าที่กระตุ้นจิตสำนึกและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจต่อการบริโภคที่ยั่งยืน มีการจัดตลาดนัดสีเขียวในพื้นที่โรงพยาบาล อาทิ โรงพยาบาลปทุมธานี, โรงพยาบาลมิชชั่น และจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ วงสนทนาเกษตรอินทรีย์ พร้อมประชุมกรรมการและสมาชิกเครือข่ายตลาดสีเขียว การเยี่ยมชมฟาร์มผู้ผลิต วารสารตลาดสีเขียว และงานกรีนแฟร์ ในช่วงปลายปี เป็นต้น สำนักอิสระเพื่อศึกษาและวิจัยเรื่องความเป็นอยู่ที่ดี (School for wellbeing Studies and Research) มีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ขบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมที่ยั่งยืน

บริษัทสวนเงินมีนา ได้กำหนดโครงสร้างและหลักการ ดังนี้ ผู้ถือหุ้นบริษัทสวนเงินมีนา จำแนกเป็น ๒ ประเภท ประเภทที่ ๑ ผู้ถือหุ้นที่ไม่หวังรับเงินปันผล คือ ผู้ถือหุ้นที่ได้รับเงินปันผลและนำเงินปันผลที่ได้รับนั้นบริจาคให้แก่องค์กรพัฒนาสังคม องค์กรสาธารณกุศล หรือมูลนิธิที่ดำเนินงานให้เกิดให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ประเภทที่ ๒ ผู้ถือหุ้นที่รับเงินปันผล คือ ผู้ถือหุ้นที่รับผลเงินปันผลโดยตรง ได้แก่ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ได้มีส่วนช่วยสนับสนุนกิจการบริษัทฯ ไม่ทางใดทางหนึ่ง ทั้งนี้ จำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้นประเภทที่ ๑ จะต้องมีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ถือหุ้นประเภทที่ ๒ นโยบายการปันผลกำไรจะหักกำไรจำนวน ๑๐% มอบให้แก่มูลนิธิเสถียรโกเศศ นาคะประทีป ในฐานะที่ได้สนับสนุนและร่วมก่อตั้งองค์กรผู้ประกอบการสังคมแห่งนี้ และหักกำไรจำนวน ๓๐% เพื่อใช้เป็นเงินทุนสำรองกิจการ ส่วนที่เหลือ ๖๐% จำนนำมาปันผลกำไรตามสัดส่วนและจำนวนของผู้ถือหุ้นทั้งสองประเภท คือ ผู้ถือหุ้นที่ไม่หวังเงินปันผล และผู้ถือหุ้นที่รับเงินปันผล เห็นได้ว่า บริษัทสวนเงินมีนา เป็นธุรกิจเต็มรูปแบบที่มีการดำเนินงานเพื่อสังคมเป็นฐาน จึงสามารถจัดให้บริษัท เป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ประเภทหนึ่งได้

สรุป

จากตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่นำเสนอในส่วนต้นนั้น เห็นได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ดำเนินอยู่แล้วในประเทศไทยมีอยู่หลายหลายแบบ ทั้งในรูปแบบมูลนิธิในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิส่วนบุคคล กิจการส่วนบุคคล กิจการที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันของชุมชนหรือกลุ่มคน ทั้งนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เหล่านี้มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงานส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อการพัฒนาหรือช่วยเหลือสังคม กิจการทั้งหมดมีแนวทางในการแสวงหารายได้จากการดำเนินงานกิจการที่ชัดเจนและมีการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมที่เป็นของตนเอง จากผลการดำเนินงานดังกล่าวทำให้ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เหล่านี้ มีข้อแตกต่างกันออกไป แต่สิ่งหนึ่งที่มีเหมือนกันและเห็นได้ชัดเจนก็คือ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เหล่านี้ ล้วนมีแนวทางและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่นำมาเป็นตัวอย่างนั้นยังเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ส่วนใหญ่มีการดำเนินการมายาวนาน เป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่เริ่มจากจุดเล็ก ๆ และค่อย ๆ ขยับขยายต่อเนื่องไปทั้งสิ้น ถึงแม้จะเป็นมูลนิธิในพระบรมราชูปถัมภ์ ก็ตาม ก็ไม่ได้เป็นกิจการที่เริ่มต้นโครงการอย่างใหญ่โตอย่างเช่นทุกวันนี้ หากแต่ค่อย ๆ ก่อร่างสร้างผลงานมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน

บทที่ ๔

การวิเคราะห์ การเปรียบเทียบ และการสังเคราะห์ รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม

การวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในระบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจบทบาทหน้าที่และขอบข่ายของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม Dees (๑๙๙๘) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยจำแนกบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมไว้ ๕ ด้าน คือ

๑. การเป็นผู้นำในภารกิจสร้างและรักษาค่านิยมทางสังคม
๒. ตระหนักและมุ่งมั่นค้นหาโอกาสใหม่ ๆ ที่จะปฏิบัติตามภารกิจ
๓. การมีส่วนร่วมในกระบวนการของนวัตกรรม การปรับตัว และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
๔. ทำอย่างเต็มที่โดยไม่ถูกจำกัดด้วยทรัพยากรในปัจจุบันที่มีอยู่ในมือ
๕. การแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อพื้นที่ที่ดำเนินการและผลลัพธ์ที่สร้างขึ้น

นอกจากนี้ จากแนวความคิดของ Schumpeter (อ้างถึงใน Dees, 1998) ที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการที่เข้ามาสู่การทำงานเพื่อสังคมนั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมยังจะต้องเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกด้วย

สาเหตุที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมต้องเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะต้องเป็นผู้ที่เห็นปัญหา และมีความต้องการจะเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขปัญหาทางสังคมที่มีอยู่ โดยหลีกเลี่ยงจากวิธีการเดิม ๆ ที่มีการดำเนินการอยู่แล้วจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่มีอยู่ การก้าวขึ้นมาเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะต้องเป็นผู้ที่มีแนวคิดอย่างสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนวิธีการและมุ่งหวังผลลัพธ์ที่ดีกว่า มองเห็นว่าวิธีการเดิม ๆ นั้นเป็นวิธีการที่ไม่ได้ผล ดังนั้นจึงต้องแสวงหาการเปลี่ยนแปลงที่เป็นระบบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับกิจการของตนเอง รวมทั้งต้องไม่ลืมนิวทัศน์วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเป็นกิจการที่มีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างสรรค์อย่างมีนวัตกรรมต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Certo & Miller, ๒๐๐๘) คุณลักษณะสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมทั้งหมดที่ Dees กล่าวไว้ มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

๑. การเป็นผู้ดำเนินการกิจการสร้างและรักษาค่านิยมทางสังคม

ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้นแตกต่างจากองค์กรที่แสวงหากำไร และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบของ CSR แต่ทั้งนี้ในความเป็นผู้ประกอบการสิ่งหนึ่งที่ยังคงต้องตระหนักคือการแสวงหา ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงไม่ใช่การต้องทำธุรกิจขาดทุน แต่เป็นการแสวงหากำไร ซึ่งกำไรนั้นแตกต่างจากแง่มุมในทางธุรกิจ กำไรของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงไม่ใช่การเข้าไปเปลี่ยนแปลงสังคมแบบฉับพลัน แต่เป็นการเข้าไปปรับปรุงระบบโครงสร้างที่มีปัญหา และทำในสิ่งที่ดีกว่า Thake & Zadek (๑๕๕๗) มีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมศึกษาสภาพและบริบทดั้งเดิมของสังคม ศึกษาความต้องการที่แท้จริงก่อนที่จะดำเนินการใด ๆ กับสังคม

๒. ตระหนักและมุ่งมั่นค้นหาโอกาสใหม่ ๆ ที่จะปฏิบัติตามภารกิจ

Dees (๑๕๕๘) กล่าวว่า “สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมแล้ว เมื่อคนอื่นมองเห็นว่าเป็นปัญหา ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมน่าจะมองเห็นว่าเป็นโอกาส” ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จะไม่ใช่เป็นผู้ขับเคลื่อนโดยความต้องการของสังคมแต่เพียงอย่างเดียว แต่ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จะเป็นผู้แสวงหาโอกาสอย่างเป็นรูปธรรมในการปรับปรุงและพัฒนาสังคม วิสัยทัศน์เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมมี พวกเขาจะนำเสนอโมเดลในการดำเนินการ มีการดำเนินการค้นคว้าทดลอง และประยุกต์สิ่งที่เกิดขึ้นให้เข้ากับสิ่งที่มี พวกเขาจะไม่ใช่ว่าผู้ที่ยุคหนึ่งหรือยอมรับแต่ความสำเร็จเพียงเล็กน้อย หากแต่พวกเขาจะเข้ามาศึกษาและแสวงหาแนวทางในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามพวกเขาไม่เคยล้มเลิกภารกิจที่วางไว้ใน การช่วยกันพัฒนาสังคม

๓. การมีส่วนร่วมในกระบวนการของนวัตกรรม การปรับตัว และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมน่าจะเป็นนักนวัตกรรม หรือที่เรียกว่าเป็นนวัตกรรม คือมีความคิดอ่านใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอยู่เสมอ ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จะเป็นผู้ที่ก้าวข้ามกฎเกณฑ์แบบเดิม ๆ เพื่อสร้างวิถีทางใหม่ ในการบริหารจัดการกับกิจการของตน Schumpeter (อ้างถึงใน Dees , ๑๕๕๘) กล่าวเตือนในเรื่องนี้ว่าการเป็นนักนวัตกรรมของผู้ประกอบการเพื่อสังคมนั้น ไม่ได้หมายความว่าพวกเขาจะต้องมุ่งแสวงหาแต่สิ่งใหม่ ที่ไม่เคยมีใครพบเห็นมาก่อน แต่การพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ การปรับเปลี่ยนการใช้งาน หรือการปรับปรุงที่นำไปสู่แนวทางใหม่ ที่สามารถให้คุณค่าได้มากกว่าเดิมก็คือว่าเป็นนวัตกรรมด้วย

Sodhi & Tang (๒๐๑๑) ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จของผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมว่าปัจจัยส่วนหนึ่งต้องมาจากความสามารถในการเรียนรู้และปรับตัว เนื่องจากปัญหาของการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้น ซับซ้อนกว่าการประกอบธุรกิจธรรมดา การดำเนินการแก้ไขจึงอาจต้องอาศัยระยะเวลาและความสามารถที่มากขึ้น

๔. ทำอย่างเต็มที่โดยไม่ถูกจำกัดด้วยทรัพยากรในปัจจุบันที่มีอยู่ในมือ

ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จะไม่มีข้อกำหนดด้านทรัพยากร เนื่องจากการใช้พลังอำนาจของเครือข่ายในการดำเนินการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมีความสำคัญมากกว่าทรัพยากรภายในองค์กรที่มีอยู่จำกัด ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมแท้จริงปราศจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร เนื่องจากพวกเขาสามารถหยุ่ครองจนกว่าจะมีเครือข่ายที่เหมาะสมมาทำให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การกล่าวเช่นนี้เป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมก้าวข้ามเส้นแบ่งของการแข่งขันทางธุรกิจไปสู่การร่วมมือเพื่อสร้างสิ่งที่ดีกว่า โดยปราศจากเงื่อนไข เนื่องจากเป้าหมายของผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมไม่ใช่ผลกำไรที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความพึงพอใจ แต่เป้าหมายของพวกเขาคือการพัฒนา ความเสี่ยงและการคุ้มครองความเสี่ยงจะไม่ใช่สิ่งที่ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจำเป็นต้องกลัว พวกเขาทราบดีว่าการทำธุรกิจมีความเสี่ยง แต่สำหรับผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมแล้ว ความเสี่ยงนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น

๕. การแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อพื้นที่ที่ดำเนินการและผลลัพธ์ที่สร้างขึ้น

ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เป็นผู้ที่ค้นหาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงที่ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมดำเนินการไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราว แต่ต้องมีความต่อเนื่องยั่งยืน จุดนี้เป็นอีกจุดหนึ่งที่แตกต่างจากรูปแบบการช่วยเหลือสังคมแบบ CSR ที่เมื่อหยุดการดำเนินการก็มีแนวโน้มที่จะย้อนกลับมาเป็นแบบเดิม การประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้นมีเป้าหมายที่มากกว่า มีความยั่งยืนกว่า ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่ขั้นตอนและกระบวนการสร้างคุณค่าที่พึงประสงค์สำหรับสังคมนั้นอาจเป็นไปได้ซ้ำและไม่ได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ แต่ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะไม่ละทิ้งงานของตนเอง เนื่องจากพวกเขาจะเข้าใจดีถึงหลักการและธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงที่อาจต้องใช้เวลาผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะเข้าใจความคาดหวังของกลุ่มคนที่มีส่วนได้เสียในงานที่ทำ ดังนั้นพวกเขาจะไม่หยุดนิ่งหรือละทิ้งงานที่ได้รับเริ่มไปแล้วจนกว่าจะเห็นว่าวิธีการเดิมไม่สามารถนำไปสู่วัตถุประสงค์ที่ต้องการได้อีกต่อไป (Martina & Novicevic, ๒๐๑๐) ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะศึกษา

กระบวนการพัฒนาของระบบสังคม การลงทุน การบริหารผลกระทบ โดยเขาไม่ได้คำนึงถึงขนาด และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น แต่เขาสนใจในกระบวนการ วิธี และสิ่งที่ดำเนินการอยู่ว่ามีความสัมพันธ์ กับความต้องการที่แท้จริงของสังคมหรือไม่ ผู้ประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จะพร้อมรับผิชอบ และดำเนินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

การแบ่งรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

นักวิชาการจากหลายสถาบัน ได้พยายามที่จะจัดแบ่งรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือ กิจการเพื่อสังคม เพื่อให้มีความครอบคลุมถึงรูปแบบต่าง ๆ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ดังนี้

๑. แนวคิดของ Dees แบ่งรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

๑.๑ องค์กรภาคสังคมที่ไม่แสวงหากำไร

๑.๒ องค์กรภาคธุรกิจที่แสวงหากำไรเพื่อนำมาช่วยสังคม

๑.๓ องค์กรภาคสังคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม

๑.๔ องค์กรภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม

๒. แนวคิดของ Cheng & Ludlow แบ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

เป็น ๓ ลักษณะ อันประกอบด้วย

๒.๑ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ดำเนินการค้าขายโดยไม่มีผลกระทบต่อสังคมโดยตรง

๒.๒ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ดำเนินการค้าขายที่มีผลกระทบต่อสังคมโดยตรง

๒.๓ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ดำเนินการค้าขายโดยมีผลกระทบต่อสังคมโดยตรง และแบ่งกำไรไปมีผลกระทบต่อสังคมด้วย

๓. แนวคิดของทีมงานนิตยสาร Inc ก็ได้แบ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เป็น ๖ ลักษณะด้วยกัน

การเปรียบเทียบรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วโลกกับไทย

๑. ประเทศอังกฤษ

นโยบาย Social Enterprise ของประเทศอังกฤษมุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ Social Enterprise สามารถเข้าแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ และยังส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจเพื่อสังคมให้ดีกว่าธุรกิจทั่วไป นอกจากนี้รัฐบาลอังกฤษยังร่วม พัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการเข้ามาตั้งศูนย์ Social Enterprise ซึ่งมีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ และเป็นหน่วยให้คำปรึกษาภาคธุรกิจที่ต้องการเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทดังกล่าว พร้อมมีหลักสูตร

ฝึกอบรมที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาความรู้ สร้างความน่าเชื่อถือ เช่น สนับสนุนการทำวิจัย เพื่อเป็นวิธีในการตรวจสอบสังคม และกระตุ้นให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและภาคอุตสาหกรรม ตระหนัก ถึงวิธีแก้ปัญหาอย่างมีความรับผิดชอบ

ในต้นปี ๒๐๐๖ รัฐบาลอังกฤษได้จัดตั้งหน่วยงานขึ้นใหม่ เพื่อสนับสนุน Social Enterprise ซึ่งเรียกว่า Office of the Third Sector (OTS) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักคณะรัฐมนตรี OTS ได้เปิดตัวแผนปฏิบัติงานธุรกิจเพื่อสังคมในเดือนพฤศจิกายน ๒๐๐๖ ซึ่งเป็นแผนระยะยาว ๑๐ ปี โดยนโยบายหลักคือ ผลักดันและสนับสนุน Social Enterprise และยังช่วยเหลือในด้านการให้ข้อมูลและคำปรึกษาเพื่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและลดอุปสรรคการทำงานร่วมกับภาคธุรกิจ เอกชนอีกด้วย การจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ Social Investment Task Force นั้น เป็นความร่วมมือระหว่าง UK Social Investment Forum และ Foundation and the Development Trusts Association ซึ่งจะทำหน้าที่ให้คำแนะนำแก่รัฐบาลในเรื่องการขยายตัวของกองทุน Phoenix (กองทุนเพื่อศักยภาพของชุมชนโดยการกระตุ้นการลงทุนผ่านทางสังคมและธุรกิจ) การจัดตั้งโดยให้เครดิตทางภาษีของการลงทุนเพื่อชุมชน การให้ความช่วยเหลือของภาครัฐสู่กองทุนช่วยพัฒนาชุมชนและการสนับสนุนการพัฒนาทางการเงินแก่ชุมชน

ตัวอย่างการส่งเสริม Social Enterprise ของอังกฤษจะมุ่งส่งเสริมและสร้างความตระหนักถึงการเป็น Social Enterprise ให้เพิ่มมากขึ้นในกลุ่มเยาวชน เป็นอีกหนึ่งนโยบายของรัฐที่สนับสนุนการศึกษาในโรงเรียนผ่านเงินทุนจากทาง CSR ถึง ๑๕๐ ล้านปอนด์ และมีกรจัดทำโครงสร้างเพื่อเพิ่มคุณภาพของ Social Enterprise โดยการจัดการแข่งขัน Make You Mark สำหรับเยาวชนตั้งแต่ปี ๒๐๐๖ และมีรางวัลสำหรับเยาวชนที่เป็น Social Enterprise ดีเด่น (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม)

ปัจจุบันในอังกฤษมี Social Enterprise อยู่กว่า ๖๒,๐๐๐ แห่ง มีนักธุรกิจ Social Enterprise ๑๑ ล้านคน เพื่อช่วยกันสร้างโลกให้น่าอยู่ คนทำงาน Social Enterprise ภาคภูมิใจเพราะได้รับเงินเดือนจากการทำงานที่ทำให้เด็กยากไร้ เด็กพิการ ฯลฯ ได้มีความสุขมากขึ้น อีกทั้งผลตอบแทนที่ได้รับก็ใกล้เคียงกับการทำงานธุรกิจเอกชนตามปกติ เจ้าของก็เช่นเดียวกัน ได้รับผลตอบแทนในระดับหนึ่ง โดยกำไรที่เหลือจะมอบให้สาธารณกุศล ในลักษณะนี้ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจมีความสุขจากการให้ผ่านการทำงานที่มีความหมาย (การให้ในรูปแบบ Social Enterprise)

๒. ประเทศฟินแลนด์

ฟินแลนด์เป็นประเทศในแถบสแกนดิเนเวียที่ใช้ระบบรัฐสวัสดิการ คือ รัฐรับผิดชอบดูแลประชาชนในบริการสาธารณะต่าง ๆ โดยตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ ๒ ได้มีการจัดตั้งองค์กรมากกว่า ๓๐๐ องค์กร เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจ้างงานผู้ด้อยโอกาส ความจำเป็นของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงมีน้อย อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี ๑๙๕๐ ที่มีการเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ทำให้องค์กรที่เป็นศูนย์กลางของผู้ด้อยโอกาส ต้องมีการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด โดยการรวมกลุ่มกันและหาตลาดใหม่

ในปี ๒๐๐๓ ฟินแลนด์ ได้เริ่มมีการพัฒนากฎหมายวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ได้ผ่านการเห็นชอบจากรัฐสภา ในวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๐๐๓ และถูกนำมาใช้ ในวันที่ ๑ มกราคม ๒๐๐๔ กฎหมายนี้ได้รับการสนับสนุนจากคนว่างงานระยะยาวกว่า ๑๘๐,๐๐๐ คน และคนพิการที่หางานไม่ได้กว่า อีก ๔๕,๐๐๐ คน แต่มีข้อกังวลเกี่ยวกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากอุตสาหกรรมบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง นอกจากนี้ยังมีผลกระทบต่อภาคบริการของรัฐ

ธุรกิจที่ได้รับการยอมรับในการลงทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม คือ ทุกธุรกิจที่มีรูปแบบทางกฎหมายและโครงสร้างของเจ้าของ ถ้าธุรกิจนั้นได้มีการจดทะเบียนเป็นธุรกิจแล้วภายใต้กระทรวงพาณิชย์ (Enterprise Register of Ministry of Trade and Commerce) แม้กระทั่งสมาคมที่มีการค้าและลูกจ้างอย่างน้อย ๑ คน และจดทะเบียนเป็นธุรกิจแล้ว ก็สามารถที่จะจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมได้ ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะได้รับเงินอุดหนุนการจ้างงานจากรัฐและได้งบประมาณในการทำกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจ้างงานหรือการพัฒนาบริการการจ้างงานต่าง ๆ โดยกฎหมายวิสาหกิจเพื่อสังคมของฟินแลนด์ (Finland Act on Social Enterprise) นิยามวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ไว้ว่า

๑. ๓๐ % ของพนักงานต้องเป็นผู้พิการ หรือผู้ด้อยงานระยะยาว หรือทั้งสองอย่าง
๒. ลูกจ้างมีสัญญาจ้างงานกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม นั้น ๆ และอย่างน้อยกิจการต้องจ่ายเงินเดือนตามที่ได้ตกลงไว้
๓. รายได้ออย่างน้อย ๕๐ % มาจากการทำธุรกิจ
๔. ไม่มีข้อกำหนดในเรื่องรูปแบบการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม
๕. ชั่วโมงการทำงานอย่างน้อย ๕๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ ๘๕% จากเต็มวัน (Full-Time)
๖. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ดำเนินธุรกิจในตลาดเสรี (Open Market)
๗. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม อยู่ภายใต้ กระทรวงเศรษฐกิจและแรงงาน (Ministry of Employment and the Economy)
๘. อยู่ภายใต้กฎหมาย วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Act on Social Enterprise)

๑ มกราคม ๒๐๐๔ มีการปรับแก้และมีผลบังคับใช้ เมื่อ ๑ พฤษภาคม ๒๐๐๗

แนวทางการพัฒนาด้านกฎหมายและวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในอนาคตของฟินแลนด์

- การปรับปรุงกฎหมาย วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เน้นแก้ปัญหาบริการสาธารณะที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยการตีความว่า กิจการหมายถึงรวมถึงกิจการที่ไม่ได้คำนึงถึงกำไรสูงสุดและกิจการที่ตั้งขึ้น โดยมีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก โดยกิจการเหล่านี้จะได้รับการช่วยเหลือ

และสนับสนุนทางด้านกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดสรรกำไรหรือการ โอนสินทรัพย์

ในปัจจุบันได้มีการถกเถียงที่มุ่งประเด็นในเรื่องเกี่ยวกับกฎหมาย วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Legislation on Social Enterprise) ในด้านสังคมและการบริการด้านสุขภาพ ตามแนวความคิดของ CIC (Community Interest Companies) ในประเทศอังกฤษ และกฎหมายของสวีเดน ในเรื่องบริษัทที่มีข้อกำหนดในการสร้างกำไร (Companies with Restricted Delivery of Profits)

๓. ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดย จัดตั้งสำนักงานนวัตกรรมสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Office of Social Innovation and Civic Participation : SICP) โดยมีเป้าหมายสำคัญในการทำงานร่วมกับองค์กรไม่แสวงหากำไร ภาคเอกชนและภาครัฐเพื่อสร้างนวัตกรรมและการดำเนินการด้วยกระบวนการที่ดีกว่าเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นความท้าทายของประเทศไทย การทำงานของ SICP จะมุ่งเน้นในภารกิจ ๓ ประการได้แก่

๑. ด้านการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาผู้นำในชุมชน

เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นต่าง ๆ นั้น รัฐไม่สามารถที่จะจัดลำดับความสำคัญในการแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับแต่ละชุมชนได้ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมือที่ช่วยให้เกิดการกระจายโอกาสในการจัดการชุมชนด้วยตนเองและสร้างคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาทำทลายกับปัญหาของชุมชน ดังนั้นในช่วงเวลาที่ผ่านมามีได้เกิดการวางโครงการต่าง ๆ เหล่านี้

- ได้มีการลงนามในกฎหมาย Edward Kennedy Serve America ซึ่งมีส่วนช่วยให้เกิดการขยายตัวอย่างมากของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ทำงานด้านบริการสาธารณะ

- การจัดตั้ง AmeriCorps ซึ่งเป็นช่องทางในการบริหารจัดการอาสาสมัครที่ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ ในแต่ละประเด็น โดยปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน ๗๕,๐๐๐ คน และมีเป้าหมายให้เกิดการขยายเป็น ๒๕๐,๐๐๐ คน ในปี ๒๐๑๖

- พัฒนากองทุน Volunteer Generation เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงานขององค์กรไม่แสวงหากำไร ในการเพิ่มศักยภาพของการทำงานไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดหาบุคลากร การพัฒนาทักษะ การบริหารจัดการ

- จัดทำโครงการ United We Serve เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดจิตอาสาขึ้นในชุมชนต่าง

๒. การเพิ่มการลงทุนในการสร้างนวัตกรรมของชุมชนที่สามารถเห็นผลลัพธ์ได้

มีการทำงานร่วมกันกับรัฐบาลกลางในการสร้างเครื่องมือต่าง ๆ เช่น กองทุน การให้รางวัล ตลาดทุนทางสังคม เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนให้การแก้ไขปัญหาสำเร็จไปได้ นอกจากนี้

ยังร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อค้นหาเครื่องมือในการวัดความสำเร็จเพื่อสร้างองค์ความรู้ของความสำเร็จและล้มเหลว เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีกิจกรรมดังต่อไปนี้

- ตั้งกองทุน Social Innovation มูลค่า ๕๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยจะลงทุนในโครงการที่มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อทำซ้ำให้เกิดความสำเร็จในชุมชนอื่น ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งกำลังเผชิญกับความท้าทายเดียวกัน โดยมุ่งเน้นไปที่โครงการไม่แสวงหากำไรที่ส่งผลกระทบสูงและเดินด้วยผลลัพธ์ เพื่อให้มั่นใจว่าทรัพยากรและภาครัฐจะถูกใช้ไปในทางที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ และคู่ควรกับความไว้วางใจของประชาชน

- ตั้งกองทุน Investing in Innovation มูลค่า ๖๕๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

- ตั้ง Inter – agency Evaluation Working Group

๓. การพัฒนารูปแบบการสร้างร่วมมือใหม่

ค้นหาวิธีที่ภาครัฐร่วมมือกับองค์กรเอกชนในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน พัฒนานวัตกรรมและรูปแบบของความร่วมมือใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างผลลัพธ์และผลกระทบที่ดีกว่าการแยกกันทำงาน

- โครงการ Let's Move เป็นการสร้างการประสานความร่วมมือของมูลนิธิภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหากำไร ในการแก้ไขปัญหาเด็กอ้วน

- โครงการ Text 4 Baby เป็นการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการส่ง SMS ให้หญิงที่ตั้งครรภ์ในการดูแลตัวเองและลูก (แผนแม่บทสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม พ.ศ.๒๕๕๑ – ๒๕๕๗)

๔. ประเทศแคนาดา

ประเทศแคนาดา มีการประชุมสุดยอดทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน โดยได้จัดตั้ง The Chantier de l'economie sociale คณะทำงานเฉพาะกิจ เรื่อง Social Economy นำโดยองค์กรภาคสังคม รวมถึงการพัฒนาส่วนท้องถิ่น ภาคบริการ และกลุ่มการขับเคลื่อนทางสังคม รวมถึงมีการสนับสนุนด้านนโยบายสาธารณะ สำหรับ Social Enterprise โดยการรวมนโยบายการพัฒนาในส่วนท้องถิ่นและภูมิภาคเข้าด้วยกัน เพื่อสนับสนุน Social Enterprise

การสร้างความเท่าเทียมกันของการเข้าถึงสิ่งจูงใจสำหรับการทำธุรกิจ รวมถึงการจัดตั้งการฝึกอบรม และเครื่องมือในการสรรหาเงินทุนและการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งมีเงินกองทุนสนับสนุน Social Enterprise ภายใต้การดูแลของรัฐมนตรีด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และศักยภาพ พร้อมทั้งมีการออกพระราชบัญญัติความร่วมมือขององค์กรไม่แสวงหากำไร โดยลดความแตกต่างของกฎระเบียบสำหรับองค์กรไม่แสวงหากำไรและรัฐบาลปรับปรุงความน่าเชื่อถือทางการเงิน ทำให้บทบาทและความรับผิดชอบของพนักงานและผู้อำนวยการมีความเข้าใจง่าย ๆ และปกป้องสิทธิของสมาชิก แคนาดาได้จัดตั้ง Co-operative Development

Initiative (CDI) ในปี ๒๐๐๓ ซึ่งเป็นโครงการ ๕ ปี เพื่อช่วยพัฒนา ทำวิจัย รวมถึงทดลองใช้นวัตกรรมกับของโมเดลของสหกรณ์ต่าง ๆ ประกอบด้วยสองส่วน ส่วนแรกเป็นบริการให้คำปรึกษา โดยการจัดเตรียมผู้ที่มีความชำนาญให้ความช่วยเหลือกลุ่มที่ต้องการเริ่มทำสหกรณ์หรือความร่วมมือใหม่ ๆ หรือสหกรณ์ที่มีอยู่แล้ว ส่วนที่สองเป็นนวัตกรรมและการทำวิจัย โดยการจัดเตรียมเงินทุนสำหรับโครงการที่มีการศึกษาและสามารถพิสูจน์ถึงความสำเร็จของสหกรณ์หรือความร่วมมือต่าง ๆ สามารถสำเร็จได้ด้วยวิธีการใหม่ ๆ

การจัดตั้ง British Columbia Co-operative Association (BCCA) โดย BCCA ทำงานร่วมกับ The Youth Excellence Society (YES) จัดแคมป์ The YES Youth Camps เพื่อเพิ่มข้อมูลด้านความร่วมมือของเยาวชนในกลุ่ม บริติช โคลัมเบีย และมากกว่า ๘๐% ของสมาชิก BCCA ได้สนับสนุนกิจการของเยาวชน รัฐบาลของประเทศแคนาดาให้การสนับสนุนเยาวชนในชนบทที่มีอายุระหว่าง ๑๘ – ๒๘ ปี ที่ได้แบ่งปันประสบการณ์และความชำนาญ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อชุมชนที่ห่างไกล ซึ่งมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้รู้ถึงความต้องการของเยาวชนในชนบทเพื่อให้พัฒนาไปเป็นผู้คิดค้นนวัตกรรม ผู้นำในชุมชนได้ โครงการ Youth Ventures program เป็นอีกโครงการหนึ่งที่สนับสนุนเยาวชนให้พัฒนาฝีมือผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนการจัดทำกิจการของนักเรียนในภาคฤดูร้อน (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม)

๕. ประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการสนับสนุน Social Enterprise อย่างชัดเจน มีการจัดตั้งคณะกรรมการเตรียมการประชุม Ministry of Community Development Youth and Sport (MCYS) ที่มุ่งเน้นช่วยเหลือคนสิงคโปร์ที่มีรายได้ต่ำให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ มีการจัดตั้งกองทุน Social Enterprise (Social Enterprise Fund : SEF) ซึ่งกองทุนเหล่านี้เป็นผู้ให้เงินทุนสนับสนุนเริ่มต้น สำหรับ Social Enterprise โดยในเดือนมิถุนายน ๒๐๐๕ SEF ให้เงิน Social Enterprise ๓๘ องค์กรในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น การตั้งกองทุน Com Care Enterprise Fund ให้ทุนแบบให้เปล่า ถึง ๓๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ สิงคโปร์ เพื่อเริ่มต้น Social Enterprise โดยมีวัตถุประสงค์ให้คนสิงคโปร์ที่มีรายได้น้อยให้ช่วยเหลือตัวเองได้ ตั้งแต่ปี ๒๐๐๓ โดยได้ช่วยเหลือ Social Enterprise ไป ๖๖ องค์กร

ปี ๒๐๐๖ รัฐบาลสิงคโปร์ได้จ่ายค่ากิจกรรมการพัฒนาสังคม โดย ๕.๕๖ พันล้านดอลลาร์ สำหรับการศึกษา ๑.๑๖ ล้านดอลลาร์ สำหรับเรื่องสุขภาพ ๘๕๘ ล้านดอลลาร์ สำหรับการพัฒนาชุมชน เยาวชน และกีฬา และ ๘๓๕ ล้านดอลลาร์ เป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่าง ๆ และออกนโยบายความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลและองค์กร ชุมชนต่าง ๆ เช่น ในระดับรากหญ้า ศาสนา และองค์กรอาสาสมัคร เพื่อช่วยเหลือคนที่ต้องการและคนที่ขาดโอกาส รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการ Social Enterprise Committee (SEC) โดยมีเป้าหมาย

เพื่อกระตุ้นความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจ สร้าง Social Enterprise ที่มีความชำนาญด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างวัฒนธรรมของการเป็น Social Entrepreneurship

สิงคโปร์ให้การสนับสนุนเยาวชน เช่นเดียวกับอังกฤษและแคนาดา โดยมี The National Youth Council (NYC) ที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้นำเยาวชน และความคิดสร้างสรรค์ ได้จัดทำโครงการ Young Chang Makers (YMC) ซึ่งสนับสนุนเยาวชนอายุระหว่าง ๑๓-๑๕ ปี และสนับสนุนทั้งเป็นรายบุคคล หรือเป็นกลุ่ม โดยได้รับเงินทุนมากถึง ๘๐% ของต้นทุนโครงการ หรือ ๓,๐๐๐ ดอลลาร์ หรือน้อยกว่า เพื่อให้เกิดการทำประโยชน์แก่ชุมชน ท้องถิ่น ได้ และ Youth Leadership Development Grant (YLDG) โดย NYC เป็นผู้ให้เงินทุนเพื่อสนับสนุนและพัฒนาความสามารถของผู้นำชุมชน ให้สามารถเข้าไปช่วยเหลือชุมชนได้ นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังได้จัดเทศกาล Singapore Youth Festival (SYF) เป็นเทศกาลประจำปีในสิงคโปร์ที่จัดโดย กระทรวงศึกษาธิการ Ministry of Education (MOE) เพื่อเฉลิมฉลองความสำเร็จของเยาวชนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม co-curricular activities (CCAs) และการเป็นผู้นำ (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม)

๖. ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี

จากวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี ๑๙๘๐ ทำให้เกาหลีต้องเผชิญกับปัญหาคนว่างงานเป็นจำนวนมาก ประกอบกับสวัสดิการที่รัฐจัดหาให้นั้นยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนจึงทำให้รัฐบาลในช่วงนั้นต้องออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาได้อย่างเร่งด่วน โดยมี การสร้างองค์กรที่ช่วยจัดการประเด็นปัญหานี้ ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างตำแหน่งงานเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง แต่ผล ของโครงการดังกล่าวมีอยู่เพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากองค์กรเหล่านั้นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน โดยปราศจากการอุดหนุนจากภาครัฐ

ในปี ๒๐๐๗ มีการผลักดันให้เกิดกฎหมายการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise Promotion Act) โดยมีเนื้อหาสนับสนุนกิจการที่มีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมและบริการแก่ผู้ด้อยโอกาสและสามารถหล่อเลี้ยงการดำเนินงานได้ด้วยการเสนอสินค้าและบริการนั้น ๆ มีการเปิดโอกาสให้องค์กรต่าง ๆ เข้ารับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยองค์กรที่จะจดทะเบียนจะต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อขอรับการสนับสนุนจากรัฐในช่วงของการเริ่มต้นประกอบกิจการ ปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีกฎหมายดังกล่าว คือการที่โครงการนี้ยังไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งขึ้นได้มากนัก เนื่องจาก ปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้

- การขาดกฎหมายที่เกี่ยวข้องและการขาดการปรับปรุงกฎหมาย เนื่องจากการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนักเนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายที่มีอยู่ก่อนหน้า

- การขาดวัฒนธรรมของการพึ่งพาตนเอง ในการดำเนินการแก้ไขปัญหาสังคมก่อนหน้านี้นี้มักจะเป็นหน้าที่ของส่วนกลาง หรือองค์กรที่ทำงานเพื่อสังคมที่ได้รับเงินอุดหนุนจากภาครัฐ ซึ่งเมื่อมีการอุดหนุนในรูปของการบริการจัดการเชิงธุรกิจ ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ทำให้องค์กรจำนวนมากที่ไม่มีความเชี่ยวชาญต้องประสบความล้มเหลว

- ขาดการสนับสนุนจากภาคเอกชน ถึงแม้จะเริ่มมีการพูดถึงเรื่องของ CSR ในแวดวงธุรกิจมากขึ้น แต่ทว่าในมุมมองของกิจการเหล่านี้ CSR เป็นเพียงความจำยอมที่ธุรกิจจะต้องทำเพื่อสังคมเท่านั้น จึงทำให้ความสนใจต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมมีจำกัดอยู่ที่ส่วนของการทำกำไรของกิจการ (แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ.๒๕๕๓ – ๒๕๕๗)

๗. ประเทศสาธารณรัฐประชาชนบังคลาเทศ

กิจการเพื่อสังคมในบังคลาเทศเป็นการทำงานเพื่อสังคมในรูปแบบของมูลนิธิมาก่อน แต่การดำเนินงานนั้นไม่เหมือนกับมูลนิธิเสียทั้งหมด แนวคิดกิจการเพื่อสังคมนั้นอาจเป็นเพียงคำเรียกขานที่มาจากหลังจากการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมที่มีรูปแบบวิธีการดำเนินงานมาก่อนหน้านั้น

บังคลาเทศจึงมีรูปแบบการดำเนินการกิจการเพื่อสังคมที่เรียกกันว่า กิจการเพื่อสังคมที่พึ่งพาความรู้ ความคิดจากชนชั้นที่มีความรู้และมีการศึกษา เรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรมทางสังคมที่คิดจากกลุ่มคนที่มีโอกาสที่ดีกว่าเพื่อเข้ามาแก้ไขปัญหาทางสังคมที่เพื่อนร่วมชาติเผชิญอยู่ การเกิดกิจการเพื่อสังคม จึงเกิดขึ้นจากชนชั้นหนึ่งที่มีมองเห็นปัญหาและต้องการช่วยเหลือ ที่เข้ามาดำเนินการให้กับกลุ่มชนอีกชนชั้นหนึ่งที่มีโอกาสน้อยกว่า กิจการเพื่อสังคมในบังคลาเทศจึงมีลักษณะเป็นการช่วยเหลือ แต่เป็นการช่วยเหลือที่ทำให้คนในสังคมสามารถยืนอยู่ได้ด้วยตัวเองในท้ายที่สุด

๘. เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

ฮ่องกงจัดเป็นพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาและวางแบบแผนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ มาจากสหราชอาณาจักร จึงไม่น่าแปลกใจที่จะรับเอาแนวคิดกิจการเพื่อสังคมเข้ามาดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ฮ่องกงไม่ใช่ประเทศยากจน แต่เป็นพื้นที่ที่มีขนาดเล็กทำให้พื้นที่ของฮ่องกงมีราคาแพงและมีค่าครองชีพที่สูง ทำให้เกิดข้อจำกัดสำหรับประชาชนบางกลุ่ม ฮ่องกงจึงประสบปัญหาความเหลื่อมล้ำที่ชัดเจน กิจการเพื่อสังคมของฮ่องกงพัฒนาขึ้นจากภาคเอกชนและองค์กรนอกภาครัฐ (NGO) ที่เล็งเห็นถึงปัญหา ที่ฮ่องกงต้องเผชิญทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะปัญหาจากการดำรงชีวิต ทั้งสภาพภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่เกาะทำให้พื้นที่ที่จะใช้สอยน้อย และความก้าวหน้าในฐานะการเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจแห่งหนึ่งทำให้ต้องประสบกับปัญหา

มากมาย กิจกรรมเพื่อสังคมในฮ่องกงจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม เพื่อที่จะช่วยกันทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ฮ่องกงสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในภาคการศึกษาของฮ่องกงมีการตื่นตัวในการส่งเสริมผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมอย่างมาก มีโปรแกรมการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมที่อยู่ในระบบหลักสูตรในฐานะวิชาบังคับ และการฝึกอบรมให้เป็นผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคม นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการจากต่างประเทศให้การสนับสนุนและเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคมเป็นประจำ ส่งผลให้ฮ่องกงมีกิจการเพื่อสังคมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าฮ่องกงเป็นประเทศหนึ่งที่มีการจัดการสัมมนาเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคมเป็นประจำและต่อเนื่อง กิจการเพื่อสังคมในฮ่องกงจึงเป็นลักษณะของกิจการเพื่อสังคมอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ดำเนินการส่งเสริมผลักดันจากภาคเอกชน โดยที่หน่วยงานภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนมากนัก แต่ก็ไม่ได้คัดค้าน กิจการเพื่อสังคมในฮ่องกงจึงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๘. สาธารณรัฐประชาชนจีน (ไต้หวัน)

ไต้หวันเป็นประเทศกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเจริญรุดหน้ามากในช่วงหลังจากสงครามโลกครั้งที่ ๒ ทำให้ไต้หวันมีศักยภาพมากพอที่จะประกาศตนเองไม่ขึ้นกับจีน แต่เนื่องจากประเทศมีขนาดเล็กจึงไม่สามารถประกาศตนได้อย่างเต็มที่และเป็นข้อพิพาทกันอยู่ระหว่างความพยายามที่จะเจรจาทางออก อย่างไรก็ตามก็ดีกิจการเพื่อสังคมในไต้หวันนั้นมีมูลนิธิจี๊ เป็นแม่แบบกิจการเพื่อสังคมที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก และเป็นกิจการเพื่อสังคมที่เกิดจากหลักการทางพุทธศาสนา ที่แพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว

จุดเริ่มต้นของมูลนิธิจี๊นั้นเกิดขึ้นในปี พ.ศ.๒๕๐๕ จากการเห็นสภาพปัญหาของความยากจนและกองเลือดกองหนึ่งกองบนพื้นทำให้มีแนวคิดที่จะก่อตั้งองค์กรการกุศลขึ้นด้วยความต้องการที่จะช่วยเหลือสงเคราะห์ผู้ยากไร้ ประกอบกับวันหนึ่งมีคณะแม่ชีคาทอลิกจากโรงเรียนมัธยมไหซิง สามท่าน ได้เดินทางมาพบ เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนถึง ศาสนา เป้าหมายและหลักธรรม คำสอนของศาสนาที่ตนเองนับถือ ก่อนที่แม่ชีทั้งสามจะเดินทางกลับ จึงได้กล่าวขึ้นว่า “ในที่สุด วันนี้ก็ได้เข้าใจแล้วว่า ความเมตตาของพระพุทธองค์นั้น ครอบคลุมไปถึงทุกสรรพชีวิตบนโลก ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่มาก ทว่าความรักของพระเจ้า แม้จะจำกัดอยู่แค่หมู่มวลมนุษยชาติ แต่พวกเรา ได้สร้างโบสถ์ โรงพยาบาล รวมถึงดูแลสถานสงเคราะห์คนชรา ได้ทำประโยชน์เพื่อสังคมนานับประการแล้วพุทธศาสนาเล่า ได้อุทิศสิ่งใดเพื่อสังคมเป็นรูปธรรมบ้าง” จากคำพูดดังกล่าว ทำให้ตัวของธรรมาจารย์เจิ้งเถียน มองย้อนกลับมายังแนวทางของพุทธศาสนาที่สอนให้ทุกคนทำความดี แต่ส่วนใหญ่แล้วต่างคนต่างทำจึงเป็นที่น่าเสียดายที่ขาดโอกาสในการรวบรวมความดีเหล่านี้ให้เป็นหนึ่งเดียวธรรมาจารย์เจิ้งเถียน จึงตัดสินใจทุ่มเทแรงกายแรงใจ จัดตั้งองค์กรการกุศลขึ้น โดยเริ่มต้นจากการ

สงเคราะห์ช่วยเหลือผู้ยากไร้ และในวันที่ ๑๔ เมษายน พ.ศ.๒๕๐๕ “มูลนิธิพุทธรธนีจี้ได้หัววัน” ได้ก่อตั้งอย่างเป็นทางการ

มูลนิธิธนีจี้ในปัจจุบันดำเนินการครอบคลุมทั้งด้านการรักษาพยาบาล การศึกษา ด้านจริยธรรม จนถึงการบรรเทาสาธารณภัยสากล การบริจาคไขกระดูก การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอาสาสมัครชุมชน โดยยึดหลักพึ่งพาตนเอง การดำเนินงานของมูลนิธิจะอาศัยหลักแห่งความศรัทธาในการชักนำคนให้มาร่วมกันทำความดี โดยไม่ได้อาศัยแต่การบริจาค ยิ่งอยากบริจาคมากยิ่งขึ้นก็ต้องทำมากขึ้น นอกจากนี้มูลนิธิยังได้พัฒนานวัตกรรมและแนวทางการดำเนินงานใหม่ ๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม มูลนิธิเป็นแบบอย่างของการอนุรักษ์ทรัพยากร การนำของที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์ การลดขยะ มูลนิธิดำเนินงานด้านการแพทย์และการศึกษา ตัวอย่างนวัตกรรมที่มูลนิธิคิดค้นขึ้นมา เช่น การนำเอาขวดพลาสติกมาแปรรูปเป็นเส้นใยสำหรับการทอผ้า ซึ่งสามารถทำให้เกิดเป็นผืนผ้าที่พิเศษที่เกิดจากการแปรรูปและสามารถนำมาตัดเย็บและประดิษฐ์เป็นสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น ปัจจุบันมูลนิธิธนีจี้ ได้เข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาพิเศษ ในสภาเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ เพื่อดำเนินงานด้านการพัฒนาและการแก้ปัญหา มูลนิธิมีการขยายกิจกรรมของตนเองออกไปยังประเทศต่าง ๆ กว่า ๗๐ ประเทศ รวมทั้งในประเทศไทย เพื่อที่จะช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสให้มากขึ้น

การสังเคราะห์วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเด็นอื่น ๆ

การเงินชุมชน : Grameen Bank ในประเทศบังคลาเทศ ให้สินเชื่อขนาดเล็ก (Microcredit) เพื่อคนยากจนและผู้ด้อยโอกาสในระดับชุมชน ดำเนินการมากกว่า ๒๐ ปี และสามารถขยายฐานลูกค้าได้กว่า ๒๕ ล้านคนทั่วโลก

ด้านชุมชน : Playpumps International โดย Trevor Field ประเทศแอฟริกาใต้ ได้นำเอาความคิดเรื่องการทำเพลย์ปั้มของเทรเวอร์มาใช้แก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำที่แอฟริกาใต้ เพลย์ปั้มเป็นม้าหมุนสำหรับเด็กที่ช่วยสูบน้ำสะอาดสำหรับการอุปโภคบริโภคจากบ่อใต้ดินที่แทงค์เก็บน้ำทุกครั้งที่ได้ก ๆ หมุนเล่น และแทงค์น้ำที่เชื่อมต่อกับท่อน้ำในชุมชนเพื่อให้ทุกคนได้มีน้ำสะอาดใช้

ด้านสุขภาพ : Aravind Eye Hospital and Aurolab เมืองมาดurai ประเทศอินเดีย ที่ช่วยให้เทคโนโลยีและการบริการทางการแพทย์สามารถเข้าถึงผู้คนได้มากขึ้น ในราคาที่ชาวบ้านสามารถจ่ายได้ และองค์กรก็ยังคงมีเสถียรภาพทางการเงิน Aravind System ได้พัฒนาการรักษาพยาบาลดวงตาที่มีคุณภาพให้แก่ผู้ป่วยจำนวนมากเพื่อช่วยลดต้นทุน

: One World Health โดย Dr. Victoria Hale ชาวซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นบริษัทผลิตเวชภัณฑ์ที่ไม่หวังผลกำไรแห่งแรกของโลก ที่พัฒนารักษา

โรคต่าง ๆ โดยผลิตยาตามความต้องการของตลาดแทนที่จะมุ่งเน้นเรื่องผลกำไรเพียงอย่างเดียว ผลก็คือได้มีการพัฒนาการรักษาโรคตัวใหม่ สำหรับประเทศเขตร้อน อย่างเช่น โรคมลาเลีย ท้องร่วง และโรคพยาธิใบไม้ในกระแสนเลือด

สื่อสร้างสรรค์ : Participant Media ผลิตสื่อบันเทิงไปพร้อมๆ กับการให้ข้อมูลเชิงสังคม และสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างผลงานคือ The Inconvenient Truth

การขายสินค้าที่เป็นธรรมต่อผู้ผลิตในชุมชน (Fair-trade) : Community – friendly Movement ขายสินค้าที่ผลิตจากชุมชนห่างไกลในชนบทอินเดียน โดยสร้างระบบขายส่งไปยังอเมริกาและยุโรป

การสร้างงานที่ให้ผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการ : Digital Divide Data รับงาน Outsource จากสหรัฐอเมริกา ประเภทงาน IT เบื้องต้น เช่น งานข้อมูลพื้นฐาน แล้วนำมาจ้างและพัฒนา ผู้ด้อยโอกาสในกัมพูชา และลาว

บริการต่าง ๆ สำหรับงานภาคสังคม : Ideals Creative เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้บริการ โฆษณาและสื่อสารในลักษณะ Ad Agency ในห้องครเพื่อสังคมฟิลิปปินส์

กรณีศึกษา

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่ดั่งขึ้นโดยผู้ประกอบการรายใหม่

: นิตยสาร BE

คุณอรันตร์ อาษาพิลาส ได้นำแนวคิดของนิตยสาร “BIG ISSUE” ซึ่งเป็นนิตยสารของประเทศไทยที่ผลิตขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ด้อยโอกาส เนื่องจากก่อนหน้านี้ในอังกฤษมีปัญหาคนชังว้างขวางมาก เพราะคนกลุ่มหนึ่งไม่มีอาชีพ BIG ISSUE จึงถูกผลิตออกมาให้คนกลุ่มนี้มีอาชีพขายนิตยสาร เพื่อไม่ให้พวกเขาไปก่ออาชญากรรม คุณอรันตร์ จึงได้เริ่มแนวคิดของการทำธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพราะเป้าหมายธุรกิจไม่ใช่เพื่อรายได้สูงสุด แต่เพื่อลดจำนวนผู้ด้อยโอกาสให้เหลือน้อยที่สุด รวมถึงการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ด้อยโอกาสในการหาอาชีพเพื่อดูแลตนเอง โดยมุ่งหวังให้เป็นแรงบันดาลใจให้มีธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถช่วยเหลือเพื่อนร่วมสังคมได้ และมีความสุขไปพร้อมๆ กับการทำงาน

พันธกิจ : ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสให้มีอาชีพ รายได้ สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สนับสนุนการทำงานภาคสังคมของมูลนิธิต่าง ๆ สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนหันมาสนใจการทำงานที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าผลประโยชน์ที่มากขึ้น

รายได้ : จากการจำหน่ายนิตยสาร แบ่งเป็น

๖๐ % จัดจำหน่ายผ่านผู้ด้อยโอกาส เปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสรับนิตยสาร BE ไปจำหน่ายตามแหล่งผู้คนในตัวเมืองมหานคร ซึ่งรายได้หลังหักต้นทุนจะถูกนำกลับมาผลิตนิตยสารเพื่อผู้ด้อยโอกาสได้นำไปขายเพิ่มและจะมอบให้ผู้ด้อยโอกาสที่จำหน่าย

๒๕% ผ่านมูลนิธิ (MEMBERSHIP) การสมัครสมาชิกนิตยสาร BE ผู้สมัครสามารถเลือกบริจาคเงินโดยชดเชยชื่อมูลนิธิใดมูลนิธิหนึ่ง ที่ได้เข้าร่วมโครงการ เช่น UNICEF, มูลนิธิกระจกเงา, มูลนิธิบ้านนกขมิ้น, มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย, มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก, มูลนิธิช้างแห่งประเทศไทย ฯลฯ

๑๕% ผ่านสายส่ง (PROFESSIONAL DISTRIBUTOR) บริษัทสายส่งที่มีเอเย่น กว่า ๖๐๐ สาขา ทั่วประเทศฯ เพื่อความสะดวกแก่การเข้าถึงของคนกรุงเทพฯ

โอกาสทางการตลาด :

มีผู้ด้อยโอกาสทางสังคมไทยจำนวนมาก ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ซึ่งมีโอกาสอย่างมากในการชักจูงเข้ามาเป็นเครือข่ายผู้จำหน่ายนิตยสาร BE : ซึ่งในอนาคตจะช่วยให้เขาสามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นการลดค่าใช้จ่ายภาครัฐในการช่วยเหลือคนกลุ่มนี้

ในการดำเนินงานปีที่ ๔ ของนิตยสาร BE :

ในการดำเนินงาน นิตยสาร BE จนมาถึงปีที่ ๔ นิตยสาร BE ดำเนินการจนมาถึงระดับที่มั่นคง พร้อม ๆ ไปด้วยการคิดเพื่อสังคมอย่างรอบด้านมากขึ้น ทั้งคนทำหนังสือและคนอ่านหนังสือต่างก็มีความสุขในการทำงานร่วมกัน บนพื้นฐานของ

- รากฐานแข็งแรง นิตยสาร BE มีสไตล์เป็นของตัวเอง มีตลาดเป็นของตัวเอง มีผู้อ่านเป็นของตัวเอง
- One by One โครงการ One by One เป็นโครงการที่นำผู้จำหน่าย BE เข้าไปในแต่ละองค์กร และเพิ่มจำนวนบริษัทเข้าร่วมสนับสนุนเพื่อเปิดช่องทางให้ผู้ขายมีช่องทางมากขึ้น
- Social Business โครงการตลาดนัดบาทเดียว เป็นการเชื่อมรากฐานให้แข็งแรงขึ้น และมีอิทธิพลต่อ (<http://www.think-be.com/be/category/big-idea/>)

ภัตตาคาร Charcoal Lane ประเทศออสเตรเลีย

กิจการภัตตาคาร Charcoal Lane เป็นภัตตาคารที่มีวัตถุประสงค์มุ่งหมายช่วยให้คนที่มีความพิการหรือบกพร่องและเยาวชนผู้ด้อยโอกาสได้เป็นพนักงานที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพสูงในงาน โดยจะฝึกฝนงานบริการในภัตตาคารให้แก่พนักงาน เพื่อให้ผู้ที่ผ่านการฝึกฝนสามารถไปประกอบอาชีพในกิจการอื่น ๆ ได้ ในขณะที่ภัตตาคาร Charcoal Lane จะมีอาหารต้อนรับและร่วมสมัยของชาวอะบอริจิน ไว้บริการลูกค้า ลูกค้าจะได้มีโอกาสและประสบการณ์ในการเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมและตำนานของชาวอะบอริจินที่ทางภัตตาคารจัดเตรียมไว้บริการ

หุ้นส่วนและผู้สนับสนุนโครงการ ได้แก่ Victorian Government, Victorian Aboriginal Health Service, Quanas Foundation, Drake International, Nando's Australia, William Angliss Institute, Link Training and Employment, Accor Hotels, Carlton United Brewers

หัวใจของการดำเนินงานคือ การพัฒนาวัฒนธรรม เพื่อผลประโยชน์สูงสุดแต่ละบุคคล และสังคม สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการช่วยให้เยาวชนเชื้อชาติอะบอริจิน ได้พัฒนาการศึกษา การจ้างงาน และความนับถือต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น

ทีมงานของภัตตาคาร Charcoal Lane :

Greg Hainpton, Executive Chef หัวหน้าพ่อครัวประจำภัตตาคาร เขาได้ให้ความเห็นว่า ตัวเขาเองพบว่าแม่เขาได้ปรุงอาหารและสอนเขาปรุงอาหารตำรับใหม่ๆ ที่น่าประทับใจ อยู่เสมอ ทำให้เขาชอบที่จะดำเนินรอยตามแม่ของเขา และสิ่งนี้คือ เบื้องหลังของการสร้างสรรค์อาหารจานใหม่ ๆ ของเขา

Ashan Abeykoon, Restaurant Manager ผู้จัดการภัตตาคาร ผู้มีประสบการณ์ในงานมากกว่า ๑๕ ปี เป็นผู้จัดการงานต่าง ๆ นับพันครั้ง ทั้งงานเปิดตัวนิทรรศการหรืองานการกุศลที่สำคัญ ๆ

Manuela Suriyabandara, Training & Employment Office มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ฝึกสอนและผู้ประสานงาน โครงการฝึกอบรมในหลายโครงการ ของกิจการให้บริการต่าง ๆ และยังเป็น ผู้เชี่ยวชาญในโครงการพัฒนาและบริหารงานที่สำคัญ ๆ ในการฝึกงานเยาวชนอีกด้วย

Troy Crellin, Program manager : มีประสบการณ์พิเศษในการช่วยฝึกอบรมเยาวชน ให้สามารถผ่านเข้าสู่เส้นทางการทำงานที่หลากหลายในทุกระดับความรู้ เช่นเดียวกันกับการฝึกอบรม ให้แก่กลุ่มชาวอะบอริจิน และให้การสนับสนุนการพัฒนาในกลุ่มเยาวชนอะบอริจิน

สรุป

จากแนวคิดรูปแบบการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมและผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันพบว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่มีมานานแล้ว แต่มีการรวบรวมเพื่อความชัดเจนของการดำเนินการและการส่งเสริมเมื่อไม่นานมานี้ เนื่องจากสภาพปัญหาของสังคมในปัจจุบัน ทวีความรุนแรงมากขึ้นจนหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่ดำเนินการเฉพาะด้านไม่สามารถรับมือกับปัญหาเหล่านี้ได้แต่เพียงลำพังอีกต่อไป ประกอบกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แสวงหากำไรนั้น มีความหลากหลาย มีกลยุทธ์ที่สามารถดำเนินการได้หลากหลายมากขึ้น สามารถครองใจผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียในสังคมได้เป็นอย่างดี ดังนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงได้ถือกำเนิดขึ้นภายใต้แนวคิดของภาคส่วนที่สามที่เข้ามามีบทบาทระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชนที่มุ่งแสวงหากำไรจากการประกอบกิจการ หรือระหว่างทุนนิยม กับ สังคมนิยม ส่วนรูปแบบการดำเนินวิสาหกิจ เพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้น หากแบ่งตามผู้รับผิดชอบและรูปแบบการดำเนินกิจกรรมแล้ว พบว่าสามารถแบ่งได้เป็น ๔ รูปแบบ คือ องค์กรภาคสังคม ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อไม่แสวงหากำไร องค์กรภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไรแต่นำกลับมาช่วย

สังคม องค์กรภาคสังคมที่ก่อตั้งขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม และ องค์กรภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ซึ่งทั้ง ๔ รูปแบบ มีความแตกต่างกันในลักษณะของการจัดตั้ง แนวทางการดำเนินงาน และผู้ที่รับผิดชอบ รวมทั้งการแสวงหาแหล่งทุนเพื่อดำเนินกิจกรรม แต่ทั้ง ๔ รูปแบบ มีสิ่งที่ทับซ้อนกันจนยุ่งยากต่อการ แบ่งแยกรูปแบบ ส่วนการแบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบนั้น แบ่งตามการสร้างผลกระทบทางสังคม ของรูปแบบการค้าที่เกิดขึ้น การแบ่งแบบนี้จะง่ายต่อความเข้าใจมากกว่าแบบอื่น

อย่างไรก็ดีความเห็นของผู้วิจัยและความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนผู้ประกอบการ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เห็นสอดคล้องกันว่าการผลักดันให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเกิดการพัฒนาและขยายตัวดำเนินการได้อย่างยั่งยืนนั้น ไม่มีความจำเป็นแต่ประการใดที่จะต้องจัดแบ่งรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมประเภทต่าง ๆ เพราะวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมทุกรูปแบบที่นักวิชาการพยายามจัดแบ่งนั้นมีสิ่งที่เหมือนกันคือ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สังคมส่วนรวมดีขึ้น ประชาชนส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำในสังคมลง โดยดำเนินการด้วยประสิทธิภาพประสิทธิผลที่สูงของวิธีทางธุรกิจของภาคเอกชน เป็นการใช้จุดเด่นเรื่องเป้าหมายของภาคส่วนที่สองหรือภาครัฐผสมผสานกับจุดเด่นเรื่องประสิทธิภาพประสิทธิผลของวิธีดำเนินการของภาคส่วนที่หนึ่งหรือภาคธุรกิจเอกชน รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย ควรเป็นลักษณะที่มีความชัดเจนของนโยบายจากภาครัฐ มีการจัดโครงสร้างสนับสนุนที่เป็นระบบและมีการสอดรับของแต่ละภาคส่วน

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุป

รายงานผลการศึกษา แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย Social Enterprise มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคม Social Enterprise ในรูปแบบต่าง ๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม และเสนอแนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

สำหรับขอบเขตของการศึกษา การศึกษานี้เป็นการจัดทำเอกสารวิชาการ ที่ได้จากการค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมงานวิชาการที่มีผู้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว ทั้งในรูปแบบของบทความ เอกสารวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ จากแหล่งต่าง ๆ ที่อ้างอิงได้ ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ Social Enterprise ในประเด็นศึกษา ที่กล่าวถึง พร้อมทั้งยกตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) บางกิจการมาประกอบการวิเคราะห์สังเคราะห์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งผลการศึกษารูปสรุปลำคัญ ได้ดังนี้

การประกอบธุรกิจในปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในแง่ของการให้ความสำคัญกับทุกมิติมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม อาทิ การใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภค เช่น นำแนวคิดเกี่ยวกับความชอบธรรมในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล ภายใต้เงื่อนไขที่ต้องเป็นไปตามคาดหวังของสังคม มีการนำธรรมเนียมเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เปลี่ยนแนวคิดจากการที่บริษัทเป็นศูนย์กลางไปสู่รูปแบบที่เป็นไปตามคาดหวังของสังคมเพื่อสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มองถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น รวมถึงการมีจริยธรรมทางธุรกิจ และการที่บริษัทมีหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีของรัฐ แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกิจการต้องตอบสนองต่อประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อคน ชุมชน และสังคม ตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคม โดยหลัก ๆ คือ ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสีย ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ และพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด แนวคิดเกี่ยวกับองค์การการกุศล องค์การและกิจการไม่แสวงหากำไร เป็นหน่วยงานที่ให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนทั่วไป เพื่อส่งเสริมบริการสังคม และวิชาชีพ เพื่อสาธารณะประโยชน์ และเพื่อการสันถนาการ โดยมีประเภท

ขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยในภาครัฐได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม สำนักงาน เทศบาล องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ส่วนในภาคเอกชน ได้แก่ สมาคม มูลนิธิ สโมสร ชมรม องค์กรสาธารณกุศล เป็นต้น โดยลักษณะของกิจการไม่แสวงหากำไร มีวัตถุประสงค์ไม่ได้มุ่งหวังกำไร การบริการอาจเป็นการให้เปล่าหรืออาจจะเก็บค่าบริการหรือสินค้าให้เพียงพอหรือคุ้มกับต้นทุนเท่านั้น แหล่งที่มาของเงินอาจได้จากงบประมาณแผ่นดิน เงินบริจาค เงินอุดหนุน ฯลฯ ดังนั้นจึงไม่มีส่วนของผู้ถือหุ้น แต่เรียกว่าเงินกองทุน ผู้รับประโยชน์ คือ บุคคลหรือประชาชนทั่วไป หรือสังคมโดยรวม

๑. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

จากการศึกษาพบว่า มีกิจการอีกประเภทหนึ่งที่ก้าวเข้ามาอย่างโดดเด่นในสังคมธุรกิจ ในปัจจุบัน คือ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ซึ่งมีความแตกต่างจากธุรกิจที่ใส่ใจเฉพาะสังคมอย่างเห็นได้ชัด ในเรื่องของการบริหารทุนหมุนเวียนของธุรกิจ ความหมายของ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีอยู่หลากหลาย แต่ส่วนมากจะเป็นกิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจน เช่น เพื่อการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้น แต่การสร้างผลกำไรจะเป็นไปเพื่อนำกลับมาพัฒนากิจการและตอบแทนสังคม โดยนับตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ ๒๐ ที่เกิดองค์กร NGO ขึ้นเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร แต่การดำเนินการต้องพึ่งพาแหล่งทุนจากภายนอกเช่น การบริจาค การขอสนับสนุนแบบให้เปล่า บางครั้งการดำเนินงานประเภทนี้ เกิดปัญหาขาดแคลนเงินทุน ก็ทำให้ไม่สามารถดำเนินการ ได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดแนวคิดของการดำเนินการหารายได้ด้วยตนเองเพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เน้นการใช้นวัตกรรมแก้ไขปัญหา มีการแสวงหาความร่วมมืออย่างกว้างขวางจากเครือข่ายเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหา ในปัจจุบันประเทศต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม และให้การสนับสนุนกันอย่างจริงจัง เช่น ประเทศอังกฤษ แคนาดา ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริการวมทั้งประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ในประเทศไทยเองก็ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดยได้มีการจัดทำแผนแม่บทส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมขึ้น การที่รัฐบาลเข้ามาสนับสนุนในระดับนโยบาย พบว่าจะสามารถสร้างความสนใจและขับเคลื่อนทรัพยากรจำนวนมากให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ได้จำนวนมาก และส่งผลต่อเศรษฐกิจได้อย่างดี

วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีลักษณะสำคัญหลาย ๆ อย่างเช่น รูปแบบองค์กรประกอบโครงสร้างและจุดแข็งของกิจการ กล่าวโดยสรุป ได้ดังนี้ รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม แบ่งได้เป็น ๓ รูปแบบ คือ

๑. มีแนวทางหารายได้ด้วยตนเอง

๒. เน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหา

๓. มีการดำเนินงานแบบอาศัยความร่วมมือกว้างขวางจากเครือข่าย

โดยองค์ประกอบหลักของผู้ประกอบการเพื่อสังคม มี ๒ องค์ประกอบหลัก ๆ ได้แก่

๑. เป็นผู้ประกอบการที่เน้นไปที่สิ่งที่สังคมไม่ต้องการเพื่อเน้นโอกาสในการสร้างคุณค่าในสังคม

๒. เน้นขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ผู้ประกอบการมักจะมีเป้าหมายเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างมีระบบ

โครงสร้างขององค์กรวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มี ๓ แบบ ได้แก่

๑. องค์กรที่ใช้กำลังบังคับให้คนทำตาม

๒. องค์กรที่ให้ค่าตอบแทนเพื่อให้คนทำตาม

๓. องค์กรที่เน้นนามธรรมเป็นผลตอบแทนให้คนทำตาม และสิ่งที่ผู้ประกอบการทางสังคมได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น คือ การที่มีความสามารถในการระดมทั้งแรงงานที่เต็มใจจะทำงานเพื่อสังคมมากกว่าเพื่อผลตอบแทน และมีรัฐให้การสนับสนุน

ความสำคัญของกิจการเพื่อสังคมต่อประเทศไทย พบว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีความสำคัญต่อสังคมไทย ในแง่ของการสร้างเสริมกลไกตลาดที่มีคุณธรรมและยั่งยืน พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนขยายผลได้ สร้างเศรษฐกิจใหม่แห่งคุณธรรมและความยั่งยืน และพัฒนาคุณภาพบริการสาธารณะ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในประเทศไทย พบว่าแบ่งได้เป็น ๖ ประเภท ได้แก่

๑. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน (Community-Base Social Enterprise)

๒. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้น โดยองค์กรสาธารณะประโยชน์ (Non-Base Social Enterprise)

๓. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้น โดยหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ

๔. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่

๕. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ตั้งขึ้นโดยธุรกิจเอกชน

๖. วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ประเภทอื่น

๒. การดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ในประเทศ อื่น ๆ

๒.๑ สหราชอาณาจักร : นโยบาย Social Enterprise ของอังกฤษมุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ social enterprise สามารถเข้าแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ และส่งเสริมภาพลักษณ์ของของธุรกิจเพื่อสังคมให้ดีกว่าธุรกิจทั่วไป

๒.๒ ประเทศฟินแลนด์ : เป็นประเทศที่มีระบบรัฐสวัสดิการที่ดีอยู่แล้ว แต่ปี พ.ศ.๒๕๓๓ ที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้องค์กรที่เป็นศูนย์กลางของผู้ด้อยโอกาส ต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด

๒.๓ ประเทศสหรัฐอเมริกา : สหรัฐอเมริกามีแนวทางส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม โดยจัดตั้งสำนักงานนวัตกรรมสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Office of Social Innovation and Civic Participation : SICP) เป็นการทำงานร่วมกับองค์กรไม่แสวงหากำไร ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อสร้างนวัตกรรม และดำเนินการด้วยกระบวนการที่ดีกว่า การทำงานของ SICP จะมุ่งเน้นในภารกิจ ๓ ประการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาผู้นำในชุมชน การเพิ่มการลงทุนในการสร้างนวัตกรรมของชุมชนที่สามารถเห็นผลลัพธ์ได้ และการพัฒนารูปแบบของการสร้างความร่วมมือใหม่

๒.๔ ประเทศแคนาดา : มีการจัดตั้ง The Chan tier de l' economic sociale คณะทำงานเฉพาะกิจ เรื่อง Social Economy นำโดยองค์กรภาคสังคม รวมถึงการพัฒนาส่วนท้องถิ่น ภาคบริการ และกลุ่มการขับเคลื่อนทางสังคม รวมถึงมีการสนับสนุนด้านนโยบายสาธารณะสำหรับ Social Enterprise โดยการร่วมนโยบายการพัฒนาในส่วนท้องถิ่นและภูมิภาคเข้าด้วยกันเพื่อสนับสนุน Social Enterprise แคนาดา ได้จัดตั้ง Co-operative Development Initiative (CDI) เพื่อช่วยพัฒนาทำวิจัย รวมถึงทดลองใช้นวัตกรรมกับของโมเดลของสหกรณ์ต่าง ๆ

๒.๕ ประเทศสิงคโปร์ : สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการสนับสนุน Social Enterprise อย่างชัดเจน มีการจัดตั้งคณะกรรมการเตรียมการประชุม Ministry of Community Development Youth and Sport (MCYS) ที่มุ่งเน้นช่วยเหลือคนสิงคโปร์ที่มีรายได้น้อยต่ำให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ มีการจัดตั้งกองทุน (Social Enterprise Fund : SEF) ซึ่งกองทุนเหล่านี้เป็นผู้ให้เงินทุนสนับสนุนเริ่มต้นสำหรับ Social

๒.๖ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี : เมื่อสาธารณรัฐเกาหลีเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ.๒๕๒๓ ทำให้ต้องเผชิญกับปัญหาคนว่างงานเป็นจำนวนมาก ประกอบกับสวัสดิการที่รัฐจัดหาให้ นั้น ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน จึงทำให้รัฐบาลต้องออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วน โดยมีการสร้างองค์กรที่ช่วยให้การจัดการเรื่องตลาดแรงงานเพื่อให้เกิดการจ้างงานที่มีประสิทธิภาพขึ้น ในปี พ.ศ.๒๕๕๐ มีการผลักดันให้เกิดกฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจ

เพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise Promotion Act) โดยมีเนื้อหาสนับสนุนกิจการที่มีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมและบริการแก่ผู้ด้อยโอกาส

๒.๖ สาธารณรัฐประชาชนบังคลาเทศ : วิชาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศได้รับการยอมรับ เนื่องจากต่างชาติให้การยอมรับและวิชาธุรกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่เกิดจากภาคเอกชนหรือ ตัวบุคคลที่มีความคิด มีความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาและให้การช่วยเหลือดำเนินการวิชาธุรกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ทำให้วิชาธุรกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเติบโตและขยายผลออกไปจากความคิดของภาคเอกชนเป็นหลัก

๒.๗ เขตการบริหารพิเศษฮ่องกง แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน : วิชาธุรกิจเพื่อสังคมเติบโตด้วยแรงหนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่มีกำลังทรัพย์และความเข้มแข็ง ผนวกกับการได้รับการยอมรับจากภาคการศึกษาที่ช่วยกันปลูกฝัง และสอดแทรกลงในเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นกำลังหลักของประเทศในอนาคต ทำให้วิชาธุรกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมได้รับการยอมรับและแผ่ขยายออกไปอย่างรวดเร็ว

๒.๘ สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) : วิชาธุรกิจเพื่อสังคม เกิดจากหลักการทางศาสนา มาผนวกกับการบริหารจัดการและความสามารถของตัวผู้ดำเนินงานที่มีความมานะอดทน เป็นแบบอย่างการดำเนินงานที่ดี มีนวัตกรรมใหม่สำหรับภารกิจและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงานอย่างรู้ค่า

๓. กรณีศึกษา ในวิชาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย :

๓.๑ วิชาธุรกิจเพื่อสังคมที่สร้างขึ้นโดยผู้ประกอบการรายใหม่ : นิตยสาร BE Magazine

จากการศึกษาพบว่า นิตยสาร BE มีเป้าหมายธุรกิจไม่ใช่เพื่อรายได้สูงสุด แต่เพื่อลดจำนวนผู้ด้อยโอกาสให้เหลือน้อยที่สุด รวมถึงการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ด้อยโอกาสในการหาอาชีพเพื่อดูแลตนเอง โดยมุ่งหวังให้เป็นแรงบันดาลใจให้มีธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถช่วยเหลือเพื่อนร่วมสังคมได้ และมีความสุขไปพร้อม ๆ กับการทำงาน สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนหันมาสนใจการทำงานที่คำนึงถึงสังคม และสิ่งแวดล้อมมากกว่า ผลประกอบการที่มากขึ้น รายได้ ของกิจการที่เกิดจากการจำหน่ายนิตยสาร แบ่งการจัดจำหน่ายเป็น ๖๐% จัดจำหน่ายผ่านผู้ด้อยโอกาส รายได้หลังหักต้นทุนจะถูกนำกลับมาผลิตนิตยสารเพื่อผู้ด้อยโอกาสได้นำไปขายเพิ่มและจะมอบให้ผู้ด้อยโอกาสที่จำหน่าย ๒๕% ผ่านมูลนิธิ (MEMBERSHIP) การสมัครสมาชิกนิตยสาร BE ผู้สมัครสามารถเลือกบริจาคเงินโดยจัดคร่อมชื่อมูลนิธิใดมูลนิธิหนึ่งที่ได้เข้าร่วมโครงการเช่น UNICEF มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิบ้านนกขมิ้น มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก มูลนิธิช่างแห่งประเทศไทย ฯลฯ ๑๕% ผ่านสายส่ง (PROFESSIONAL DISTRIBUTOR) บริษัทสายส่งที่มีเอเยน กว่า ๖๐๐ สาขาทั่วกรุงเทพฯ เพื่อความสะดวกแก่การเข้าถึงของคนกรุงเทพฯ

๓.๒ กรณีศึกษาในต่างประเทศ : ภัตตาคาร Charcoal Lane ประเทศออสเตรเลีย

กิจการภัตตาคาร Charcoal Lane เป็นภัตตาคารที่มีวัตถุประสงค์มุ่งหมาย ช่วยให้คนที่มีเชื้อชาติอะบอริจิน ซึ่งเป็นชนพื้นเมืองของออสเตรเลีย และเยาวชนผู้ด้อยโอกาสได้เข้ามาฝึกงานเพื่อทำงานเป็นพนักงานที่มีคุณภาพ มีประสบการณ์สูงในงาน โดยจะฝึกฝนงานบริการในภัตตาคารให้แก่พนักงาน เพื่อสามารถไปประกอบอาชีพในกิจการอื่น ๆ ได้ ในขณะที่ภัตตาคาร Charcoal Lane จะมีอาหารต้อนรับและร่วมสมัยของชาวอะบอริจินไว้บริการลูกค้า ลูกค้าจะได้มีโอกาสและประสบการณ์ในการเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมและตำนานของชาวอะบอริจิน ที่ Charcoal Lane คือ การพัฒนาวัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการช่วยให้เยาวชนเชื้อชาติอะบอริจินได้พัฒนาการศึกษา การจ้างงานและความนับถือต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น หุ่นส่วนและผู้สนับสนุนโครงการ พบว่า จะมีสถานประกอบการต่าง ๆ จำนวนมาก เข้าร่วมให้ทุนหรือจ่ายค่าโฆษณาสนับสนุนโครงการของภัตตาคาร Charcoal Lane ที่ทีมงานของภัตตาคาร Charcoal Lane : ประกอบการไปด้วย หัวหน้าพ่อครัวประจำภัตตาคาร ที่ได้นำความประทับใจในการปรุงอาหารของมารดาเป็นแรงบันดาลใจ ในการสร้างสรรค์รายการอาหารใหม่ ๆ ของภัตตาคาร ผู้จัดการภัตตาคาร ผู้มีประสบการณ์ในงานจัดเลี้ยง และงานเปิดตัวนิทรรศการหรืองานการกุศลที่สำคัญ ๆ ระดับประเทศมาเป็นพันครั้ง Training & Employment Officer ผู้มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในการฝึกอบรมผู้ประสานงานโครงการฝึกงานเยาวชน และ Program manager ผู้มีประสบการณ์พิเศษในการช่วยฝึกเยาวชนอะบอริจิน ให้สามารถผ่านเข้าสู่เส้นทางการทำงานที่หลากหลายในทุกระดับความรู้

จากการศึกษาโดยสรุปพบว่า ในสังคมไทย มีกิจการเพื่อสังคมดำเนินการอยู่หลายรูปแบบ เช่น รูปแบบสหกรณ์ หรือวิสาหกิจชุมชน แต่ไม่ได้ใช้คำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม แต่มีส่วนร่วมอย่างมากในการช่วยแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับรัฐบาลและองค์กรสาธารณะประโยชน์ อย่างไรก็ตามก็ยังคงขาดการสนับสนุนด้านพื้นฐานทุกด้านและประชาชนส่วนมากยังไม่รู้จักวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ซึ่งถ้าหากหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เหล่านี้ก็จะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม สามารถสร้างเสริมเศรษฐกิจของไทยให้ยั่งยืนและก้าวหน้า รวมทั้งช่วยพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของไทยได้อีกทางหนึ่ง การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เริ่มตั้งแต่เป็นองค์กรการกุศล การทำ CSR จนมาถึงวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดยให้การสนับสนุนในหลายรูปแบบ เช่น มาตรการการลดหย่อน หรือ ยกเว้นภาษี จัดโครงการให้กู้ยืมเงินกองทุนต่างๆ การให้ความรู้ต่อผู้สนใจประกอบการ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร หรือหาตลาด เป็นต้น

๔. แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม (พ.ศ. ๒๕๕๓ – ๒๕๕๗)

พบว่า มีนโยบายการสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และมาตรการสำคัญต่าง ๆ เพื่อรองรับการสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เช่น นโยบายการสร้างการรับรู้และการเรียนรู้เรื่องกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยมี ๓ ยุทธศาสตร์รองรับนโยบาย ดังนี้

๔.๑ ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้และการเรียนรู้กิจการเพื่อสังคมในประเทศ ประกอบไปด้วย ๔ มาตรการ คือ

๔.๑.๑ ให้รางวัลและจัดประกวดกิจการเพื่อสังคมระดับประเทศ

๔.๑.๒ การจัดสัมมนาและการประชุมเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม

๔.๑.๓ การพัฒนาเนื้อหาความรู้และหลักสูตรการเรียนการสอน

๔.๑.๔ การพัฒนาข้อมูล และศึกษากระบวนการเรียนรู้เรื่องกิจการเพื่อสังคม

๔.๒ ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบและขีดความสามารถของกิจการเพื่อสังคม ประกอบด้วย 2 มาตรการ คือ

๔.๒.๑ การพัฒนารูปแบบเฉพาะ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๔.๒.๒ การพัฒนาศูนย์บ่มเพาะ และการให้คำปรึกษาสำหรับกิจการเพื่อสังคม

๔.๓ ยุทธศาสตร์การพัฒนาช่องทางเข้าถึงแหล่งเงินทุนและทรัพยากร ประกอบด้วย ๓ มาตรการ คือ

๔.๓.๑ การสนับสนุนให้องค์กรภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจก่อตั้งกิจการเพื่อสังคม

๔.๓.๒ การพัฒนากระบวนการ กลไก และเครื่องมือส่งเสริมการลงทุน

ในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

๔.๓.๓ การพัฒนาและส่งเสริมบริการของสถาบันตัวกลางในตลาดเงินและตลาดทุนเพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม

จากนโยบายยุทธศาสตร์ และมาตรการต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า รัฐบาลไทยมีความกระตือรือร้นในการส่งเสริมการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมอยู่แล้ว หากมีการดำเนินการไปตามนโยบาย และแผนที่วางไว้ ก็จะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมของไทยมีความก้าวหน้าทัดเทียมนานาอารยะประเทศที่กำลังตื่นตัวในการสร้างการรับรู้เรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะถ้ามีการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ และภาคีเพื่อขับเคลื่อนการรับรู้และเรียนรู้ในสังคมไปพร้อม ๆ กัน เมื่อสังคมไทยทุกภาคส่วนได้รับรู้ว่า ธุรกิจเพื่อสังคมเป็นธุรกิจที่ทำกำไรได้เหมือนกับธุรกิจทั่วไป และนำกำไรเหล่านั้นคืนสู่สังคม ก็จะมีพลังขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและมีความยั่งยืนในการดำเนินงานต่อไป

๕. ผลกระทบของ Social Enterprise วิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่ามีผลต่อสังคม ในอนาคต โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง เช่น

๕.๑ ก่อให้เกิดผลิตภาพแรงงานที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจแนวใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน

๕.๒ ช่วยให้ผู้คล้อยตามชอบในสังคมได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในสังคมมากกว่าเดิม โดยเข้ามามีส่วนร่วมในกำลังแรงงานในธุรกิจเพื่อสังคมซึ่งแต่เดิมนั้นบุคคลชายขอบเหล่านี้จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ยาก

๕.๓ ก่อให้เกิดการส่งผ่านองค์ความรู้ในเรื่อง Social Enterprise จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งได้ง่ายขึ้นและแพร่หลายยิ่งขึ้น

๕.๔ ทำให้นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จที่เกษียณอายุตัวเองออกจากธุรกิจหลักหันกลับมาสร้างและส่งเสริมองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเพื่อช่วยเหลือสังคมโลกโดยรวมมากยิ่งขึ้น

๖. รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับประเทศไทย

จากการศึกษาแนวคิดและรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) นั้น แม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะมีหลากหลายในด้านรูปแบบ แนวคิด วิธีการ รวมทั้งแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในแต่ละประเทศ ก็มีความแตกต่างกันออกไป ทั้งมาตรการการส่งเสริม การก่อกำเนิด และแนวทางการดำเนินงาน ในสหราชอาณาจักรระบบการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีความชัดเจนตั้งแต่ระดับนโยบาย มีกฎหมาย ระเบียบ และแนวทางการดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐ มีการสนับสนุนการจัดจากหน่วยงานภาครัฐ มีการเอื้อประโยชน์เพื่อเปิดโอกาสให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมบางกลุ่มเติบโต หรืออาจเรียกว่ามีการดำเนินงานตั้งแต่ระดับบนลงล่าง ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ โดยต้นน้ำมีการระดมกองทุน การเอื้อประโยชน์ การกำหนดนโยบาย ระดับกลางน้ำมีกองทุนจากภาคเอกชน มีการจัดการศึกษาและพัฒนาความรู้ที่จำเป็น เช่น ความเป็นผู้ประกอบการทักษะการเป็นผู้ประกอบการ แนวทางการทำธุรกิจ ระดับปลายน้ำ คือ มีวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจำนวนมาก มีการสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายที่ชัดเจนและเอื้อประโยชน์ต่อกัน ในส่วนของประเทศฟินแลนด์ เป็นประเทศที่มีระบบรัฐสวัสดิการที่ดีอยู่แล้ว แต่ปี พ.ศ.๒๕๓๓ ที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้องค์กรที่เป็นศูนย์กลางของผู้ด้อยโอกาส ต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด ในส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกามีแนวทางส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม โดยจัดตั้งสำนักนวัตกรรมสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Office of Social Innovation and Civic Participation : SICP) เป็นการทำงานร่วมกับองค์กรไม่แสวงหากำไร ภาคเอกชนและภาครัฐ เพื่อสร้างนวัตกรรม และดำเนินการด้วยกระบวนการที่ดีกว่า การทำงานของ

SICP จะมุ่งเน้นในภารกิจ ๓ ประการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาผู้นำในชุมชน การเพิ่มการลงทุนในการสร้างนวัตกรรมของชุมชนที่สามารถเห็นผลลัพธ์ได้ และการพัฒนารูปแบบของการสร้างความร่วมมือใหม่ ในส่วนของประเทศแคนาดา มีการจัดตั้ง The Chan tier de l' economic sociale คณะทำงานเฉพาะกิจ เรื่อง Social Economy นำโดยองค์กรภาคสังคม รวมถึงการพัฒนาส่วนท้องถิ่นภาคบริการ และกลุ่มการขับเคลื่อนทางสังคม รวมถึงมีการสนับสนุนด้านนโยบายสาธารณะสำหรับ Social Enterprise โดยการร่วมนโยบายการพัฒนาในส่วนท้องถิ่นและภูมิภาคเข้าด้วยกัน เพื่อสนับสนุน Social Enterprise แคนาดา ได้จัดตั้ง Co-operative Development Initiative (CDI) เพื่อช่วยพัฒนาทำวิจัย รวมถึงทดลองใช้นวัตกรรมกับของโมเดลของสหกรณ์ต่าง ๆ ในส่วนของประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีการสนับสนุน Social Enterprise อย่างชัดเจน มีการจัดตั้งคณะกรรมการเตรียมการประชุม Ministry of Community Development Youth and Sport (MCYS) ที่มุ่งเน้นช่วยเหลือคนสิงคโปร์ที่มีรายได้น้อยต่ำให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ มีการจัดตั้งกองทุน (Social Enterprise Fund : SEF) ซึ่งกองทุนเหล่านี้เป็นผู้ให้เงินทุนสนับสนุนเริ่มต้นสำหรับ Social Enterprise ในส่วนของ ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ.๒๕๒๓ ทำให้ต้องเผชิญกับปัญหาคนว่างงานเป็นจำนวนมาก ประกอบกับสวัสดิการที่รัฐจัดหาให้นั้น ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน จึงทำให้รัฐบาลต้องออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วน โดยมีการสร้างองค์กรที่ช่วยในการจัดการเรื่องตลาดแรงงานเพื่อให้เกิดการจ้างงานที่มีประสิทธิภาพขึ้น ในปี พ.ศ.๒๕๕๐ มีการผลักดันให้เกิดกฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Promotion Act) โดยมีเนื้อหาสนับสนุนกิจการที่มีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมและบริการแก่ผู้ด้อยโอกาส ส่วนในบังคลาเทศ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในประเทศได้รับการยอมรับ เนื่องจากต่างชาติให้การยอมรับและวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่เกิดจากภาคเอกชนหรือ ตัวบุคคลที่มีความคิด มีความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาและให้การช่วยเหลือดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเติบโตและขยายผลออกไปจากความคิดของภาคเอกชนเป็นหลัก ส่วนในฮ่องกงนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เติบโตด้วยแรงหนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่มีกำลังทรัพย์และความเข้มแข็ง ผนวกกับการได้รับการยอมรับจากภาคการศึกษาที่ช่วยกันปลูกฝังและสอดแทรกลงในเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นกำลังหลักของประเทศในอนาคต ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมได้รับการยอมรับและแผ่ขยายออกไปอย่างรวดเร็ว ส่วนได้หวั่นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เกิดจากหลักการทางศาสนาผนวกกับการบริหารจัดการและความสามารถของตัวผู้ดำเนินงานที่มีความมานะอดทน เป็นแบบอย่างการดำเนินงานที่ดี มีนวัตกรรมใหม่สำหรับภารกิจและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงานอย่างรู้ค่า จึงเห็นได้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในต่างประเทศนั้นมีปัจจัยแห่งการประสบความสำเร็จ

ที่แตกต่างกันออกไป ส่วนรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยนั้น กิจการที่ดำเนินอยู่แล้วส่วนใหญ่เกิดจากผู้นำทางความคิดที่มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานในการช่วยเหลือสังคมอย่างเต็มที่ โดยไม่คิดว่ากิจการของตนเองเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมหรือไม่ อย่างไรก็ตาม บุคคลเหล่านั้นแม้จะมีความแตกต่างกัน ในสถานภาพแต่สิ่งที่เหมือนกันคือความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินกิจการเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องยั่งยืนและสามารถแก้ปัญหาได้จริงในสิ่งที่ตนเองมุ่งมั่น

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่จะเกิดขึ้นต่อไป หรือแนวทางที่จะดำเนินการส่งเสริมผลักดันวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมให้เกิดขึ้น และมีเกิดความมั่นคงได้นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ประเทศไทยควรมีรูปแบบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่ผสมผสานรูปแบบต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมควรได้รับการสนับสนุนทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ หรืออาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมของไทยนั้นจำเป็นต้องดำเนินนโยบายทั้งจากบนลงล่าง (Top-Down) และจาก ล่างสู่บน (Bottom-Up) ไปพร้อมกันหากมีการดำเนินการเพียงด้านใดด้านหนึ่งอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้นจะต้องดำเนินการขับเคลื่อนในระดับนโยบายอย่างชัดเจนจากภาครัฐ เพื่อให้สังคมเกิดความตื่นตัวและการดำเนินการ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในไทยจะไม่ต้องประสบปัญหามากนัก โดยภาครัฐจะต้อง ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานที่สนับสนุนที่มีอำนาจในการบริหารจัดการที่ชัดเจนสามารถประสานงาน กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีอำนาจในการติดต่อสื่อสารและขอความร่วมมือได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากในปัจจุบันการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐต้องพึ่งพาระบบการเมืองในการตอบสนองต่อการเรียกร้องหรือการดำเนินงาน ซึ่งแนวทางแบบนี้ทำให้องค์กรที่จัดตั้งขึ้นมีปัญหาในการประสานงานเพื่อขอความร่วมมือ และมักได้รับความร่วมมือตามหน้าที่เท่านั้น ดังนั้นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นจะต้องมีอำนาจและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐพอสมควร ส่วนในระดับกลางสู่บนนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมผลักดันและเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความคิดหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสทดลองดำเนินงาน เนื่องจาก วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นกิจการที่มีอยู่แล้วก่อนแนวคิดนี้จะเข้ามา แต่การจะให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเกิดขึ้นและขยายตัวจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมจากหลายฝ่ายทั้งจากหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง หน่วยงานด้านการศึกษา นอกจากนี้องค์กรภาคเอกชนหรือ NGO ตลอดจนมูลนิธิที่ดำเนินงานด้านสังคมอยู่แล้วก็ควรได้รับการกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนหรือมีบทบาทลงไปสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเพื่อจะได้ช่วยกันแก้ไขปัญหาสังคมด้วย

รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมในบริบทของไทยจึงไม่ใช่รูปแบบที่ตายตัว ปัญหาสังคมจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขโดยผ่านความร่วมมือจากหลายด้าน อาจจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องสนับสนุนมากกว่าปล่อยให้ไปเอง ส่วนปัญหาสังคมบางอย่างภาครัฐไม่มีความสามารถมากพอที่จะปล่อยให้องค์กรภาคเอกชน (NGO) ที่มีความสามารถในการดำเนินการ เป็นผู้ดำเนินการ โดยรัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวก และนำเอาความคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ไปลดทอนความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพื่อให้ประชาชนในชาติเกิดความผาสุกส่งผลให้เกิดความมั่นคงต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาเห็นว่าหากได้ดำเนินการตามนโยบายและมาตรการ อย่างจริงจังก็จะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมของไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

๑. รัฐควรมีนโยบายจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม แบบ One Stop Service เพื่อบริการผู้สนใจให้สามารถเริ่มดำเนินธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างสะดวกสบาย โดยจัดให้มีกระบวนการให้ความช่วยเหลือทุกด้าน เช่น ด้านวิชาการ การจัดหาทุน ดำเนินการ แนะนำในเรื่องการบริหารต้นทุน การจัดหาวัตถุดิบสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม จากผู้ผลิตวัตถุดิบที่อยู่ในเครือข่ายสายงานธุรกิจวิสาหกิจเพื่อสังคมเช่นเดียวกัน การหาตลาดสินค้าและบริการพร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการนำเสนอจุดแข็งของวิสาหกิจเพื่อสังคมแก่ลูกค้า

๒. สถาบันการศึกษาควรจัดการเรียนการสอนด้านส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมโดยตรง สำหรับผู้สนใจสามารถเข้ามาศึกษาก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจ สำหรับหลักสูตรการเรียนการสอนควรประกอบไปด้วย ความรู้ในเชิงบริหารธุรกิจ และความรู้ด้านการบริหารงานวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม การบริหารต้นทุน การบริหารและการจัดสรรกำไรในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (ที่มักจะแตกต่างจากธุรกิจแสวงหากำไรทั่ว ๆ ไป) การดำเนินการตลาดของธุรกิจเพื่อสังคม ที่มีความโดดเด่นและสร้างคุณค่าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจและสังคม เป็นต้น

๓. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกระทรวงศึกษาธิการ ควรเผยแพร่ความรู้เรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมออกสู่สาธารณะอย่างกว้างขวาง โดยจัดเสริมความรู้เรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม ไว้ในบทเรียนของเด็กนักเรียนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา เพื่อส่งเสริมให้เด็ก ๆ ได้รับรู้และเรียนรู้รูปแบบของธุรกิจประเภทนี้ ตั้งแต่เยาว์ เพื่อเป็นพื้นฐานแก่เด็กที่นับว่าเป็นทรัพยากรมนุษย์ ที่มีคุณค่าของสังคมไทย สามารถนำไปประกอบธุรกิจแนวใหม่ได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์. “กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเสริมสร้าง

ความมั่นคงแห่งชาติ”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๕๖.

ธงชัย สันติวงษ์. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ ๕, กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๕๖.

เนตร์พัฒนา ยาวีราข. การจัดการสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ ๔, กรุงเทพฯ : เซ็นทรัลเอกเพริส, ๒๕๕๘.

บัณฑิตา ทรัพย์กมล. “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาครัฐกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณี

โรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔.

พสุ เดชะรินทร์. “แผนธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business Plan)”, กรุงเทพธุรกิจออนไลน์.

วันจันทร์ที่ ๑๕ มกราคม พ.ศ.๒๕๕๒ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.bangkokbiznews.com>, ๒๕๕๒.

เพ็ญทิพย์ เหล่าบุญเจริญ, สุมาลี รุ่งศรีสุทธีวงศ์ และ จริญญา ทับเอี่ยม. “ผลของการใช้กลยุทธ์

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอุปโภค

บริโภคของผู้บริโภคและต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ”. โครงการวิจัย,

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๕.

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม. “บทนำ”, CSR Journal. ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๔๕. หน้า ๓.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “กิจการเพื่อสังคม”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1>,2560

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B9%84%E0%B8%A3>,2560

วีระชัย ถาวรทนต์. “Social Enterprise ธุรกิจในอนาคต”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, หลักสูตร

ประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง

รุ่นที่ ๑๒ สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๖.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. “องค์การและการจัดการ” (ฉบับมาตรฐาน). กรุงเทพฯ :

บริษัท ธรรมสาร จำกัด, ๒๕๔๕.

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. “โครงการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของ

ผู้บริหารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ในประเทศไทย.”, ๒๕๔๘.

สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม

พ.ศ.๒๕๕๓ -๒๕๕๗”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tseo.or.th/article/1331>.,

๒๕๕๖.

สุรพันธ์ สวัสดิพรรณ. “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายการตลาด

เพื่อสิ่งแวดล้อม” ,๒๕๔๕.

เสนาะ ตีเยาว์. การบริหารกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๓, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

๒๕๔๖.

โสภณ พรโชคชัย. CSR ที่แท้. พิมพ์ครั้งที่ ๔, กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๒.

ภาษาต่างประเทศ

Kotler, Philip & Lee, Nancy. Corporate Social responsibility. New Jersey : John Wiley &

Sons, 2005.

University College (UCL). “From Ideas To Social Enterprise”. London. UK, 2013.

ประวัติย่อผู้วิจัย



ชื่อ-นามสกุล	พลตรี มานะ เกิดไธ
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ทรงคุณวุฒิสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
สถานที่ทำงาน	สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ ๔ ซอยกาหลง ๗ ถนนสนามบินน้ำ ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐
โทรศัพท์มือถือ	๐๘ ๕๖๗๗ ๔๕๕๕
Email	Keadtho๒๑๓๓๗@yahoo.co.th

วุฒิการศึกษา

ปริญญาโท	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปริญญาตรี	วิทยาศาสตร์บัณฑิต โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าฯ

ประวัติรับราชการ

- พ.ศ.๒๕๒๘	ผบ.มว.ม.ร้อย.ม.ม.พัน.๒๓ (จ.สระบุรี)
- พ.ศ.๒๕๒๙	รอง ผบ.ร้อย.ม.ม.พัน.๒๓ (จ.สระบุรี)
- พ.ศ.๒๕๓๑	ผช.นายทหารยุทธการและการฝึก ม.พัน.๒๓ (จ.สระบุรี)
- พ.ศ.๒๕๓๔	ผบ.ร้อย.ม.ม.พัน.๒๓ (จ.สระบุรี)
- พ.ศ.๒๕๓๖	นายทหารยุทธการและการฝึก ม.พัน.๒๓ (จ.สระบุรี)
- พ.ศ.๒๕๓๖	ประจำ รร.สธ.ทบ.สบส. (กรุงเทพฯ)
- พ.ศ.๒๕๓๗	ผช.นายทหารฝ่ายกำลังพล พล.ม.๒
- พ.ศ.๒๕๓๙	รอง ผบ.ม.พัน.๒๓
- พ.ศ.๒๕๔๑	หน.ฝ่ายกำลังพล พล.ม.๒
- พ.ศ.๒๕๔๓	ผบ.ม.พัน.๒๓ รอ. (จ.สระบุรี)
- พ.ศ.๒๕๔๖	รอง ผอ.กอง จบ.
- พ.ศ.๒๕๔๙	ผอ.กอง จบ.
- พ.ศ.๒๕๕๓	ผอ.กสภ.ยบ.ทหาร
- พ.ศ.๒๕๕๔	ผอ.กผค.สยย.ยบ.ทหาร
- พ.ศ.๒๕๕๖	ผทค.สป.

การศึกษาทางทหาร

- เตรียมทหาร รุ่นที่ ๒๑
- โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ฯ รุ่นที่ ๗๒
- โรงเรียนเสนาธิการทหารบก หลักสูตรหลักประจำ รุ่นที่ ๗๒
- วิทยาลัยการทัพบก สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง หลักสูตรหลักประจำ รุ่นที่ ๕๐
- วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๕

การศึกษาทางพลเรือน

- มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนโยธินบูรณะ
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเตรียมทหาร
- ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วทบ.) โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
- ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

ผู้วิจัย พล.ต.มานะ เกิดโต หลักสูตร การป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 59

ตำแหน่ง ผู้ทรงคุณวุฒิสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แต่เดิมนั้นการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการประกอบธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไรกิจการต่าง ๆ ต้องรับผิดชอบต่อผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้นในกิจการนั้น ๆ นอกจากนั้น ยังมีกิจการที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น องค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ แต่ตั้งแต่ทศวรรษที่ 20 ได้เกิดหน่วยงานที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ทำงานโดยไม่แสวงหาผลกำไร อีกรูปแบบหนึ่ง คือ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO : Non-Government Organization) เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงระดับท้องถิ่น โดยองค์กรเหล่านี้ต้องพึ่งพาแหล่งทุนจากภายนอก เช่น การรับบริจาค การขอรับการสนับสนุนแบบให้เปล่า ซึ่งทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงาน มีการจำกัดการขยายขอบเขตงาน และความยั่งยืนขององค์กร ข้อจำกัดเหล่านี้เป็นจุดกำเนิดของแนวคิดการเกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (S.E. : Social Enterprise) วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือ กิจการเพื่อสังคม หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาดเพื่อเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมและมีแผนธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยง การดำเนินงานและขยายงานให้เต็มศักยภาพ วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ กิจการเพื่อสังคม (S.E. : Social Enterprise) มีเป้าหมายทางการเงินด้วยตัวแบบ Triple Bottom Line ผลประโยชน์ของสังคมหรือสิ่งแวดล้อม แทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของทางบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือนกิจการทั่วไป

สาเหตุของการเกิดขึ้นของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากความตื่นตัวของสังคมที่ตระหนักว่า ไม่ใช่แต่เพียงในเรื่องของปัญหาสังคมเท่านั้นที่เป็นปัญหา ที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข แต่ยังมีโจทย์ใหญ่ในเรื่องของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่โลกต้องเผชิญร่วมกัน ซึ่งจำเป็นต้องแก้ไขปัญหาร่วมกันอีกด้วย ยิ่งสังคมเจริญก้าวหน้า ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมก็ยิ่งเกิดมากขึ้นและซับซ้อนยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าหากจะรอแต่ภาครัฐเข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหาให้หมดสิ้นไปนั้น ก็จะไม่ทันการณ์ ซึ่งแม้ว่าธุรกิจเอกชนจะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหามาโดยการนำระบบความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงบรรษัท (CSR : Corporate Social Responsibility) เข้ามาใช้ แต่บางครั้งการดำเนินธุรกิจเอกชนซึ่งเป้าหมายหลัก คือ การแสวงหาผลกำไร อาจจะมีผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ขัดแย้งกับการดำเนินการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม จึงเป็นคำตอบที่ชัดเจนของโจทย์ปัญหาดังกล่าว

การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนี้ มีการดำเนินการอยู่ในประเทศใหญ่ ๆ หลายประเทศ ซึ่งภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือให้การดำเนินการธุรกิจประเภทนี้ เป็นรูปธรรมและยั่งยืน ในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ภาครัฐก็ได้เข้าไปมีส่วนส่งเสริมให้กิจการเพื่อสังคมได้เป็นอีกทางเลือกของการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมทั้งรูปแบบ บทบาทของกิจการต่อสังคม และบทบาทของภาครัฐ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม โดยการศึกษาเปรียบเทียบทั้งกิจการในประเทศและกิจการในต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางพัฒนาและเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ เพื่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในรูปแบบต่าง ๆ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
3. เพื่อเสนอแนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับองค์การการกุศล องค์กรไม่แสวงหากำไร กิจการ ไม่แสวงหากำไร รวมทั้ง แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม โดยศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน เพื่อสังคมในต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร บังคลาเทศ ฮองกง ไต้หวัน แคนาดา ฟินแลนด์ สิงคโปร์ เกาหลี สหรัฐอเมริกา กับ ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งทุติยภูมิ เช่น เอกสาร หนังสือ และรายงานวิจัยต่าง ๆ เป็นต้น วิเคราะห์และสังเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการจำแนกข้อมูล เปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศ และถอดประเด็นเนื้อหาสำคัญ เพื่อสรุปผลการวิจัย รวมทั้ง การจัดทำข้อเสนอแนวทางการดำเนินวิสาหกิจชุมชน เพื่อสังคม ที่เหมาะสมกับบริบทของไทย

ผลการวิจัย

รายงานผลการศึกษา แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของไทย Social Enterprise มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคม Social Enterprise ในรูปแบบต่าง ๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคม และเสนอแนวทางการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

สำหรับขอบเขตของการศึกษา การศึกษานี้เป็นการจัดทำเอกสารวิชาการ ที่ได้จากการค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรมงานวิชาการที่มีผู้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว ทั้งในรูปแบบของบทความ เอกสารวิชาการ ในรูปแบบต่าง ๆ จากแหล่งต่าง ๆ ที่อ้างอิงได้ ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ Social Enterprise ในประเด็นศึกษา ที่กล่าวถึง พร้อมทั้งยกตัวอย่าง วิสาหกิจ เพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) บางกิจการมาประกอบการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้

การประกอบธุรกิจในปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในแง่ของการให้ความสำคัญกับทุกมิติ มีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม อาทิ การใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภค เช่น นำแนวคิดเกี่ยวกับความชอบธรรมในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล ภายใต้เงื่อนไขที่ต้องเป็นไปตามคาดหวังของสังคม มีการนำธรรมเนียมปฏิบัติเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เปลี่ยนแนวคิดจากการที่บริษัทเป็นศูนย์กลางไปสู่รูปแบบที่เป็นไปตามคาดหวังของสังคมเพื่อสิทธิอันชอบธรรมในการคงอยู่ในสังคมต่อไป แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มองถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกจ้าง พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า คู่แข่ง ภาครัฐและชุมชน เป็นต้น รวมถึงการมีจริยธรรมทางธุรกิจ และการที่บริษัทมีหน้าที่เป็นพลเมือง ที่ดีของรัฐ แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกิจการต้องตอบสนองต่อประเด็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อคน ชุมชน และสังคม ตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคม โดยหลัก ๆ คือ ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสีย ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ และพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด แนวคิดเกี่ยวกับองค์การการกุศลและกิจการไม่แสวงหากำไร เป็นหน่วยงานที่ให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนทั่วไป เพื่อส่งเสริมบริการสังคม และวิชาชีพ เพื่อสาธารณะประโยชน์ และเพื่อการสันตนาการ โดยมีประเภทขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยในภาครัฐได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม สำนักงาน เทศบาล องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ส่วนในภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมมูลนิธิ สโมสร ชมรม องค์การสาธารณกุศล เป็นต้น โดยลักษณะของกิจการไม่แสวงหากำไร มีวัตถุประสงค์ไม่ได้มุ่งหวังกำไร การบริการอาจเป็นการให้เปล่าหรืออาจจะเก็บค่าบริการหรือสินค้าให้เพียงพอหรือคุ้มกับต้นทุนเท่านั้น แหล่งที่มาของเงินอาจได้จากงบประมาณแผ่นดิน เงินบริจาค เงินอุดหนุน ฯลฯ ดังนั้นจึงไม่มีส่วนของเจ้าของ แต่เรียกว่าเงินกองทุน ผู้รับประโยชน์ คือ บุคคลหรือประชาชนทั่วไป หรือสังคมโดยรวม

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับประเทศไทย

จากการศึกษาแนวคิดและรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) นั้น แม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจะมีหลากหลายในด้านรูปแบบ แนวคิด วิธีการรวมทั้งแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในแต่ละประเทศ ก็มีความแตกต่างกันออกไป ทั้งมาตรการส่งเสริม การก่อกำเนิด และแนวทางการดำเนินงาน ในสหราชอาณาจักรระบบการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม มีความชัดเจนตั้งแต่ระดับนโยบาย มีกฎหมาย ระเบียบ และแนวทางการดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐ มีการสนับสนุนการจัดจากหน่วยงานภาครัฐ มีการเอื้อประโยชน์เพื่อเปิดโอกาสให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมบางกลุ่มเติบโต หรืออาจเรียกว่ามีการดำเนินงานตั้งแต่ระดับบนลงล่างทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ โดยต้นน้ำมีการระดมกองทุน การเอื้อประโยชน์ การกำหนดนโยบาย ระดับกลางน้ำมีกองทุนจากภาคเอกชน มีการจัดการศึกษาและพัฒนาความรู้ที่จำเป็น เช่น ความเป็นผู้ประกอบการทักษะการเป็นผู้ประกอบการ แนวทางการทำธุรกิจ ระดับปลายน้ำคือ มีวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจำนวนมาก มีการสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายที่ชัดเจนและเอื้อประโยชน์ต่อกัน ส่วนในบังคลาเทศ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในประเทศได้รับการยอมรับ เนื่องจากต่างชาติให้การยอมรับและวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ส่วนใหญ่เกิดจากภาคเอกชนหรือ ตัวบุคคลที่มีความคิด มีความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาและให้การช่วยเหลือดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเติบโตและขยายผลออกไปจากความคิดของภาคเอกชนเป็นหลัก ส่วนในฮ่องกงนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เติบโตด้วยแรงหนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนที่มีกำลังทรัพย์และความเข้มแข็ง ผนวกกับการได้รับการยอมรับจากภาคการศึกษาที่ช่วยกันปลูกฝัง และสอดแทรกลงในเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นกำลังหลักของประเทศในอนาคต ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมได้รับการยอมรับและแผ่ขยายออกไปอย่างรวดเร็ว ส่วนไต้หวัน วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เกิดจากหลักการทางศาสนา ผนวกกับการบริหารจัดการและความสามารถของตัวผู้ดำเนินงานที่มีความมานะอดทน เป็นแบบอย่างการดำเนินงานที่ดี มีนวัตกรรมใหม่สำหรับบริการและการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในการดำเนินงานอย่างรู้ค่า จึงเห็นได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในต่างประเทศนั้นมีปัจจัยแห่งการประสบความสำเร็จที่แตกต่างกันออกไป ส่วนรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยนั้น กิจการที่ดำเนินอยู่แล้วส่วนใหญ่เกิดจากผู้นำทางความคิดที่มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานในการช่วยเหลือสังคมอย่างเต็มที่ โดยไม่คิดว่ากิจการของตนเองเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมหรือไม่ อย่างไรก็ตาม บุคคลเหล่านั้นแม้จะมีความแตกต่างกัน ในสถานภาพแต่สิ่งที่เหมือนกัน คือความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินกิจการเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องยั่งยืนและสามารถแก้ปัญหาได้จริง ในสิ่งที่ตนเองมุ่งมั่น

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่จะเกิดขึ้นต่อไป หรือแนวทางที่จะดำเนินการส่งเสริมผลักดันวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมให้เกิดขึ้น และมีพัฒนาการที่เข้มแข็งสามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาสังคมและช่วยทำให้ประเทศชาติเกิดความมั่นคงได้นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ประเทศไทยควรมีรูปแบบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการ เพื่อสังคมที่ผสมผสานรูปแบบต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมควรได้รับการสนับสนุนทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ หรืออาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมของไทยนั้น จำเป็นต้องดำเนินนโยบายทั้งจากบนลงล่าง (Top-Down) และจาก ล่างสู่บน (Bottom-Up) ไปพร้อมกัน หากมีการดำเนินการเพียงด้านใดด้านหนึ่งอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมนั้นจะต้องดำเนินการขับเคลื่อนในระดับนโยบายอย่างชัดเจนจากภาครัฐ เพื่อให้สังคมเกิดความตื่นตัวและการดำเนินการ วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมในไทยจะไม่ต้องประสบปัญหามากนักโดยภาครัฐจะต้อง ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานที่สนับสนุนที่มีอำนาจในการบริหารจัดการที่ชัดเจนสามารถประสานงาน กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีอำนาจในการติดต่อสื่อสารและขอความร่วมมือได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากในปัจจุบันการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐต้องพึ่งพาระบบการเมืองในการตอบสนองต่อการเรียกร้องหรือการดำเนินงาน ซึ่งแนวทางแบบนี้ทำให้องค์กรที่จัดตั้งขึ้นมีปัญหาในการประสานงานเพื่อขอความร่วมมือ และมักได้รับความร่วมมือ ตามหน้าที่เท่านั้น ดังนั้น หน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นจะต้องมีอำนาจและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐพอสมควร ส่วนในระดับกลางสูบนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมผลักดันและเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความคิดหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสทดลองดำเนินงาน เนื่องจาก วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นกิจการที่มีอยู่แล้วก่อนแนวคิดนี้จะเข้ามา แต่การจะให้วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมเกิดขึ้นและขยายตัวจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมจากหลายฝ่ายทั้งจากหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง หน่วยงานด้านการศึกษา นอกจากนี้องค์กรภาคเอกชนหรือ NGO ตลอดจนมูลนิธิที่ดำเนินงานด้านสังคมอยู่แล้วก็ควรได้รับการกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนหรือมีบทบาทลงไปสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม เพื่อจะได้ช่วยกันแก้ไขปัญหาสังคมด้วย

รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมในบริบทของไทยจึงไม่ใช่รูปแบบที่ตายตัว ปัญหาสังคมจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขโดยผ่านความร่วมมือจากหลายด้าน อาจจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องสนับสนุนมากกว่าปล่อยให้ไปเอง ส่วนปัญหาสังคมบางอย่างภาครัฐไม่มีความสามารถมากพอก็ควรปล่อยให้องค์กรภาคเอกชน (NGO) ที่มีความสามารถในการดำเนินการ เป็นผู้ดำเนินการ โดยรัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวก และนำเอาความคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม ไปลดทอนความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพื่อทำให้ประชาชนในชาติเกิดความผาสุกส่งผลให้เกิดความมั่นคงต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาเห็นว่าหากได้ดำเนินการตามนโยบายและมาตรการ อย่างจริงจังก็จะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมของไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. รัฐควรมีนโยบายจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม แบบ One Stop Service เพื่อบริการผู้สนใจให้สามารถเริ่มดำเนินธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างสะดวกสบาย โดยจัดให้มีกระบวนการให้ความช่วยเหลือทุกด้าน เช่น ด้านวิชาการ การจัดหาทุน ดำเนินการ แนะนำในเรื่องการบริหารต้นทุน การจัดหาวัตถุดิบสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม จากผู้ผลิตวัตถุดิบที่อยู่ในเครือข่ายสายงานธุรกิจวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่นเดียวกัน การตลาดสินค้าและบริการพร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการนำเสนอจุดแข็งของวิสาหกิจเพื่อสังคมแก่ลูกค้า

2. สถาบันการศึกษาควรจัดการเรียนการสอนด้านส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมโดยตรง สำหรับผู้สนใจสามารถเข้ามาศึกษาก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจ สำหรับหลักสูตรการเรียนการสอนควรประกอบไปด้วย ความรู้ในเชิงบริหารธุรกิจ และความรู้ด้านการบริหารงานวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม การบริหารต้นทุน การบริหารและการจัดสรรกำไรในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคม (ที่มักจะแตกต่างจากธุรกิจแสวงหากำไรทั่ว ๆ ไป) การดำเนินการตลาดของธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความโดดเด่นและสร้างคุณค่าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจและสังคม เป็นต้น

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกระทรวงศึกษาธิการ ควรเผยแพร่ความรู้เรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมออกสู่สาธารณะอย่างกว้างขวาง โดยจัดเสริมความรู้เรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมไว้ในบทเรียนของเด็กนักเรียนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา เพื่อส่งเสริมให้เด็ก ๆ ได้รับความรู้และเรียนรู้รูปแบบของธุรกิจประเภทนี้ ตั้งแต่เยาว์ เพื่อเป็นพื้นฐานแก่เด็กที่นับว่าเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าของสังคมไทย สามารถนำไปประกอบธุรกิจแนวใหม่ได้ในอนาคต