

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนา
เศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

โดย

นางวิภาภรณ์ ชัยรัตน์
รองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน
กลุ่มบริหารความเสี่ยง

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 59
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2559 - 2560

บทคัดย่อ

เรื่อง รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นางวิภาภรณ์ ชัยรัตน์ **หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ 59

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมนรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย การดำเนินงาน บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีของรัฐบาลในปัจจุบัน เพื่อเสนอรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม ในการสร้างกลไกการตลาดที่มั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการบริการสาธารณะ และการสร้างความเข้มแข็งให้สังคม โดยใช้สารสนเทศและแหล่งข้อมูลหลักในการวิจัย คือ เอกสารหลักฐานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษา การประชุม การศึกษาดูงานและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิ การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนาข้อสรุปไปสู่ประเด็นยุทธศาสตร์ ผลวิจัย พบว่า รูปแบบ โครงการสถานพลังประชารัฐที่อาศัยความร่วมมือจาก 5 ภาคส่วน ได้แก่ รัฐ เอกชน วิชาการ ประชาสังคม และประชาชน เป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการขับเคลื่อนผ่าน บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน แต่ประเด็นปัญหา คือ การขาดความเชื่อมโยงของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี และองค์ความรู้ รวมถึงแนวคิด และรูปแบบการทำงานยังอิงระบบราชการมากเกินไป ข้อเสนอแนะ การขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อภาครัฐ ได้แก่ การสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เร่งผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม การเชื่อมโยง บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี ความต่อเนื่องและความชัดเจนในการผลักดันโครงการประชารัฐ ภาคเอกชนให้การสนับสนุนให้มากขึ้นสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม และการส่งเสริมองค์ความรู้ ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างและนโยบายสนับสนุนยุทธศาสตร์พัฒนากลไกการสร้างความเข้มแข็งวิสาหกิจเพื่อสังคม ยุทธศาสตร์การพัฒนากลไกทางการตลาดและความพร้อมภาคเอกชน ยุทธศาสตร์การบูรณาการนโยบายสู่การปฏิบัติและสร้างความร่วมมือภาครัฐและภาคเอกชน

คำนำ

ในอดีตสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีวิธีการดำเนินธุรกิจแบบมุ่งเน้นกำไรเป็นหลัก โดยแสวงหาผลกำไรจากด้านมุมของตนเอง โดยปราศจากการคำนึงถึงปัญหาและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมรอบข้าง โดยเห็นได้จากปัญหาทางสังคมในช่วงเวลานั้น เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาความยากจน หรือแม้กระทั่งปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยปัญหาเหล่านั้นได้ทำให้องค์กรต่าง ๆ ร่วมมือกันปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ที่สำคัญที่เรียกว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)” โดยได้นำมาพัฒนาต่อมาเป็น “การเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคม (Corporate Social Engagement)”

อีกทั้ง ในปัจจุบันองค์กรเหล่านั้นได้มีการพัฒนาและช่วยเหลือสังคมผ่านกลไกในรูปแบบหนึ่งซึ่งเรียกว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)” ซึ่งหมายถึง องค์กรต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบขององค์กรธุรกิจและองค์กรภาคประชาชน ที่ดำเนินกิจการแบบธุรกิจและมีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าทางสังคม (Social Value Creation) พร้อมทั้งไม่มีการแสวงหาผลกำไรเป็นที่ตั้ง โดยภาครัฐภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชน ร่วมกันแก้ปัญหาและคิดหาแนวทางในการสร้างอนาคตให้แก่ประเทศผ่านกลไกต่าง ๆ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ประชารัฐ”

ทั้งนี้ โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากในอดีตเป็นอย่างมาก ทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม พร้อมทั้งด้านสังคม ด้วยเหตุนี้ รูปแบบองค์กรและนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมถึงข้อบังคับและกฎหมายของแต่ละแห่ง จึงทำให้มีการนำมาประยุกต์และปรับใช้ที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม ความมุ่งหวังต่อผลลัพธ์ในการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมีจุดประสงค์หลักที่เหมือนกัน คือ การพัฒนาและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีความสุขและความมั่นคงของสังคมส่วนรวมเป็นที่ตั้ง

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนจะมีส่วนในการช่วยลดปัญหาต่าง ๆ ที่นำมาซึ่งความขัดแย้งและเหลื่อมล้ำในสังคม อีกทั้ง หวังว่าประเทศไทยจะมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยก่อให้เกิดดุลยภาพภายในประเทศ ซึ่งจะนำไปให้เกิดความมั่นคงของคนในชาติมีการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

(นางวิภาภรณ์ ชัยรัตน์)

รองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 59

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญแผนภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
วิธีดำเนินการวิจัย	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	10
คำจำกัดความ	11
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคม	12
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม	16
การพัฒนาแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม	23
ปัจจัยสำคัญในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม	26
รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม	29
นโยบายวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	31
การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	33
การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศ	35
ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.	39
พระราชกฤษฎีกาประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 บทวิเคราะห์รูปแบบกิจการเพื่อสังคมของรัฐบาล	44
รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม	44
ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล	47
การดำเนินการของบริษัทประชารัฐของรัฐบาล	54
บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด	55
โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี	57
โครงสร้างองค์กรของบริษัทประชารัฐของรัฐบาล	58
บทที่ 4 ผลการวิจัย	61
การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ	63
สรุปผลการวิจัย	64
ผลการศึกษา	67
ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	69
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	73
สรุป	73
ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	85
ประวัติย่อผู้วิจัย	96

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
	1-1 การออกแบบงานวิจัย	10
	2-1 สรุปสถิติประโยชน์ทางภาษี	43
	4-1 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ในประเทศต่างๆ	68

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2-1 ความสัมพันธ์ขององค์กร 3 ภาคส่วน	14
2-2 ความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับความรับผิดชอบต่อสังคม	16
2-3 แผนภาพการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของดีส์	19
2-4 แผนภาพการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของอัลเทอร์	20
2-5 แผนภาพกระบวนการของกิจการเพื่อสังคม	20
2-6 แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการผสมผสานระหว่าง องค์กรที่มีได้แสวงหาผลกำไรกับธุรกิจเอกชน	22
2-7 แผนภาพกระบวนการสร้างโอกาสทางสังคม	26
3-1 การพัฒนาอย่างยั่งยืน 17 ข้อ ขององค์การสหประชาชาติ	47
3-2 เศรษฐกิจพอเพียง – อาชีพ / รายได้ / ความร่วมมือ ชุมชนเข้มแข็ง	48
3-3 การทำงานร่วมกันของ 5 ภาคส่วน	49
3-4 โครงสร้างสานพลังประชารัฐ	51
3-5 องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ	53
3-6 แผนภาพแสดงการขับเคลื่อนโครงการสานพลังประชารัฐ	53
3-6 ภาพโครงสร้างองค์กร บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจ เพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด	55
3-7 บริษัทประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด	56
3-8 บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด	56
3-9 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทประชารัฐของรัฐบาล	57
3-10 โครงสร้างองค์กรของ บริษัทประชารัฐของรัฐบาล	58
4-1 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก	62
5-1 ภาพกรอบการพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ของ UNGlobal Compact	74
5-2 ภาพแสดงมิติของการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	75
5-3 ยุทธศาสตร์การบูรณาการนโยบายสู่การปฏิบัติและสร้างควม ร่วมมือภาครัฐ-ภาคเอกชน	81

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมในประเทศไทยถือเป็นประเด็นที่ภาครัฐได้ให้ความสำคัญ โดยจะต้องสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคสำหรับประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคมให้สามารถได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งความสามารถในการเข้าถึงสวัสดิการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพได้อย่างทั่วถึง เป็นที่ทราบว่าคุณภาพสังคมไทยในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อน เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปพร้อมกับการเชื่อมโยงของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network System) โดยปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นถือเป็นเรื่องยากที่ภาครัฐเพียงลำพังจะเข้ามาแก้ไขได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการให้ภาคเอกชนและประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน หรือที่เรียกว่า ยุทธศาสตร์ประชารัฐ ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมให้ภาคเอกชนและประชาชนมีส่วนร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ คือ การส่งเสริมและพัฒนา “วิสาหกิจเพื่อสังคม” (Social Enterprise)

การดำเนินการขององค์กรภาคเอกชนเพื่อเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีรูปแบบที่เข้มแข็งขึ้น อันแสดงถึงเจตนาธรรมของผู้ประกอบการและองค์กรที่จะเข้ามาช่วยในการพัฒนาชุมชน สังคม ควบคู่ไปกับการประกอบธุรกิจ การดำเนินการในลักษณะดังกล่าว เริ่มด้วยกิจกรรมที่เป็น “ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) แล้วพัฒนาต่อมาเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคม (Corporate Social Engagement)” ซึ่งทั้ง 2 ประการยังคงเป็นกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสังคมขององค์กรหรือธุรกิจที่ดำเนินการเพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก ปัจจุบันได้มีพัฒนาการของการดำเนินการเพื่อพัฒนาสังคมอีกรูปแบบหนึ่งที่เรียกว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE)” ซึ่งตัวองค์กรหรือธุรกิจนั้นๆ ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องหรือผูกพันกับสินค้า และ/หรือบริการที่ช่วยแก้ปัญหา หรือพัฒนาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก อีกทั้งไม่มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่ก็ยังคงดำเนินการตามหลักธุรกิจเพื่อให้กิจการเติบโต มีผลตอบแทนระดับหนึ่งเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยยังมีจุดยืนของความรับผิดชอบต่อสังคมหรือการพัฒนาสังคมควบคู่ไปด้วย ดังนั้นผลสัมฤทธิ์ของ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” จึง

ประกอบด้วย ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจควบคู่ไปกับผลกระทบทางสังคม อย่างไรก็ตาม วิชาธุรกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องที่ใหม่และมีความกว้างขวางซับซ้อนของเนื้อหาจึงทำให้เกิดนิยามและคำศัพท์อย่างมากมายและมีความสับสนเกิดขึ้น แต่เนื่องจากวิชาธุรกิจเพื่อสังคมมีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาของเศรษฐกิจและสังคมในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งคาดว่าวิชาธุรกิจเพื่อสังคมจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต

แนวคิดของวิชาธุรกิจเพื่อสังคมดังกล่าว ได้กำเนิดและพัฒนาขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศยุโรปตะวันตกและสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษที่ 1990s (Defourmy & Kim, 2011) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยลดปัญหาทางสังคม ชุมชน โดยช่วยลดช่องว่างระหว่างกลุ่มคนทำให้เกิดความเป็นธรรมมากขึ้น และช่วยลดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมได้อย่างมีเหตุผลและยั่งยืน โดยเป็นกิจการที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายเพื่อการแก้ไขปัญหา รวมถึงพัฒนาชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ไม่ใช่ธุรกิจที่มีเป้าหมายหลักเพียงแค่ทำกำไรสูงสุดให้แก่เจ้าของหรือผู้มีส่วนได้เสียเท่านั้น โดยผ่านกลไกการทำธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนธุรกิจให้มีการดำเนินการเพื่อการอยู่รอด สามารถพัฒนาธุรกิจให้อยู่ได้อย่างมั่นคง มีฐานะการเงินที่เข้มแข็งเพื่อนำกำไรไปสู่การแก้ปัญหาและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เกิดความสมดุลในทั้ง 3 ด้าน ตามหลัก “Triple Bottom Line” (Elkington, 1997) กล่าวคือ ประการแรก มุ่งให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมหรือคนในชุมชน เช่น สร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน เกิดการจ้างงานในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ชุมชนมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ประการที่สองเกิดผลตอบแทนทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มีการอนุรักษ์ ดูแลรักษาฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและโลกน้อยที่สุดและประการสุดท้าย ก็ต้องมีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือผลกำไรของกิจการ เพื่อความอยู่รอดของกิจการ และเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนทั้ง 3 ด้านต่อไป

วิชาธุรกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศมีการดำเนินการอย่างแพร่หลายและเป็นจำนวนมากเกิดผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง และก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น ในสหราชอาณาจักร (อังกฤษ) มีจำนวนวิชาธุรกิจเพื่อสังคมมากถึง 70,000 กว่าแห่ง ก่อให้เกิดรายได้รวมกว่า 18.5 พันล้านปอนด์ต่อปีสู่ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของประเทศ มีจำนวนผู้ร่วมงานกับวิชาธุรกิจเพื่อสังคมทั่วประเทศถึงเกือบ 1 ล้านคน ซึ่งเป็นการช่วยเหลือคนที่ด้อยโอกาสให้ได้มีงานทำ (Social Enterprise UK, 2013) ในประเทศบังกลาเทศที่มีการก่อตั้งธนาคารเพื่อคนจนแห่งแรก ทำให้คนจนได้รับโอกาสในการกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อนำไปใช้ประกอบธุรกิจเพื่อให้มีรายได้และพ้นจากความยากจนและเลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืน (Shams, 2009) วิชาธุรกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศจึงมีโครงสร้างที่ชัดเจน มีการดำเนินการที่เข้มแข็ง ได้รับการสนับสนุนตั้งแต่ระดับ

นโยบายทางด้านธุรกิจที่มีความต่อเนื่อง การพัฒนาบุคลากร การรับรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการช่วยเหลือด้านแหล่งทุนที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้สามารถเริ่มต้นกิจการได้อย่างสะดวก และสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน ผลการสำรวจการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศที่ประสบความสำเร็จนั้น พบว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเป็นปัจจัยหลักในการกู้ฐานะทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการคืนสภาพความเป็นอยู่ของสังคมได้เป็นอย่างดี

การสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในเกาหลี โดย พ.ศ. 2550 มีการผลักดันให้เกิดกฎหมายการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Promotion Act) โดยมีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาทางสังคมด้วยสินค้าและบริการแก่ผู้ด้อยโอกาส มีการเปิดโอกาสให้องค์กรต่างๆ เข้ารับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อขอรับการสนับสนุนจากรัฐในช่วงของการเริ่มต้นประกอบกิจการปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีกฎหมายดังกล่าว แต่การดำเนินงานดังกล่าวยังประสบปัญหา อาทิ การขาดวัฒนธรรมของการพึ่งพาตนเอง ขาดการสนับสนุนจากภาคเอกชน เนื่องจากมีข้อจำกัดอยู่ที่ส่วนของการทำกำไรของกิจการนั้นๆ

ประเทศไทยมีองค์กรที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมอยู่บ้าง แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก ส่วนมากอยู่ในรูปแบบของสหกรณ์ หรือการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการกระจายตัวอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วภูมิภาค มีลักษณะการดำเนินกิจการเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนและเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น หรือกลุ่มสหกรณ์ที่ทำการเกษตรแบบพอเพียง ทั้งนี้จะมีการแบ่งผลกำไรคืนสู่สมาชิกและชุมชนอย่างเป็นธรรม เน้นความซื่อสัตย์และการแบ่งปันรวมทั้งผู้ด้อยโอกาสในชุมชนสังคมได้รับประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ส่งผลให้ชุมชนและสังคมรอบๆ ดีขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ทางสังคมได้ในวงกว้าง เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก เป็นธุรกิจที่อยู่ในระยะเริ่มต้น ยังต้องการการสนับสนุนและการพัฒนากลไกในการขับเคลื่อนกิจการให้มีความเข้มแข็งในการดำเนินกิจการ แนวทางในการบริหารจัดการและการรับมือกับปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น และมีความจำเป็นที่ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐเป็นอย่างมาก ตลอดจนการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมให้เพิ่มมากขึ้น

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นนวัตกรรมทางสังคมไทย โดยมีรูปแบบที่ค่อนข้างใหม่ จึงทำให้การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมยังไม่มีความชัดเจนมากนัก อีกทั้งยังขาดความเข้าใจและความร่วมมือจากหลายภาคส่วนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการทัศน์และวิธีคิดแบบใหม่ รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือและการขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างพร้อมเพรียงกันในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีวิสัยทัศน์ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศจากภาครัฐ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาสังคมที่มีอยู่ และที่กำลังจะเกิดขึ้น ในอนาคตสามารถจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากประสบการณ์ของประเทศที่มีการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมที่

ประสบความสำเร็จนั้น มักมีรูปแบบการสนับสนุนต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ทั้งการสนับสนุนเชิงนโยบายและการสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุน สถานการณ์ต่างๆ ในสังคมโลกยุคปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทาย ความอยู่รอดและความมั่นคงของมวลมนุษยชาติเป็นอย่างมาก นำไปสู่การแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และเกิดการเรียกร้องให้ทุกภาคส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการพัฒนาที่สมดุลในทุกมิติ วิชาธุรกิจเพื่อสังคมที่ประยุกต์เอารูปแบบและวิธีการทางธุรกิจมาร่วมแก้ไขปัญหา และพัฒนาสังคมจึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมากยิ่งด้วยเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับสังคมไทยและสังคมโลกได้

วิชาธุรกิจเพื่อสังคมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกัน ภายใต้รูปแบบองค์กรทางสังคม ทั้งนี้ “วิชาธุรกิจเพื่อสังคม” เป็นองค์กรที่ใช้วิธีบริหารจัดการเช่นเดียวกับบริษัทเอกชน แต่เป้าหมายสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือการนำกำไรที่ได้จากการดำเนินการกลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น วิชาธุรกิจเพื่อสังคมแห่งหนึ่งในประเทศอังกฤษ รับผิดชอบต่อพนักงานในบริษัท หรือรับผิดชอบต่อคุณภาพเข้าทำงานในกิจการ แทนที่จะปล่อยให้บุคคลในกลุ่มดังกล่าวได้รับผลประโยชน์หรือการสงเคราะห์จากสังคมเพียงอย่างเดียว ดังนั้นสถาปนาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) จึงแต่งตั้งคณะกรรมการศึกษาและจัดทำรายงานเรื่องวิชาธุรกิจเพื่อสังคม พร้อมจัดทำร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิชาธุรกิจเพื่อสังคม พ.ศ..... และเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไป โดยเป็นการสร้างกิจการเพื่อสังคมที่เป็นต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สร้างสังคมที่มีความเท่าเทียม ยุติธรรม และมีปัญญามากขึ้น เกิดเครือข่ายนวัตกรรมทางสังคมอย่างกว้างขวาง

วิชาธุรกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งโดยธุรกิจเอกชน บางส่วนมีการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) โดยมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี มีความยั่งยืนด้านการเงินและการแก้ปัญหาทางสังคม ในประเทศไทยมีวิชาธุรกิจเพื่อสังคมจำนวนน้อย เนื่องจากขาดความรู้ ความเข้าใจ และยังไม่เห็นศักยภาพในการทำกำไร และการพัฒนาสังคมจากกิจการในลักษณะนี้ รูปแบบของวิชาธุรกิจเพื่อสังคมในกลุ่มนี้อยู่ในรูปแบบธุรกิจ เช่น บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด ที่ทางกลุ่มบางจากจัดตั้งขึ้น เพื่อบริหารจัดการร้านเลมอนฟาร์ม ซึ่งเป็นร้านค้าในปั้มน้ำมันบางจากที่นำผลิตภัณฑ์จากชุมชนมาขาย เป็นการสร้างตลาดใหม่กับวิชาธุรกิจชุมชน

จากสถานการณ์ปัญหาของการก่อตั้ง “วิชาธุรกิจเพื่อสังคม” ในประเทศไทยดังกล่าว สถาปนาปฏิรูปแห่งชาติ จึงได้มีการศึกษารายงานและมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาเพื่อให้วิชาธุรกิจเพื่อสังคมเป็นแนวทางใหม่ของการแก้ปัญหาสังคมที่เป็นรูปธรรม เช่น การจ้างงานคนพิการหรือผู้ผ่านการต้องขัง

ทั้งในส่วนของการบริการสาธารณะภาครัฐ การทำงานที่มีประสิทธิภาพและสร้างการเปลี่ยนแปลงได้อย่างแท้จริงของภาคประชาสังคม – องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร – องค์กรสาธารณประโยชน์ หรือแม้แต่การยกระดับความรับผิดชอบต่อภาคเอกชน โดยมีข้อเสนอประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) การเรียนการสอนเรื่องการประกอบการสังคมในระบบการศึกษาทุกระดับชั้น (Social Entrepreneurship Education) (2) ระบบงานวิจัยนวัตกรรมสังคม (Social Innovation Research System) (3) ระบบสนับสนุนกิจการระยะเริ่มต้น (SE Start – Up Grant Programmed) (4) ระบบการจดทะเบียนเพื่อรับรองวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE Certification System) (5) ระบบการจดทะเบียนพาณิชย์สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่แสวงหาผลกำไร (SE Legal Form) (6) กองทุนสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มาจากทรัพย์สินที่ไม่มีภาวะการประกาศสิทธิ์ (SE Fund) (7) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน (Sustainable Procurement Programmed) (8) ระบบยกเว้นหรือลดภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมและนักลงทุนทางสังคม (Tax Relief for Social Enterprise and Social Investor) (9) กลไกขับเคลื่อนในทุกระดับทั้งภาครัฐและภาคผู้ประกอบการ (Thai Social Enterprise Board Office/Association)

ประเด็นข้อเสนอการส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีสาระสำคัญปรากฏในร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. โดยการกำหนดสิทธิประโยชน์ต่างๆ อาทิ (1) ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในการประกอบกิจการในระยะเริ่มแรก ทั้งนี้ ต้องมีการกำหนดระยะเวลาไม่เกินสองปี โดยสามารถขยายระยะเวลาได้ไม่เกินสี่ปี (2) ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นพิเศษ (3) ให้สิทธิในการกู้ยืมเงินจากธนาคารซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจเป็นพิเศษ โดยเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดร่วมกับกับธนาคาร (4) มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคลหรือนิติบุคคลที่ลงทุนโดยตรงในหุ้นของวิสาหกิจเพื่อสังคม (5) มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคล หรือนิติบุคคลที่ถือหุ้นในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านกองทุนรวมหรือช่องทางการลงทุนอื่นๆ เทียบเท่ากรณีตาม (4) (6) มาตรการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในการพิจารณาสอบราคาหรือประกวดราคาตามระเบียบว่าด้วยการพัสดุ (7) มาตรการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างภาคเอกชน โดยให้สิทธินิติบุคคลผู้ซื้อสินค้า หรือบริการบางประเภทจากวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถหักค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ในอัตราเป็นพิเศษ

นอกจากนี้รัฐบาล โดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กำหนดนโยบายแนวทางการดำเนินงานสานพลังประชารัฐ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐในระดับพื้นที่มีการจัดตั้ง “บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด” เป้าหมายการสร้างรายได้ให้ชุมชน ประชาชนมีความสุข และเพื่อประชาชนที่ยังขาดโอกาสได้รับการช่วยเหลือด้านองค์ความรู้สนับสนุนด้านการค้าเพื่อความสุขที่ยั่งยืนและมั่นคง โดยมีวิธีการดำเนินงาน 1 เป้าหมาย กลุ่มงาน 5 กระบวนการ 76 จังหวัด และอีก 1 ส่วนกลาง คือ เน้นการสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่าน 3 กลุ่มงาน ได้แก่ เกษตร แปรรูป และท่องเที่ยว โดยชุมชนเน้น 5

กระบวนการจัดการที่ให้ความสำคัญตลาด Value Chain ตั้งแต่ ต้นทาง กลางทาง จนถึงปลายทาง ซึ่งส่วนที่สำคัญคือการลงมือปฏิบัติในพื้นที่ที่ใช้โครงสร้างของ Social Enterprise หรือ วิสาหกิจเพื่อสังคมที่จะจัดตั้ง SE Holding ระดับประเทศ หรือที่เรียกว่า บริษัท ประชากรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งนี้ ในทุก 76 จังหวัด จะมีการจัดตั้งบริษัทในแต่ละจังหวัด

บริษัท ประชากรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด นำร่อง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี อุดรธานี เชียงใหม่ และจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นบริษัทใน 5 กลุ่มจังหวัด โดยจะทำงานช่วยชุมชนในเรื่องบริหารจัดการองค์ความรู้ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและรูปผลิตภัณฑ์ ผลผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและมาตรฐานการรับรองสินค้า ช่วยการบริหารขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน สร้างความต้องการและหาช่องทางการตลาด การจัดจำหน่าย และเชื่อมโยงการตลาดในระดับ ประเทศ โดยมี KPI หรือตัวชี้วัดที่จะประเมินผลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เน้นประชาชนที่ประสบปัญหาความยากจนเพื่อเพิ่มรายได้ ยกกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหา ส่งเสริมพัฒนาความก้าวหน้า ความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจในภาพรวมทั้งประเทศเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตลอดไป

ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีโอกาสเติบโตและมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนตามแนวนโยบายของรัฐ ประกอบกับแนวทางสิทธิประโยชน์ของร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ..... และแรงจูงใจจากพระราชกฤษฎีกา ประมวลรัษฎากรว่าด้วย การยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา เรื่อง รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนโดยมุ่งหวังให้มีการสร้างกลไกการตลาดที่มั่นคง ยั่งยืน มีการพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมรวมทั้งคุณภาพบริการสาธารณะต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมนรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของบริษัท ประชากรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทประชากรัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ทั้ง 76 จังหวัดของรัฐบาลในปัจจุบัน
3. เพื่อเสนอรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการสร้างกลไกการตลาดที่มั่นคง และยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการบริการสาธารณะ และการสร้างความเข้มแข็งให้สังคม

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ 2 ด้าน ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ครอบคลุมถึงเอกสารทางวิชาการ แนวทางการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมจากองค์กรในประเทศไทยและจากต่างประเทศ
2. เนื้อหาของการศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการดำเนินงานของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ของรัฐบาล กับกรณีปัญหาด้านเศรษฐกิจ เพื่อสามารถเสนอแนะรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาและนำผลจากการศึกษามาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างข้อสรุปแนวคิดและเสนอแนะแนวทาง จากนั้นนำไปสู่กระบวนการตรวจสอบ ข้อสรุปแนวคิด

การศึกษารูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน เป็นการศึกษาวิจัยภายใต้แนวคิด และวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการดำเนินงานของรัฐบาลร่วมกับภาคเอกชน เพื่อขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม ภายใต้ประเด็นการศึกษาจำนวน 3 ประเด็น ได้แก่

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังกรมรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ของรัฐบาลในปัจจุบัน
3. เพื่อเสนอแนะรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการสร้างกลไกการตลาดที่มั่นคง และยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการบริการสาธารณะ และการสร้างความเข้มแข็งให้สังคม

โดยกำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ครอบคลุมถึงเอกสารทางวิชาการ แนวทางการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมจากองค์กรในประเทศไทยและจากต่างประเทศ

2. เนื้อหาของการศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการดำเนินงานของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ของรัฐบาล กับการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ เพื่อสามารถเสนอแนะรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ตีความและนำผลจากการศึกษามาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างข้อสรุปแนวคิดและเสนอแนะแนวทาง จากนั้นนำไปสู่กระบวนการตรวจสอบ ข้อสรุปแนวคิด โดยการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย วิธีการในการดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและรวบรวมเอกสาร

สำหรับการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสืบค้นและรวบรวมเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบงานวิจัย บทความวิชาการ บทวิเคราะห์ ตัวอย่างการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งของไทยและต่างประเทศ ดำเนินการตรวจสอบ คัดเลือกและจัดประเภท เอกสาร ดำเนินการประมวลสาระ สรุปเกี่ยวกับสภาพ วิธีการและผลการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ผ่านมา เพื่อทราบถึงแนวคิด วิธีการเพื่อใช้เป็นแบบอย่างและแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเอกสาร

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสาร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอิงข้อมูล (Editing Approaches) โดยการพิจารณาข้อมูลที่ได้ในแต่ละหน่วยที่ได้ดำเนินการจัดกลุ่มไว้จากขั้นตอนที่ 1 เพื่อให้ความหมายกับข้อมูล ดำเนินการเปรียบเทียบและค้นหารูปแบบความสัมพันธ์ เพื่อใช้อธิบายและสร้างข้อสรุป

ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่น

ผู้วิจัยดำเนินการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กรณีศึกษาที่จะใช้ประกอบการวิจัยโดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาคุณงานและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่มีประสบการณ์ดำเนินการตรวจสอบทบทวนข้อมูลและความเพียงพอของข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่สำคัญ การศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ทำให้สามารถเข้าใจความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลดังกล่าว คุณงาน และการสัมภาษณ์ กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมเพื่อการสัมภาษณ์ จากนั้นจึงได้ทำการกำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์โดยสามารถแยกแยะออกได้เป็น 8 ประเด็นหลัก คือ

1. ท่านมีมุมมองอย่างไรต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

2. ท่านเห็นว่า มีปัญหา อุปสรรค และโอกาส อย่างไรในการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต
3. ท่านมีความเห็นว่า บทบาทของภาครัฐ ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นไปในแนวทางใด
4. ท่านมีความเห็นว่า บทบาทของเอกชน ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นไปในแนวทางใด
5. ท่านคิดว่า รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมในประเทศไทยเป็นอย่างไร
6. ท่านเห็นว่า การดำเนินงานของบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัดของรัฐบาลเป็นอย่างไร
7. ท่านเห็นว่า มีปัญหา อุปสรรค และโอกาสอย่างไรที่ บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี (ประเทศไทย) จำกัด ในการมีส่วนร่วมกับรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ
8. ท่านมีมุมมองอย่างไรต่อรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูล ดำเนินการนัดหมาย และเข้าสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการเพื่อให้ได้ประเด็นและเนื้อหาสาระตามที่ได้ตั้งไว้และนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ตีความข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างข้อสรุปและยืนยันผล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์แบบ Analytic Induction (Dengin & Lincoln, 2011) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่างๆ มาวิเคราะห์ เพื่อสร้างข้อสรุป โดยจัดทำร่างข้อสรุป จากนั้นจึงได้นำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการศึกษาความเป็นไปได้ของข้อสรุปที่ได้ดำเนินการตรวจสอบและยืนยันผล โดยการคัดเลือกบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความสนใจในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อสอบถามข้อมูลและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากนั้นจึงนำผลที่ได้จากการจัดประชุมกลุ่มย่อยมาตีความอีกครั้งหนึ่งเพื่อสร้างเป็นข้อสรุปผลวิจัย ตามที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตการวิจัยที่กล่าวมาในข้างต้น

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาข้อสรุปไปสู่ประเด็นยุทธศาสตร์

ผู้วิจัยนำข้อสรุปที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การสร้างประเด็นยุทธศาสตร์ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ประเด็นยุทธศาสตร์ ใช้หลักการวิเคราะห์สถานการณ์หรือการทำ SWOT Analysis และการสร้างประเด็นยุทธศาสตร์จากการทำ TOWS Matrix เมื่อได้ร่างประเด็น

ยุทธศาสตร์แล้วจึงได้ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อตรวจสอบและให้ความเห็นเกี่ยวกับประเด็นยุทธศาสตร์และพัฒนาไปสู่การสร้างข้อสรุปสุดท้าย

ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำรายงานผล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจากการดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ มาวิเคราะห์และตีความอีกครั้งเพื่อดำเนินการจัดทำรายงาน จากนั้นจึงได้นำร่างรายงานให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาอีกครั้งเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

การออกแบบการศึกษาวิจัย

ตารางที่ 1-1 การออกแบบงานวิจัย

1	กำหนดคำถามและวัตถุประสงค์
2	ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี
3	สังเคราะห์แนวคิดทฤษฎี
4	กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
5	เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเป้าหมาย ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีประสบการณ์
6	การสรุปผลการวิจัย

จากแผนภาพที่ 1-1 แสดงให้เห็นขั้นตอนการออกแบบงานวิจัยของผู้ทำการวิจัย ซึ่งจะมีกระบวนการทำงานวิจัยอยู่ 6 ขั้นตอนตั้งแต่การกำหนดคำถามและวัตถุประสงค์ การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีนำไปสู่การสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎี ทั้งนี้จะทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำไปสู่ข้อสรุปผลวิจัยต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย
2. ทราบรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการสร้างกลไกการตลาดที่มั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมการพัฒนาบริการสาธารณะและสร้างความเข้มแข็งให้สังคม นำผลการศึกษารูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มาขยายผลร่วมกับบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ของรัฐบาล
3. ได้รูปแบบ และแนวทางที่สามารถนำวิสาหกิจเพื่อสังคมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

คำจำกัดความ

วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง กิจการ องค์กร องค์กรธุรกิจ หรือองค์กรภาคประชาชนที่มีการดำเนินกิจการแบบธุรกิจ และมีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าทางสังคม (Social Value Creation) โดยไม่ได้มีการแสวงหากำไรเป็นเป้าหมาย การแสวงหากำไรที่มีนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับเจ้าของหรือนักลงทุน แต่เป็นไปเพื่อประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร และสร้างให้เกิดความยั่งยืนแก่กิจการ ซึ่งหมายถึงการที่วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถที่จะดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยไม่ได้อาศัยเงินสนับสนุนหรือเงินบริจาค

บริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

หมายถึง

นิติบุคคลดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) จัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดเป็นบริษัทกลางให้เป็นเครือข่ายเดียวกันทั่วประเทศ และในระดับจังหวัด โดยจัดให้มีบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคีตามด้วยชื่อของจังหวัดทั้ง 76 จังหวัดเข้าร่วมถือหุ้นในบริษัทกลางซึ่งจะร่วมกันช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในเรื่องบริหารจัดการองค์ความรู้ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและรูปผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและมาตรฐานการรับรองสินค้า การขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน สร้างความต้องการและหาช่องทางการตลาด การจัดจำหน่ายและเชื่อมโยงการตลาดในระดับประเทศ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านกลไกภาครัฐ ตามนโยบายของรัฐบาลที่สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทนี้ เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สำหรับงานวิจัย การนำเสนอเนื้อหาในบทนี้ เป็นการนำเสนอในส่วนของความเป็นมา ของวิสาหกิจเพื่อสังคม ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม การพัฒนาแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม ปัจจัยในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งการวิเคราะห์ลักษณะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม ในปัจจุบัน รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม นโยบายวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศ นอกจากนี้จะเป็นการนำเสนอปัจจัยสำคัญในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม อีกทั้งมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. และพระราชกฤษฎีกาประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 รวมถึง นโยบายการจัดตั้งประชารัฐเพื่อสังคมของรัฐบาล เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลต่อไป

ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคม

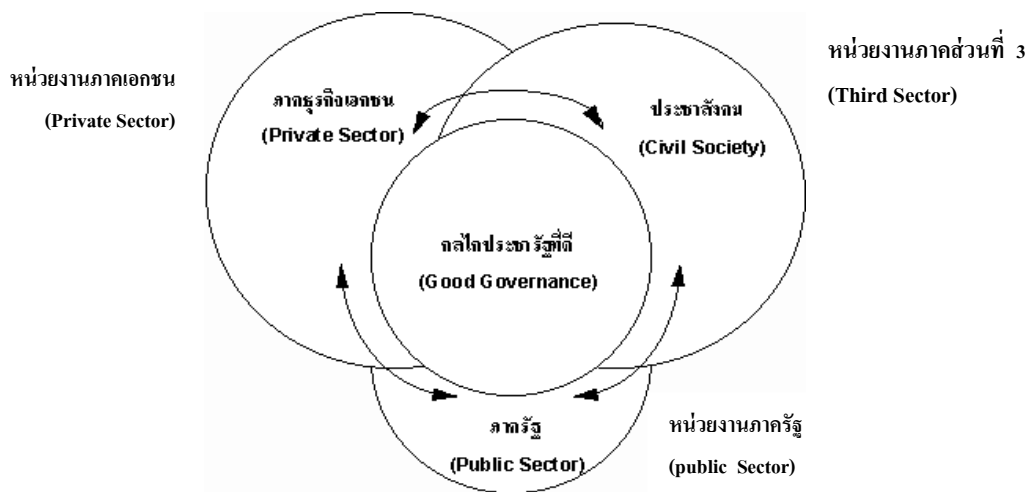
การปฏิวัติอุตสาหกรรมในช่วงศตวรรษที่ 18 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของมนุษย์ เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากที่เด่นชัด คือรายได้และจำนวนประชากร เฉลี่ยเริ่มขยายตัวอย่างรวดเร็วส่งผลให้มนุษย์มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าอย่างมาก แต่ผลกระทบที่ตามมา คือเกิดความแตกต่างเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดจากการพัฒนารูปแบบทางสังคมที่การแบ่งแยกแข่งขัน เกิดปัญหาจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความต้องการของมนุษย์ไม่เคยหยุด ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างนี้เริ่มมีความชัดเจนและทวีความรุนแรงขึ้นจนก่อให้เกิดเป็นปัญหา จากรายงานการศึกษาความเสี่ยงจากการประชุมเวทีเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF) ที่ได้ทำการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ในรายงานความเสี่ยงระดับโลก “Global Risks 2011” ได้แสดงให้เห็นว่าความไม่เท่าเทียมกันทางด้านเศรษฐกิจ และทวีความรุนแรงขึ้นมากจนอาจกลายเป็นปัญหาและมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความไม่สงบของสังคมได้ (World Economic Forum, 2011)

ปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดขึ้นเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลงสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ที่ต้องการต่อสู้กับความไม่เท่าเทียม โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างสังคมให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข การสร้างความเท่าเทียมในโอกาส สิทธิและความสามารถพื้นฐานตามศักยภาพที่มี ด้วยการกระตุ้นให้สังคมเข้ามาช่วยเหลือให้ทุกคนสามารถเข้าถึงสิทธิพื้นฐานอันควรได้รับ โดยเฉพาะปัจจัยสี่ที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์อันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค นอกจากนี้ประชาชนควรได้สิทธิเสรีภาพพื้นฐานทางสังคม โดยการสร้างความเท่าเทียมกันโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีทางด้านสังคมและการณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเข้ามาเป็นกระบวนการขับเคลื่อน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่ว่านี้รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของบทบาทหน้าที่และกระบวนการในระบบสังคม Rogers และ Burdge (1972 : 10) ได้กล่าวถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและหน้าที่ในระบบสังคมด้วยการดำเนินการของการสร้างสรรค์การประดิษฐ์ (invention) เรียกว่าเป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรม (innovation) ที่ทำให้เกิดรูปแบบการดำเนินการใหม่ ๆ กระบวนการคิดและการพัฒนาใหม่ ๆ และผลักดันให้เกิดการแพร่กระจาย (diffusion) ออกไปในสมาชิกในสังคมจนกระทั่ง เกิดการยอมรับ นักสังคมวิทยาเองมองว่า เมื่อโครงสร้างทางสังคมเริ่มเปลี่ยนขนาดของสังคมและคุณภาพทางสังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย และการเปลี่ยนแปลงนี้เองนำมาซึ่งพัฒนาการและกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวของระบบสังคม จนมีการเรียกร้องถึงการเปลี่ยนแปลง การจัดระบบสังคม และการสร้างความเสมอภาคเท่าเทียม

การรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีการดำเนินการมานานนับตั้งแต่มิระบบโครงสร้างสังคมขึ้น โดยการรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศ หรือการสร้างแผนการพัฒนาประเทศ โดยรูปแบบที่อาจมีเป้าหมายแตกต่างกันตามลักษณะและเป้าประสงค์ของแต่ละประเทศ จากแนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการเข้ามาบริหารจัดการเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยภาคเอกชน ทำให้เห็นการทำงานที่ชัดเจนในสังคมที่มีหน่วยงานที่ทำงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและเพื่อประโยชน์ของตนเอง Pearce (2003) ได้เสนอโมเดลการแบ่งหน่วยงานทางด้านสังคมออกเป็น 3 ภาคส่วน โดยใช้กิจกรรมและความมุ่งหมายในการดำเนินงาน เรียกว่า “Three Systems of the Economy” ได้แก่ หน่วยงานภาคเอกชน (Private Sector, First System หรือ First Sector) เป็นหน่วยงานที่ประกอบกิจการ เพื่อแสวงหากำไร จัดเป็นกลุ่มหลักที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่ครั้งอดีตหน่วยงานภาครัฐ (Public Sector, Second System หรือ Second Sector) มีหน้าที่โดยตรงในการบริหารกิจการของรัฐ ทำงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมโดยไม่มุ่งหวังการแสวงหากำไร แต่มีรายได้จากการเรียกเก็บภาษีและการบริหารทรัพย์สินที่เป็นส่วนกลาง หน่วยงานภาคส่วนที่สาม (Third System หรือ Third Sector) เป็นหน่วยงานกลุ่มใหม่ที่มีการ

จัดลำดับความสำคัญ เป็นหน่วยงานที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านสังคม แต่ไม่ได้มีรายได้มาจากภาษี หรือการเรียกเก็บจากทรัพย์สินส่วนกลางเหมือนหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานในกลุ่มนี้มีบางส่วนที่พึ่งพารายได้จากค่าบริการ หรือได้รับการรับรองตามกฎหมายของรัฐให้ได้รับส่วนแบ่งรายได้บางส่วนจากภาครัฐ แต่มีบางหน่วยงานที่แสวงหารายได้ในการดำเนินงานด้วยตนเอง การแบ่งส่วนหน่วยงานในระบบเศรษฐกิจออกเป็น 3 ภาคส่วนทำให้มีความชัดเจนขึ้น

แผนภาพที่ 2-1 ความสัมพันธ์ขององค์กร 3 ภาคส่วน



ที่มา : ดัดแปลงจาก Denny, 2014 : 17

หน่วยงานภาคส่วนที่สาม เกิดจากปัญหาสำคัญของบทบาทหน้าที่และการดำเนินงานของหน่วยงานในสองภาคส่วนแรก เนื่องจากหน่วยงานภาคเอกชน (Private Sector) ดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไรและกำไร ไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อระบบสังคม ส่วนหน่วยงานภาครัฐ (Public Sector) เป็นหน่วยงานที่มีขนาดใหญ่ มีความซับซ้อนตามสภาพของรัฐ แม้ว่าจะมีการกระจายอำนาจแต่ก็เคลื่อนตัวช้าไม่สามารถขับเคลื่อนได้ตามต้องการ เนื่องจากต้องมีความระมัดระวังในการดำเนินงานที่มีระบบตรวจสอบที่เคร่งครัด รูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่จึงไม่สามารถตอบสนองได้ทันกับสภาพปัญหาทางสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดการเรียกร้องทางสังคมให้มีหน่วยงานอื่นเข้ามาดูแลปัญหาทางสังคม หน่วยงานภาคส่วนที่สามจึงเกิดขึ้นเพื่อเข้ามาช่วยในการดำเนินงานในส่วนที่หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์ โมเดลการทำงานของหน่วยงานภาคส่วนที่สามจึงเป็นการทำงานที่เข้ามาตอบสนองความต้องการของสังคม ไม่มีรายได้มาจากภาครัฐ รูปแบบการดำเนินงานจึงต้องตัวว่าหน่วยงานภาครัฐ แต่ไม่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไรเหมือนหน่วยงานภาคเอกชน

ในช่วงต้นหน่วยงานภาคส่วนที่สามเป็นมูลนิธิ หรือเป็นองค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ หรือที่เรียกกันว่า เอ็นจีโอ โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการขอรับบริจาคหรือได้รับการปันส่วนจาก หน่วยงานภาครัฐ แต่เมื่อภาคธุรกิจเห็นว่าการแสวงหากำไรของหน่วยงานในระยะยาวสร้าง ผลกระทบต่อหน่วยงานของตนเองได้ จึงเกิดโมเดลการดำเนินงานแบบใหม่ที่มีการจัดสรรปันส่วน ของรายได้ที่ภาคเอกชนได้รับมาทำกิจกรรมเพื่อสังคม และเริ่มมีการกล่าวถึงแนวคิดของ ความ รับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) CSR เป็นเพียง กิจกรรมที่หน่วยงานภาคเอกชนดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของสังคม โดย ไม่ได้มีความชัดเจนมากนักในการช่วยเหลือสังคม แนวคิด CSR เองก็ยังคงไม่มีความชัดเจนเนื่องจากการ ดำเนินการในหลายรูปแบบ Howard R. Bowen เริ่มต้นการศึกษาเกี่ยวกับ CSR ได้ให้ความหมายว่า “ภาระหน้าที่ของนักธุรกิจต่อการดำเนินตามนโยบาย ตัดสินใจ หรือดำเนินการไปในทางที่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และค่านิยมของสังคม” ซึ่งแนวคิดนี้ต่อมาได้มีกิจกรรมที่มีรูปแบบ หลากหลาย และบางกิจกรรมที่หน่วยงานภาคเอกชนไม่ได้ดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ แท้จริง แต่เป็นการใช้ CSR เป็นสื่อประชาสัมพันธ์องค์กรของตนเอง การดำเนินการที่คลุมเครือของ CSR ทำให้หลายภาคส่วนไม่ยอมรับการดำเนินงานว่าเป็นการทำเพื่อประโยชน์ของสังคมอย่าง แท้จริง ในขณะเดียวกันหน่วยงานที่พึ่งพาเงินรายได้จากการบริจาค ไม่มีความมั่นคงยั่งยืน จึงเกิด รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ขึ้นที่เรียกว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE)

Social Enterprise (SE) หรือ วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่ ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาดของภาคเอกชน หรือภาคส่วนที่มีเป้าหมายทางสังคม หรือสิ่งแวดล้อมที่ภาครัฐเน้นในการทำงาน และมีแผนธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงการ ดำเนินงานและขยายงานให้เต็มศักยภาพได้ วิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีการมองเป้าหมายทางการเงิน ด้วยแต่เป็นโมเดลแบบ Triple Bottom Lines ที่วางเป้าหมายการสร้างรายได้เป็นฐานที่จะเพิ่ม ผลประโยชน์ของสังคมหรือสิ่งแวดล้อม แทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือน กิจกรรมภาคเอกชน แต่มีการดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไป วิสาหกิจเพื่อสังคมมักมีลักษณะสำคัญคือมีแนวทางการหารายได้ด้วยตนเอง เพื่อหล่อเลี้ยงการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืนโดยไม่จำกัดรูปแบบของรายได้ ทั้งในรูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบ การขอรับบริจาคส่วนกิจกรรมที่ดำเนินการเป็นการใช้นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหา มีการคิดค้น วิธีการใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาที่เป็นเป้าหมายของการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผล ยั่งยืนและสามารถต่อยอดผลลัพธ์ได้ นอกจากนี้ยังมีการดำเนินงานแบบอาศัยความร่วมมืออย่าง กว้างขวางจากเครือข่าย เพื่อใช้ศักยภาพเฉพาะทางของหน่วยงานนั้น ๆ ในการแก้ไขปัญหา จะเห็น

ได้ว่ารูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีความชัดเจนในเป้าหมายมากกว่าการทำ CSR และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

แผนภาพที่ 2-2 ความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับความรับผิดชอบต่อสังคม



วิสาหกิจเพื่อสังคมไม่ใช่ CSR เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการแก้ไขปัญหาทางสังคมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งในขณะที่ CSR เป็นกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสังคมของกิจการหรือธุรกิจที่แสวงหากำไร แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมมีเป้าหมายไม่ได้แสวงหากำไรสูงสุดแต่มีเป้าหมายที่จะเป็นวิถีทางหนึ่งในการช่วยแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นอีกโมเดลหนึ่งที่ถูกนำเสนอให้โลกภาคส่วนธุรกิจและภาคส่วนของรัฐที่เป็นการดำเนินการที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมส่วนรวมและมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตามนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise หมายถึง กิจการ องค์กร องค์กรธุรกิจ หรือองค์กรภาคประชาชนที่มีการดำเนินกิจการแบบธุรกิจ และมีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าทางสังคม (Social Value Creation) โดยไม่ได้มีการแสวงหากำไรเป็นเป้าหมาย การแสวงหากำไรที่มีนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับเจ้าของหรือนักลงทุน แต่เป็นไปเพื่อประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและสร้างให้เกิดความยั่งยืนแก่กิจการ ซึ่งหมายถึงการที่วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถที่จะดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยไม่ได้อาศัยเงินสนับสนุนหรือเงินบริจาค

คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)” นั้น อาจมีคำเรียกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีความสัมพันธ์กัน เช่น คำว่า “Social Entrepreneur” และ “Social Entrepreneurship” อาจกล่าวได้ว่า Social Entrepreneurship เป็นกระบวนการที่ Social Entrepreneurs นำมาใช้ในการสร้าง Social Enterprises นั้นเอง (Defourny and Nyssens, 2008) โดยนักวิชาการส่วนใหญ่มองว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายสูงสุดไม่ใช่การทำกำไรสูงสุด แต่เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อ

หวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน สังคม นอกจากนี้วิสาหกิจเพื่อสังคมยังอาจเป็นองค์กรได้ทุกประเภทไม่ว่าจะแสวงหากำไรหรือไม่หรืออาจเป็นองค์กรภาครัฐ หรือภาคเอกชนก็ได้ (Dart, 2004) ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้คำจำกัดความของคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงคลุมเครือไม่ชัดเจน โดยคนส่วนใหญ่เข้าใจว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมคือการประกอบธุรกิจที่ไม่หวังผลกำไร แต่จริงๆ แล้ววิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่แสวงหากำไรหรือเป็นธุรกิจที่มีกำไร แต่กำไรที่เกิดขึ้นจะถูกส่งคืนกลับให้สังคมในรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise นั้น นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ความหมายเพื่อที่จะสื่อถึงกิจการเพื่อสังคมไว้หลายท่าน Dees (1998) ได้ให้ความหมายของกิจการเพื่อสังคมไว้ว่า “กิจการเพื่อสังคมเป็นองค์กรภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการแก้ไขปัญหาของสังคม ผู้ที่ด้อยโอกาส ให้บริการสินค้าหรือบริการที่ไม่สามารถจัดหาได้จากหน่วยงานภาครัฐหรือการเอกชน โดยองค์กรเหล่านี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการค้ากำไร การขยายตลาด หรือสนับสนุนให้ได้รับเลือกตั้งทางการเมือง” Mort และคณะ (2002) กล่าวถึง กิจการเพื่อสังคมในลักษณะของมิติทางโครงสร้างที่หลากหลายที่เกี่ยวกับการแสดงออกทางความคิดของผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมทางศีลธรรมในการสร้างสรรค์ภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคม และเป็นการสร้างสรรค์ทางความคิดที่จะส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีลักษณะของการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ภายใต้วางมุงมั่นและการยอมรับความเสี่ยง Haugh & Tracey (2004) ให้ความหมายในเชิงของวัตถุประสงค์การดำเนินงานว่า “กิจการเพื่อสังคมเป็นธุรกิจที่ทำการค้าโดยมีวัตถุประสงค์ทางด้านสังคม กิจการเหล่านี้จะรวบรวมเอานวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ เป้าหมายทางสังคม และการแสวงหาความยั่งยืนเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีการค้าที่ได้กำไรจากการขายกิจการเหล่านี้มีเป้าหมายในการแสวงหาผลตอบแทนทางสังคมมากกว่าการทำกำไร ส่วนใดที่เกินความสามารถที่จะดำเนินการพวกเขาอาจร่วมกันตั้งเป้าหมายไว้สำหรับอนาคต และใช้ความร่วมมือในการทำให้มันเป็นจริง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มคนหรือชุมชนอย่างไม่มีแบ่งแยก” Leadbetter (1997) ให้ความหมายของ Social Enterprise โดยอิงวัตถุประสงค์ว่า “กิจการเพื่อสังคมเป็นการใช้พฤติกรรมหรือลักษณะของผู้ประกอบการทางธุรกิจเพื่อวัตถุประสงค์ท้ายสุดในทางสังคมมากกว่าการทำกำไร หรือเป็นทางเลือกที่ใช้ผลกำไรที่เกิดจากพฤติกรรมทางการตลาดมาใช้สำหรับกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสทางสังคม” ในขณะที่ Shaw (2004) กล่าวถึงในแง่ของการดำเนินการว่า “กิจการเพื่อสังคมเป็นการทำงานของชุมชน อาสาสมัคร และองค์กรเอกชนในรูปแบบของบริษัทเอกชนที่ทำงานเพื่อสังคมมากกว่าการมุ่งแสวงหากำไร” เห็นได้ว่าการให้ความหมายของกิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่าเป็นกิจการที่มีกำไรแต่วัตถุประสงค์ของกำไรนั้นจะแตกต่างจากองค์กรธุรกิจทั่วไปในแง่ของการนำมาใช้เพื่อสังคมหรือส่วนรวม โดยจะมีบางท่านที่เพิ่มเติมไปถึงลักษณะของกิจการที่จะต้องมีการสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม เรื่องของผู้ประกอบการสังคมวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องที่ใหม่และมีความกว้างขวางซับซ้อนของเนื้อหา จึงทำให้เกิดนิยามและคำศัพท์อย่างมากมาย และมีความสับสนเกิดขึ้น (Jones and Keogh, 2006 ; Peattie and Morley, 2008 : 35) แต่เนื่องจากเรื่องของวิสาหกิจเพื่อสังคมมีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาของเศรษฐกิจและสังคมใน โลกยุคโลกาภิวัตน์ การศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ จึงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและทวีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งมีการขยายขอบเขต โดยวงการศึกษารัฐบาลได้เข้ามาให้ความสนใจ โดยทำการศึกษาและวิจัยอย่างมากมายเพื่อกำหนดแนวนโยบายสาธารณะ ในการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในลักษณะที่เป็นภาคเศรษฐกิจสังคมใหม่นั้น จึงเป็นที่คาดการณ์ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและแก้ไขปัญหา ความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคต

นักวิชาการที่สนใจศึกษาถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ ในปี พ.ศ. 2550 แพม ซีเนอร์ (Pam Seanor) และคณะ (Seanor, Bull, and Ridley-Duff, 2007 : 34) ได้ศึกษารูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเน้นไปที่รูปแบบพฤติกรรมของผู้ประกอบการสังคมที่ดำเนินกิจกรรมในการสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคม และได้พบรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลาย สุดท้ายก็สรุปได้ว่ารูปแบบธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นมีลักษณะ “ปะ เสริม เต็ม แต่ง” ไปตามสภาวะแวดล้อมและบริบท

ในปี พ.ศ. 2551 พีททีและมอร์เลย์ (Peattie and Morley, 2008 : 52) ได้รวบรวมประเด็นสำหรับการวิจัยเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม ในรายงานฉบับหนึ่งชื่อ “Social Enterprises : Diversity & Dynamics, Contexts and Contribution” โดยได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นในการแยกแยะวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นว่า จะต้องดูที่ภาคส่วนที่กิจการนั้นทำงานอยู่ โดยอาศัยตัวแบบของเพียร์ซ (Pearce’s Model) ซึ่งจัดให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นภาคส่วนหนึ่งทางเศรษฐกิจที่มีชื่อเรียกว่า “ภาคส่วนที่สาม” (Third Sector) และสามารถแยกแยะความแตกต่างได้ โดยอาศัยปัจจัยแวดล้อม 9 ประการ ดังนี้

1. ลักษณะของกิจกรรม
2. ขนาด
3. รูปแบบตามกฎหมาย
4. ขอบเขตทางภูมิภาพที่องค์กรทำงาน
5. แหล่งเงินทุน
6. แรงจูงใจ (Motivation)
7. ลักษณะการทำกำไร
8. ความสัมพันธ์กับชุมชน
9. ความเป็นเจ้าของและวัฒนธรรม

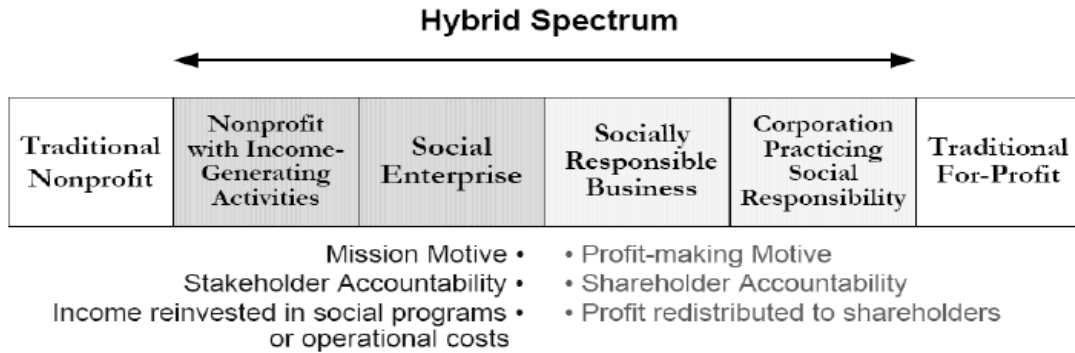
นอกจากนี้ยังได้มีผู้เสนอถึงปัจจัยแวดล้อมในการสร้างและดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ในรูปแบบของ “สเปกตรัม” หรือ การจำแนกประเภท ดีส์ และอัลเทอร์ (Alter, 2007; Dees, 1998a : 14) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง “สเปกตรัม” (Social Enterprise Spectrum or Typology) (แผนภาพที่ 2-3 และ 2-4) ซึ่งหมายถึงรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ “กำไรสองชั้น” (double bottom line) หรือกำไรทางสังคม และกำไรทางธุรกิจ โดยที่ปลายด้านหนึ่งของรูปแบบจะแทนองค์การกุศลเต็มรูปแบบ และอีกด้านหนึ่งจะเป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ วิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีรูปแบบที่สามารถแปรเปลี่ยนต่อเนื่องไปมาในระหว่างทั้งสองด้านเหมือนการแปรเปลี่ยนของ Spectrum และจะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีโอกาสและทางเลือกที่หลากหลายตามระดับของความใกล้เคียงจากปลายทั้งสองด้าน ซึ่งคำอธิบายดังกล่าวนี้เป็นแนวคิดที่สำคัญของการสร้างและการกำหนดรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม

แผนภาพที่ 2-3 : แผนภาพการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของดีส์

THE SOCIAL ENTERPRISE SPECTRUM				
		Purely Philanthropic ← → Purely Commercial		
Motives, Methods, and Goals		Appeal to goodwill Mission driven Social value	Mixed motives Mission and market driven Social and economic value	Appeal to self-interest Market driven Economic value
Key Stakeholders	Beneficiaries	Pay nothing	Subsidized rates, or mix of full payers and those who pay nothings	Market-rate prices
	Capital	Donations and grants	Below-market capital, or mix of donations and market-rate capital	Market-rate capital
	Workforces	Volunteers	Below-market wages, or mix of volunteers and fully paid staff	Market-rate compensation
	Suppliers	Make in-kind donations	Special discounts, or mix of in-kind and full-price donations	Market-rate prices

ที่มา : Dees, 1998a : 55

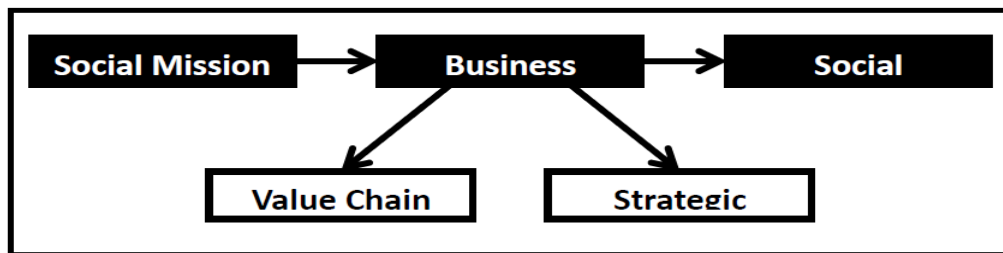
แผนภาพที่ 2-4 แผนภาพการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของอัลเทอร์



ที่มา : Alter, 2007 : 14

มีผู้ใช้ทฤษฎีการบริหาร (Management Theory) มาอธิบายปัจจัยแวดล้อมที่ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ โมเรย์ และคณะ (Moray, Stevens, and Crucke, 2008 : 9) ได้นำเสนอตัวแบบทางการบริหารที่ใช้มุมมองทางด้านทรัพยากร (Resource-based View) มาอธิบาย การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม (แผนภาพที่ 2-5) โดยมองปัจจัยแวดล้อมในรูปของกระบวนการที่มีการกิจเพื่อสังคม (Social Mission) โมเดลธุรกิจ (Business Model) และประสิทธิภาพทางสังคม (Social Performance) เป็นองค์ประกอบหลัก และมีความเชื่อมโยงไปยัง ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และ ความสามารถทางยุทธศาสตร์ (Strategic Capabilities)

แผนภาพที่ 2-5 แผนภาพกระบวนการของกิจการเพื่อสังคม



ที่มา : Moray, Steven, and Crucke, 2008 : 9

สิ่งสำคัญคือ วิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีการใช้รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ แต่มีเป้าหมายทางสังคม กล่าวคือ วิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีการทำกำไรแต่กำไรที่เกิดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของประสิทธิภาพแบบธุรกิจซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อไปเพิ่มความมั่งคั่งของเจ้าของหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ แต่เกิดขึ้น เพื่อไปใช้ในการพัฒนาและขยายขอบเขตของการทำงานเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมให้กว้างขวางมากขึ้น ซึ่งเป็นการสนับสนุนความยั่งยืน (Sustainability) โดยไม่ต้องอาศัยเงินให้เปล่า (Grant) หรือเงินบริจาค (Philanthropic Fund) อีกต่อไป ซึ่งจะทำให้ระบบสังคม – เศรษฐกิจมีความสมดุลและความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

มีผู้ให้ความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคมอยู่ในหลายแนวทาง ดังต่อไปนี้

ในต่างประเทศ มีนักวิชาการและองค์กรที่เกี่ยวข้องได้อธิบายความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคมเอาไว้แตกต่างกัน ดีส์ นักวิชาการชาวสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นองค์กรเอกชนที่อุทิศตัวเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม สนองผู้เสียเปรียบในสังคม และจัดหาสินค้าที่สำคัญทางสังคมที่ภาครัฐหรือเอกชนไม่สามารถจัดหาให้ได้” (Dees, 1998 : 32) ซึ่งมีข้อสังเกตว่าดีส์ ได้จำกัดรูปแบบขององค์กรที่สามารถเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ว่าต้องเป็นองค์กรของเอกชน

องค์กร Social Enterprise Alliance ของสหรัฐอเมริกาได้ให้คำนิยามวิสาหกิจเพื่อสังคมเอาไว้ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคมคือธุรกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยใช้วิธีการและแนวทางปฏิบัติของธุรกิจและอำนาจทางการตลาดในการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อมและมนุษยธรรม” (Social Enterprise Alliance, online) ซึ่งมีข้อสังเกตว่าคำนิยามในที่นี้ได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคมว่าเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงใช้วิธีการทางธุรกิจเข้ามาตอบสนอง

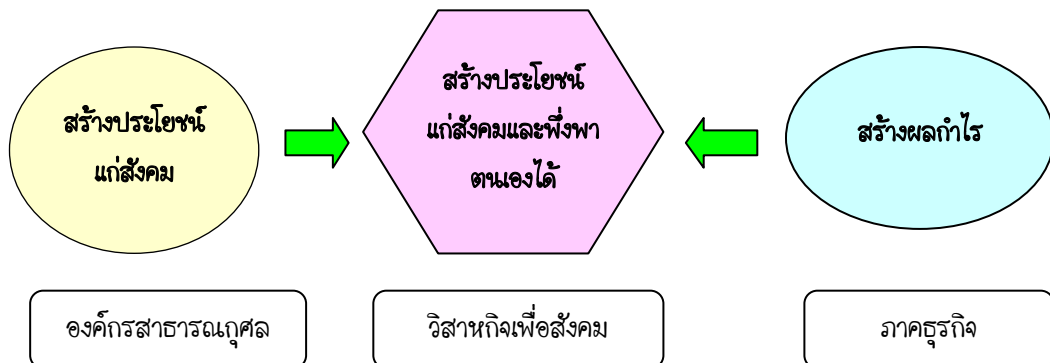
ส่วนในทวีปยุโรปกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมของสหราชอาณาจักร (UK Department for Trade and Industry) (British Council, Online) ได้ให้คำนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคมเอาไว้ว่า “องค์กรที่มีรูปแบบการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ ที่มีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก โดยผลตอบแทนของการดำเนินงาน โดยหลักนั้นจะย้อนนำมาสู่การพัฒนาสังคมและพัฒนาองค์กรให้เติบโตขึ้นเพื่อผลรวมของประโยชน์ทางสังคม มิใช่เป็นไปเพื่อความมั่งคั่งของเจ้าของและผู้ถือหุ้น” ซึ่งมีข้อสังเกตว่าคำนิยามในที่นี้ไม่ได้จำกัดรูปแบบทางกฎหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่มุ่งเน้นให้มีรูปแบบในการดำเนินงานให้อยู่ในเชิงธุรกิจ แต่ได้จำกัดการตอบสนองผลประโยชน์ของเจ้าของตามระบบทุนนิยมเอาไว้

สำหรับในประเทศไทย ตามแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 (สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ,ออนไลน์) ได้ให้คำนิยามของกิจการเพื่อสังคมเอาไว้ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) คือ กิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า และ/หรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเริ่มหรือมีการกำหนดเพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น” และมีลักษณะพิเศษดังต่อไปนี้

1. กระบวนการผลิต การดำเนินงาน การ รวมถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการ ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื่องในระยะยาวต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม
2. มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี
3. มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง
4. ผลกำไรส่วนใหญ่ถูกนำไปเพื่อการลงทุนกลับไปใช้ในการขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว หรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม หรือผู้ให้บริการ
5. สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย
6. มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

ในปัจจุบันภาครัฐมีการสนับสนุนและพัฒนากิจการดำเนินงาน โดยจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ทำหน้าที่คอยส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม จากแนวทางการให้คำนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความหลากหลายที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาจากจุดร่วมกันของคำนิยามต่างๆ ที่ตรงกันในประเด็นของวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์มูลค่าทางสังคม และแนวทางในการใช้ประโยชน์จากกำไรในทางธุรกิจแล้ว อาจให้คำนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ดังต่อไปนี้ “หมายถึง กิจการ องค์กร องค์กรธุรกิจ หรือองค์กรภาคประชาชน ที่มีการดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจและมีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าทางสังคม (Social Value Creation) โดยไม่ได้มีการแสวงหากำไร เป็นเป้าหมาย การแสวงหากำไรของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ไม่ได้เป็นไปเพื่อมุ่งสร้างความมั่งคั่งให้แก่ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนแต่เพื่อมุ่งสร้างความต่อเนื่องและยั่งยืนแก่การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมเอง” โดยนำกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำ ดังนั้นวิสาหกิจเพื่อสังคม จึงเป็นการนำจุดเด่นขององค์กรสาธารณกุศล (Non – Profit Organization : NPO) ที่มุ่งสร้างประโยชน์เพื่อสังคมมาผสมผสานกับจุดเด่นทางธุรกิจ (Business) ที่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างกำไรจนสามารถพึ่งพาตนเองได้ (แผนภาพที่ 2-6)

แผนภาพที่ 2-6 แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรที่มีได้แสวงหาผลกำไรกับธุรกิจเอกชน



สำหรับเป้าหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ การนำผลกำไรจากการประกอบกิจการ ไปสร้างประโยชน์แก่สังคม และจัดสวัสดิการให้แก่ผู้ด้อยโอกาส เช่น การสาธารณสุข ที่พักอาศัย บริการทางการเงิน โภชนาการสำหรับเด็กที่ขาดสารอาหาร บริการน้ำดื่ม ไฟฟ้าชุมชน และดูแล ปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เป็นต้น ดังนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นกลไกสำคัญในการช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม

การพัฒนาแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม

1. การรวบรวมแนวคิด (Organization of Ideas) : เริ่มจากแนวคิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แล้วถ่ายทอดออกมาสู่บุคคลอื่นๆ ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ หรือ Social Network
2. การยอมรับความคิด (Acceptance of Ideas) : แนวคิดที่ถูกแชร์ออกมานั้น เริ่มได้รับการยอมรับจากผู้อื่น และเริ่มมีการสนับสนุนแนวคิดเหล่านี้โดยองค์กรต่างๆ
3. การเติบโตของผู้ที่มีแนวคิดเดียวกัน (The Growth of Participant Communities) : เริ่มเกิดการขยายตัวของผู้ที่มีแนวคิดเดียวกันในวงกว้างขึ้น จนเกิดเป็นชุมชนของผู้ที่เข้าร่วมแนวคิดเดียวกัน
4. การสนับสนุนจากบุคคลที่สาม (The Rise of Third-Party Support) : เริ่มมีองค์กรหรือบุคคลที่สามเข้ามาสนับสนุนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ หน่วยงานการศึกษา หรือสถาบันการเงิน
5. การรวมตัวขององค์กร (The Appearance of Collective Organizations) : เกิดการรวมตัว ขององค์กรในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนั้นยังเกิดวัฒนธรรมองค์กรใหม่ๆ ที่นักธุรกิจให้ความสนใจกับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น

ทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม มี 4 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 : การรวมกันระหว่างองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรกับบริษัทเอกชน ในอนาคตบริษัทเอกชนอาจทำตัวคล้ายกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร โดยมุ่งเน้นไปในการทำงานเพื่อช่วยเหลือสังคมมากกว่า ที่จะหวังทำกำไรเพียงอย่างเดียว เช่น การจัดตั้งบริษัทเพื่อช่วยเหลือให้ผู้ที่ประสบภัยได้มีงานทำ โดยสินค้าที่ออกขายนั้น ไม่ได้ต้องการกำไร หากแต่เน้นการช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนจากภัยพิบัติ ให้กลับมาตั้งตัวได้ใหม่

แนวทางที่ 2 : การรวมกันระหว่างภาครัฐและประชาชน รัฐบาลจีนได้เริ่มนโยบายในการจัดทำกลไกที่ทำประโยชน์ให้แก่สังคมร่วมกับภาคเอกชนขึ้น เพื่อช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา สาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม การเกษตร การดูแลผู้สูงอายุ และอื่น ๆ

แนวทางที่ 3 : การรวมกันระหว่างมูลนิธิการกุศลและเงินทุนจากภาคเอกชน มีรูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเงินทุนจากมูลนิธิการกุศลและภาคเอกชนมาลงทุนในองค์กรเพื่อสังคมต่าง ๆ เช่นเงินทุนจาก American Family Foundations, Stanford Foundation, Rockefeller Foundation นำมาพัฒนาเรื่องที่อยู่อาศัย แหล่งน้ำ การศึกษา ในรูปแบบการบริจาคหรือการกู้ยืม โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

แนวทางที่ 4 : การเกิดวัฒนธรรมในการทำธุรกิจใหม่ที่คำนึงถึงความยุติธรรมและความมีประสิทธิภาพ ผู้นำองค์กรต่าง ๆ เริ่มมองเห็นถึงความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม ในเรื่องของวัฒนธรรม จิตวิญญาณ ของสังคม อันนำไปสู่มุมมองใหม่ ๆ ในเรื่องจริยธรรมในการทำธุรกิจ และการคำนึงถึงสังคมโดยรอบมากกว่าเรื่องของตนเอง

ปัจจัยสำคัญในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม

ปัจจัยสำคัญในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม (Key Social Enterprise Factors) อยู่ในหลายแนวทาง ดังต่อไปนี้

รายงานการวิจัยเรื่อง “Evaluating the Success Factors for Establishing a Thriving Social Enterprise in Scotland” (Scottish Enterprise, 2005 : 32) ได้นำเสนอปัจจัยสำคัญ 14 ประการในการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. ความสามารถในการจัดการกับความเปลี่ยนแปลง (Able to manage change)
2. การมีเครือข่ายที่ดีเป็นหุ้นส่วนขับเคลื่อนกิจการ (Active networkers)
3. การสร้างความตระหนักและความสนใจของลูกค้า (Customer aware and focused)
4. ความมุ่งมั่นที่จะยกระดับการดำเนินงาน (Committed to continuous improvement)
5. การมีวัฒนธรรมองค์กรเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial in culture)
6. การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Environmentally and socially responsible)
7. การมีวิสัยทัศน์การดำเนินงานที่กว้างไกล (Global in their outlook)
8. การประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการดำเนินงาน (Committed to innovation)
9. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Active in their uptake and use of ICT)

10. การนำองค์ความรู้ทางการตลาดมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Command detailed market knowledge)

11. การส่งเสริมการเรียนรู้ภายในองค์กร (Active in promoting learning)

12. ความสามารถในการมีฐานสินทรัพย์ที่แข็งแกร่ง (Able to establish a strong asset base)

13. การมีกลยุทธ์หรือแผนงานในระยะยาว (Strategic thinkers/long-term planners)

14. การมีวิสัยทัศน์ในความเป็นผู้นำขององค์กร (Visionary in their leadership)

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, ออนไลน์) ได้นำเสนอปัจจัยสำคัญ 7 ประการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนี้

1. เป้าหมายทางสังคม คือ ภารกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาทาง สังคม-เศรษฐกิจ

2. ประสิทธิภาพเชิงธุรกิจ คือ ตัวชี้วัดและการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรในเชิงธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน การเข้าถึงตลาด ประสิทธิภาพในการบริหารและการดำเนินงาน

3. ภาวการณ์ช่วยเหลือและการเชื่อมโยงกับธุรกิจกระแสหลัก วิสาหกิจเพื่อสังคมมักเริ่มต้นด้วยกิจการที่มีขนาดเล็ก เครื่องมือและการเชื่อมโยงกับธุรกิจกระแสหลักจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารความเสี่ยง สร้างความเข้มแข็ง และการต่อยอดเพื่อสร้างตำแหน่งทางธุรกิจ เพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนอยู่ในกลไกตลาดได้ถึงแม้จะมีข้อจำกัดทางทรัพยากรก็ตาม

4. นวัตกรรมทางสังคม วิสาหกิจเพื่อสังคมกำลังทำทลายกับปัญหาทางสังคมและการอยู่รอด ในเชิงธุรกิจ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความมีส่วนร่วมของสังคมจะเป็นกลไกสำคัญ ที่คิดค้นนวัตกรรมทางสังคมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง

5. ทูตทางสังคมของกิจการ ผู้ประกอบการทางสังคมจะต้องรู้ว่ากิจการของตน มีความเกี่ยวข้อง กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้เกี่ยวข้องใดและ ได้มีการบริหารจัดการความสัมพันธ์ กับแต่ละส่วนได้เหมาะสมและเพียงพอหรือไม่ เพราะการสร้างทุนสังคมเหล่านี้จะเป็นเสมือนการวางรากฐานความเข้มแข็งของธุรกิจบนชุมชน และสังคมให้เป็นแรงขับเคลื่อนองค์กรไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

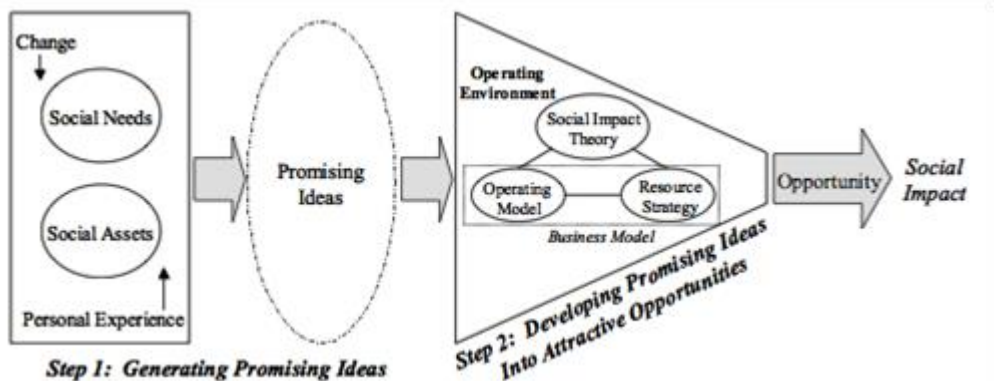
6. ความโปร่งใส เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินกิจการทุกกิจการยิ่งทวีความสำคัญ มาก ยิ่งเมื่อเรื่องของธุรกิจมาอยู่ร่วมกับเรื่องของสังคม ดังนั้นความโปร่งใสของวิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยการมีระบบการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล ตลอดจนมีการชี้แจง รายงานรูปแบบ ผล

การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลายเป็นความน่าเชื่อถือและการยอมรับในสังคมในที่สุด

7. การขยายและเติบโตของกิจการ ทั้งในด้าน ฐานลูกค้า สินค้าและบริการ พื้นที่ตลาด เพื่อสร้างความยั่งยืนขององค์กร สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ไม่เพียงแต่การขยายกิจการ เพื่อเป้าประสงค์ในการตอบโจทย์ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ และความมั่นคงขององค์กร(Economic Value Creation) เท่านั้น แต่เป็นไปเพื่อการขยายผลกระทบทางสังคม (Social Value Creation) อีกด้วย

นอกเหนือจากปัจจัยสำคัญที่มีผู้นำเสนอข้างต้นแล้ว Guclu และคณะ (Guclu et al., 2002 : 21) ยังได้นำเสนอว่ากระบวนการเสาะแสวงหาโอกาสทางสังคม เป็นปัจจัยเริ่มต้นความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดย Guclu เชื่อว่าจุดเริ่มต้นของความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมคือการค้นหาโอกาสที่น่าสนใจ (attractive opportunity) กระบวนการดังกล่าวนี้ เริ่มจากการที่วิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องสร้างสรรค์แนวคิดที่ทำทาย (Promising Idea) เป็นเบื้องต้นจากนั้นจึงพัฒนาแนวคิดนี้ขึ้นมาเป็นโอกาส ที่น่าสนใจ ซึ่งกระบวนการทั้งหมดจำต้องอาศัยแรงบันดาลใจ (Inspiration) ภูมิปัญญา (Insight)

แผนภาพที่ 2-7 : แผนภาพกระบวนการสร้างโอกาสทางสังคม ตามแนวคิดของ Guclu



ที่มา : Guclu et al., 2002 : 21

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศนั้น พบว่า นักวิชาการจำนวนมากให้ความสนใจวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเฉพาะ

นักวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ต้องบูรณาการหลายศาสตร์เข้าไว้ด้วยกัน มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมากแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มงานวิจัยด้านทฤษฎีและข้อสรุปเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม และอีกกลุ่มเป็นงานวิจัยที่มีการสร้างข้อสรุปหรือแนวทางการบริหารจัดการจากกรณีศึกษา ซึ่งเป็นการมุ่งหาแนวคิดและแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมจากตัวอย่างของผู้ดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยงานวิจัยกลุ่มนี้ต้องการนำเสนอแนวทางในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคม และการหาเครื่องมือในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนี้

1. งานวิจัยด้านทฤษฎีและข้อสรุปเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

เนื่องจากแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องใหม่ที่มีความเห็นแตกต่างหลากหลาย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวคิดทฤษฎีของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นยังคงมีการดำเนินการ เช่น Thompson & Scott (2014) ทำการสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับความแตกต่างของวิสาหกิจเพื่อสังคมกับธุรกิจโดยทั่วไป และต้องการตอบคำถามที่ว่าเพราะเหตุใดวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นจึงมีความจำเป็น และเขียนบทความชื่อ “Social enterprise or social entrepreneurship: which matters and why?” ส่วน Alter (2007) ทำการสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยทำการศึกษาและสร้างข้อสรุปเพื่อรวบรวมแนวคิดและกระบวนการของวิสาหกิจเพื่อสังคม ภายใต้อย่างงานชื่อ “Social Enterprise Typology” ส่วน Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman (2009) ความหมายและลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นไว้ในบทความชื่อ “A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges” ซึ่งในรายงานพยายามสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมและความจำเป็นของวิสาหกิจเพื่อสังคม Smallbone, Evans, Ekanem, & Butters (2001) ได้ออกกรายงานวิจัยเกี่ยวกับ Researching Social Enterprise ซึ่งเป็นรายงานวิจัยที่แสดงถึงการศึกษาและสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีการศึกษาและรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นไว้อย่างเป็นระบบ Certo & Miller (2008) ได้ดำเนินการศึกษารูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมและเขียนบทความชื่อ “Social entrepreneurship: Key issues and concepts” เห็นได้ว่าการศึกษางานในกลุ่มนี้ยังมีการศึกษาและสร้างข้อสรุปอย่างต่อเนื่องถึงรูปแบบและขอบข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากมีหลายภาคส่วนที่ยังคงให้คำจำกัดความและขอบข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในรายงานวิจัยกลุ่มนี้ยังพบรูปแบบการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวนหนึ่งด้วย นอกจากนี้จากรายงานการศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย : การส่งเสริมของภาครัฐและภาคเอกชน (Start Up Social Enterprise (SE) by Public and Private Support) ของนักศึกษากลุ่มที่ 1 หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 15 สถาบัน

พระปกเกล้า (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยสนับสนุนโอกาสในการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมระดับปฐมภูมิ (Start Up) และปัญหาอุปสรรคของการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมดังกล่าว รวมทั้งรายงานวิจัย : กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติของผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณ นักศึกษาหลักสูตร ปรอ. รุ่นที่ 26 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (2557) ที่ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินกิจการเพื่อสังคมจากแนวคิด ทฤษฎี และการดำเนินการขององค์กรในรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม และเพื่อเสนอแนะแนวทางและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคมที่สามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของประเทศ

2. งานวิจัยที่มีการสร้างข้อสรุปหรือแนวทางการบริหารจัดการจากกรณีศึกษา

งานวิจัยในกลุ่มนี้เป็นการศึกษารวบรวมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ดำเนินอยู่และประสบความสำเร็จเพื่อนำมาสร้างเป็นข้อสรุปที่เป็นแบบอย่างในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังครวมทั้งการสร้างเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความสำเร็จ ประเมินผลกระทบของวิสาหกิจเพื่อสังครต่อระบบสังคร นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอวิสาหกิจเพื่อสังครที่ประสบปัญหา เพื่อให้สามารถนำมาเป็นแบบอย่างในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคร จากการค้นคว้าพบว่างานวิจัยในกลุ่มนี้ จะมีจำนวนมากกว่างานวิจัยในกลุ่มแรก เนื่องจากนิมนำกรณีศึกษาเพื่อเอามาใช้เปรียบเทียบกันในหลายประเทศ เช่น Kernot & McNeill (2011) ทำการวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังครในประเทศออสเตรเลีย ภายใต้ชื่อรายงานวิจัย "Australian Social Enterprises: Stories of Challenge" ในรายงานเป็นการนำเสนอตัวอย่างของวิสาหกิจเพื่อสังครที่ดำเนินการอยู่ในประเทศออสเตรเลีย และพยายามสังเคราะห์รูปแบบการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังครมาเป็นแบบอย่าง Sodhi & Tang (2011) ได้ดำเนินการศึกษาตัวอย่างการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังครและเขียนรายงานวิจัยชื่อ "Social enterprises as supply-chain enablers for the poor" เพื่อนำเสนอลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังครรูปแบบหนึ่ง Martina & Novicevic (2010) ได้ออกรายงานวิจัยเกี่ยวกับชาวนาในประเทศเคนยาที่ร่วมกันสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคร และดำเนินการในรูปแบบที่สามารถช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกได้ ภายใต้รายงานชื่อ Social entrepreneurship among Kenyan farmers: A case example of acculturation challenges and program successes จากตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการศึกษาวิจัยเพื่อรวบรวมลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังครและนำมาสร้างเป็นข้อสรุปจากวิสาหกิจเพื่อสังครที่มีการดำเนินอยู่ในแต่ละประเทศนั้นมีการศึกษาอยู่มาก แม้แต่ในประเทศไทยก็มีรายงานวิจัยของ เอกชัย นิตยาเกษตรวัฒน์ (2555) ที่ทำการศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคร : กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ และการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย ซึ่งเป็นรายงานวิจัยที่ทำการศึกษา

องค์กรที่สามารถเทียบเคียงหรือเรียกได้ว่าเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับการดำเนินการ

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม

การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมมักถูกกล่าวถึงในแง่ของนวัตกรรมในการพัฒนาสังคม จนทำให้ในบางประเทศเรียกวิสาหกิจเพื่อสังคมว่า นวัตกรรมเพื่อสังคม รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นนอกจากผู้ประกอบการจะทราบถึงปัญหาพื้นฐานที่ตนเองจะต้องเข้าไปดำเนินการให้ถูกต้องตรงกับความต้องการการดำเนินการต้องก่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งในการแก้ปัญหาและตัวองค์กร รูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสังคม โดยไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องเป็นการดำเนินการในรูปแบบใด โดยกิจกรรมนั้นอาจตอบสนองความต้องการของสังคมในด้านหนึ่ง หรือหลายด้านตามแนวคิด triple bottom line คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Ridley – Duff & Bull, 2011) ดังนั้นรูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองหรือแก้ปัญหาในประเด็นเหล่านี้ ซึ่งการแก้ปัญหานั้นจะต้องให้เกิดความยั่งยืนด้วย วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมักมีการแสวงหารายได้เพื่อที่ตนเองจะได้มีรายได้มาใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ หรือจัดกิจกรรมของคนจนแห่งแรกของโลกที่รู้จักกันในนาม Grameen Bank และได้รับรางวัลโนเบลนั้นเห็นได้ว่า Yunus ได้อาศัยความรู้ความเข้าใจในสภาพสังคมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสังคมที่เพศชายเป็นใหญ่ แต่ผู้ที่ต้องรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจในครอบครัวกลับเป็นเพศหญิง หากเพศชายของครอบครัวใดไม่รับผิดชอบแล้วครอบครัวนั้นแทบจะไม่มีโอกาสในการเจริญก้าวหน้าได้เลย Yunus จึงได้ก่อตั้งเงินกู้สำหรับเพศหญิงขึ้นภายใต้เงื่อนไขที่จะไม่ทำให้ฝ่ายชายสามารถนำมาเป็นข้ออ้างได้ ส่งผลให้เงินกู้และระบบธนาคารคนจนของเขาสามารถช่วยเหลือคนในประเทศให้หลุดพ้นจากความยากจนได้เป็นจำนวนมาก ความรู้ความเข้าใจในปัญหาจึงเป็นพื้นฐานหลักของแนวคิดในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคม

ในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในบทความ “How the business can change the world” โดยนิตยสาร Inc. ได้แบ่งประเภทของวิสาหกิจ เพื่อสังคมออกเป็น 6 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภท : B Corporation มีลักษณะเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อภารกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมไม่น้อยไปกว่าผลกำไร และในสหรัฐอเมริกา ได้มีการก่อตั้งลักษณะเครือข่ายธุรกิจที่เป็น B Corporation เพื่อใช้ระบบประเมินผลกระทบสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นระบบเดียวกัน

2. วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทไม่หวังผลกำไร (Traditional Nonprofit) เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมมากกว่าผลกำไร และมีเงินทุนในการดำเนินงานจากการบริจาคหรือการสนับสนุน เป็นหลัก

3. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทไม่หวังผลกำไร แต่หารายได้ (Nonprofit with earn income) ตามกฎหมายในสหรัฐอเมริกา องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรก็อาจหารายได้เพื่อนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินงานได้

4. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทลูกผสม (Hybrid) วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้เป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรแสวงหาผลกำไรและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ให้สามารถเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันได้โดยที่องค์กรแสวงหาผลกำไรจะนำรายได้ไปสนับสนุนองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีพันธกิจทางสังคมอีกทอดหนึ่ง

5. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทนักลงทุนที่เน้นผลกระทบ (Impact investors) เป็นธุรกิจที่มีนักลงทุนที่หวังผลตอบแทนทางสังคม (Social Return On Investment SROI) เป็นหลักมากกว่า ผลตอบแทนทางการเงินตามปกติ

6. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทหากำไรด้วยพันธกิจทางสังคม (For-profit with social mission) เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีปฏิบัติการทางสังคมที่เป็นเนื้อเดียวกับกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร

ในประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ได้แบ่งประเภทของกิจการเพื่อสังคมออกเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือและองค์กรชุมชน

วิสาหกิจเพื่อสังคมกลุ่มนี้ คือองค์กรหรือหน่วยงานในระดับชุมชนซึ่งมีอยู่แพร่หลายในประเทศ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ รวมถึงธนาคารประชาชน อันเป็นผลจากการพัฒนาของระบบสหกรณ์ และการประชาสัมพันธ์เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง กอปรกับรัฐบาลได้ส่งเสริมให้เกิดเครื่องมือและองค์กรชุมชนอย่างต่อเนื่อง จึงถือได้ว่าเครื่องมือและองค์กรเหล่านี้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น

2. องค์กรสาธารณประโยชน์

ปัจจุบันองค์กรสาธารณประโยชน์หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรทั้งในและต่างประเทศ ได้ริเริ่มการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อหารายได้มาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานขององค์กรลดการพึ่งพาทุน จากเงินบริจาคและการสนับสนุนจากองค์กรหรือบุคคลภายนอก ดังนั้น การจัดตั้ง

กิจการธุรกิจแยก หรือ การพัฒนาสายงานธุรกิจขึ้นภายในองค์กรเหล่านี้ ทำให้องค์กรเหล่านี้จัดเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทหนึ่งเช่นกัน

3. หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ

ปัจจุบันด้วยหลักการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ทำให้หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจสามารถริเริ่มงานให้บริการประชาชนในรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นได้ จึงเริ่มมีหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นองค์กรสังกัดภาครัฐบางแห่งในประเทศไทย ได้เริ่มสนับสนุนการก่อตั้งกิจการทางธุรกิจซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการให้บริการของรัฐบาลเหล่านั้นสามารถจัดบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนได้ดียิ่งขึ้น และเป็นช่องทางหนึ่งการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชนอีกด้วย ด้วยเหตุที่กิจการทางธุรกิจดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อช่วยตอบสนองโจทย์ ในการจัดบริการสาธารณะแก่สังคม จึงถือได้ว่าเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมอีกประเภทหนึ่งเช่นกัน

4. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่สร้างขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่

ปัจจุบันได้เริ่มเกิดแนวคิดการพัฒนาที่แพร่หลายในประเทศ ผ่านการสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อยกระดับระบบเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในการตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแก่ตนเองแล้ว ยังมีเป้าหมายสำคัญในการร่วมแก้ปัญหาและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศอีกด้วย จึงถือได้ว่าการของผู้ประกอบการใหม่เหล่านี้เป็นกลุ่มหนึ่งของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

5. วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทอื่น ๆ

นอกเหนือจากวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทข้างต้น ยังมีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มทั่วไปได้ เช่น วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งโดยสถาบันทางศาสนาและสถาบันการศึกษาต่างๆ ในฐานะที่เป็นศูนย์รวมและเชื่อมโยงคนในท้องถิ่น และเป็นแหล่งปมเพาะและขยายองค์ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ดังนั้นกิจการประเภทเหล่านี้จึงมีศักยภาพที่จะสามารถส่งเสริมและสนับสนุนงานของหน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยเหลือคนในพื้นที่ต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งการให้บริการเสริม หรือทดแทนบริการจากหน่วยงานรัฐด้วย

นโยบายวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ประเทศไทยเริ่มมีนโยบายการดำเนินงานด้านวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างชัดเจน เมื่อปี พ.ศ. 2554 โดยรัฐบาลได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 ระเบียบฯ ดังกล่าวมีสาระสำคัญคือ

กำหนดความหมายของ “กิจการเพื่อสังคม” ว่า การที่ภาคเอกชนซึ่งเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชนได้ประกอบกิจการหรือดำเนินการโดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และมีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ซึ่งมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการหรือการดำเนินการ รวมทั้งมีลักษณะพิเศษ ดังต่อไปนี้

1. มีกระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ หรือการดำเนินการในส่วน of ผลผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งมีได้ก่อให้เกิดผลเสียในระยะยาวต่อสุขภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้
3. มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง
4. ผลกำไรส่วนใหญ่จากการประกอบกิจการหรือการดำเนินการถูกนำไปขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม
5. สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย
6. มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

“คณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ” เรียกโดยย่อว่า “คกส.” และให้ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Thai Social Enterprise Promotion Board” ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ และคณะกรรมการจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ อาทิ การเงิน ด้านกฎหมาย ด้านสื่อสารมวลชน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารการกีฬา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสาธารณสุขด้านการศึกษา ด้านการพัฒนาสังคมหรือด้านสหกรณ์ ต่อมาได้มีคำสั่งนายกรัฐมนตรี ที่ 106/2554 ลงวันที่ 31 พฤษภาคม 2554 แต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (คกส.) และจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ในฐานะเป็นเลขานุการ คกส. ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมตามนโยบายรัฐ รวมทั้งกำหนดเกณฑ์การรับรองกิจการใดบ้างที่มี คุณสมบัติเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นตามระเบียบกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพว่าด้วยการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2553 เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนแม่บทว่าด้วยการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553-2557 ตามนโยบายของรัฐบาล โดยมีเป้าหมายสำคัญในการกระตุ้นสนับสนุน ประสานความร่วมมือเพื่อให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคม และพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วประเทศไทยรวมทั้งตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ

สิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมการประกอบการจากบุคคลทั่วไป ที่มีจุดมุ่งหมายในการทำธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดแรงบันดาลใจและสร้างจิตสำนึกที่ดีให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม นำพาให้สังคมโดยรวมดีขึ้นต่อไป

ปัจจุบัน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งได้สนับสนุนงบประมาณสำหรับการดำเนินงานของสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สศช.) ภายใต้แผนงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม ได้สิ้นสุดลง ส่งผลให้ สศช. ต้องหยุดดำเนินการชั่วคราว ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 ทั้งนี้ อยู่ระหว่างรอการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. จะประกาศใช้ เพื่อให้มีการจัดตั้งสำนักงานใหม่อีกครั้ง

การพัฒนวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

แนวคิดเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมเริ่มเข้ามาในประเทศไทยอย่างจริงจัง เมื่อประมาณ พ.ศ. 2552 ภายหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ (Hamburger Crisis) ทำให้ภาคส่วนต่าง ๆ เริ่มเล็งเห็นถึงความสำคัญของแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีต้นตอมาจากต่างประเทศ เพื่อที่จะเป็นวิถีทางหนึ่งในการฟื้นฟูและพัฒนาสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวเข้าสู่ความมั่นคงและยั่งยืนได้ แต่เมื่อพิจารณาจากข้อเท็จจริงแล้วพบว่าองค์กรที่มีการดำเนินงานในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม ในประเทศไทยนั้นมีมาอยู่ก่อนแล้วหลายแห่ง เช่น โครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง สถาบันพัฒนาประชากรและชุมชน ฯลฯ

ภายหลังจากการตระหนักถึงความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมของหลาย ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2553 ภาครัฐโดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้มีการประกาศแผนแม่บทการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 – 2557 และในปีถัดมาใน พ.ศ. 2554 ได้มีการประกาศระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 ซึ่งกำหนดให้มีคณะกรรมการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ เพื่อเป็นองค์กรกำหนดนโยบายและทิศทาง ในการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมภายในประเทศ นอกจากนี้ยังมีการก่อตั้งสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติสังกัดสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนแม่บทข้างต้นผ่านการสร้างสรรค์พัฒนา และขยายเครือข่ายความร่วมมือเพื่อสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมจากภาคส่วนต่าง ๆ

ตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ กิจการเพื่อสังคมของประเทศไทย ได้แก่

1. สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน (Population and Community Development Association - PDA) ก่อตั้งโดยนายมิชัย วีระไวทยะ เมื่อ พ.ศ. 2517

2. **โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี** เป็นโรงพยาบาลของรัฐที่ทำการค้นคว้าวิจัยและศึกษาด้านสมุนไพร มีเป้าหมายเพื่อทำให้สมุนไพรเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้างจนสามารถใช้เป็นยาทดแทนจากต่างประเทศ

3. **โรงเรียนรุ่งอรุณ** เป็นโรงเรียนเอกชนที่ได้รับการรับรองในปี พ.ศ. 2540 เปิดรับนักเรียนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงมัธยมปลาย มีพระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ ปยุตฺโต) เป็นที่ปรึกษาสูงสุดและมี ศ.นพ.ประเวศ วะสี เป็นประธานคณะกรรมการมูลนิธิโรงเรียน การเรียนการสอนของโรงเรียนเน้นการเรียนรู้แบบองค์รวมโดยมีแนวทางพุทธศาสนาและธรรมชาติเป็นธรรมชาติเป็นพื้นฐานให้นักเรียน เกิดกระบวนการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

4. **Singha Park A Social Enterprise** ทำโครงการทดลองการเกษตร แล้วเผยแพร่ความรู้ส่งเสริมชาวบ้าน เกษตรกรในพื้นที่ให้มีความรู้และศักยภาพในการปลูกพืชผักผลไม้ สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับท้องถิ่น

5. **บริษัท ป่าใหญ่ครีเอชัน จำกัด** เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น รายการความรู้ คือประทีป รายการทุ่งแสงตะวัน ฯ

6. **บริษัท โอเพนดรีม จำกัด** บริษัทพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2551 เน้นการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อการสร้างนวัตกรรมทางสังคมด้วยรูปแบบธุรกิจการเน้นทำงานกับองค์กรที่ทำประโยชน์เพื่อสังคมเป็นหลัก

7. **บริษัท โธมมีเดีย จำกัด** เป็นบริษัทสร้างสื่อประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต เน้นสร้างผลกระทบต่อสังคมด้วยสื่อใหม่ เป็นผู้ผลิตรายการดูโอคอร์ ซึ่งเป็นรายการข่าวเทคโนโลยีสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

8. **พีว** เป็นชุมชนออนไลน์ที่ผลิตโดยเครือข่ายสื่อใหม่สร้างสรรค์ร่วมกับนิตยสารไบโอสโคป นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อทางเลือกทั้งไทยและต่างประเทศ และให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อเองแบบง่าย ๆ รวมไปถึงสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ

9. **บริษัท สยามอินเทลลิเจนซ์ยูนิค จำกัด** เป็นบริษัทที่ให้บริการทางการวิจัยประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ

10. **คิวบิกครีเอทีฟ** ริเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545 โดยนักเรียนมัธยมปลาย ปัจจุบันเป็นองค์กร ที่เน้นการพัฒนาเยาวชนไทยใน 3 มิติสำคัญ ได้แก่ ชีวิตการแก้ปัญหา และความคิดสร้างสรรค์ มีอาสาสมัครเข้าร่วมทำงานกว่า 100 คน

11. **บริษัท สยามบ้านดิน จำกัด** เป็นผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและสร้างบ้านดินที่เป็นมิตร ต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม ดำเนินกิจกรรมภายใต้ อาศรมวงศ์สนธิ มูลนิธิเสฐียรโกเศศ-นาคะประทีป

12. บริษัท โคลด์บอร์ด จำกัด ประกอบธุรกิจไม้อัดจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร และแปรรูป เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวไร่ ชาวนาและสร้างงานสร้างอาชีพแก่ชุมชน

13. บริษัท ไทยคราฟท์ แฟร์ เทค จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2535 ทำกิจการค้า หัตถกรรม โดยผู้ผลิตในแต่ละชุมชนทั่วประเทศ เน้นการขายที่ราคาเป็นธรรมกับผู้ซื้อและรับซื้อใน ค่าแรงที่เหมาะสมกับผู้ผลิต เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

14. โรงเรียนอนันตรักษ์การบริบาล ตั้งอยู่ที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มี เป้าหมายที่จะสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพ เพื่อออกไปช่วยเหลือสังคม

15. สถาบันรามจิตติ สถาบันวิจัยพัฒนาชุมชน พัฒนาศักยภาพเด็ก เยาวชน และ การ เรียนรู้ ในสังคม มีเครือข่ายการทำงานในท้องถิ่นทั่วประเทศ โดยเฉพาะด้านการวิจัยเพื่อการพัฒนา เยาวชน การศึกษาและท้องถิ่นในสามจังหวัดภาคใต้ เป็นสถาบันในการสร้างกระบวนการสื่อสารด้วย การผลิตหนังสือสารคดี เพื่อยกระดับการเรียนรู้ ก่อตั้งโดย ดร.อมรวิชัย นาคทรพร และมี ดร.จุฬา กรณ์ มาเสถียรวงศ์ เป็นผู้อำนวยการ

ตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อคนพิการ

1. กลุ่มเกษตรกรคนพิการผู้เลี้ยงแพะ ตำบลพังราด จังหวัดระยอง ก่อตั้งในปี พ.ศ 2548 ดำเนินธุรกิจในการเพาะแม่พันธุ์ สนับสนุนพันธุ์สัตว์ให้แก่สมาชิกทั้งสิ้นกว่า 60 ครัวเรือน นับเป็นกรณีศึกษาที่เกิดการริเริ่มจากการรวมกลุ่มของคนพิการ และสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ การ เชื่อมโยงทางธุรกิจ

2. ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาคนพิการทางสติปัญญา ก่อตั้งเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ภายใต้อาณาเขตกลุ่มคนพิการจำนวน 125 คน เพื่อดำเนินธุรกิจการให้บริการงานพิมพ์สกรีน และศูนย์อบรมวิชาชีพพิมพ์สกรีนแก่คนพิการทางสติปัญญา นับเป็นกรณีศึกษาในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อ สังคมใหม่ที่ได้รับการเชื่อมโยงร่วมกับภาคธุรกิจในรูปแบบ โครงการความร่วมมือขอต่อสังคม

3. บริษัท บีทามส์ โซลูชั่น จำกัด บริษัทที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่ง มุ่งมั่น ในการจ้างงานคนพิการให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 5 ของพนักงานทั้งหมด ตลอดจนมุ่งเน้นการ พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงานคนพิการให้สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข อยู่ ระหว่างการพัฒนาหน่วยงานธุรกิจและกองทุนคนพิการขึ้น โดยเฉพาะ นับเป็นกรณีที่เกิดจากปรับ ธุรกิจรูปแบบเดิม ผู้การส่งเสริมงานคนพิการในลักษณะ Inclusive Business

การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศ

เนื่องจากการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมในหลายประเทศ ได้แก่ อังกฤษ ฟินแลนด์ มีผลสัมฤทธิ์ที่ดีในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศเหล่านี้ จึงมีเป็นที่แพร่หลาย และมี

จำนวนหน่วยงานเพิ่มขึ้นอย่างมากรวมถึงประเทศในแถบเอเชียอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ประเทศอินโดนีเซียที่แต่เดิมมีองค์กรลักษณะนี้เพียง 1 องค์กร แต่ปัจจุบันมีเพิ่มขึ้นถึง 2,000 องค์กร ประเทศอินเดียที่มีองค์กรภาคประชาชนมากกว่า 1 ล้านองค์กร ประเทศบังกลาเทศมีหน่วยงานภาคประชาชน 20,000 หน่วยงาน สำหรับประเทศในแถบตะวันตก อาทิ ประเทศแคนาดา หน่วยงานภาคประชาชนที่จดทะเบียนมีเพิ่มมากขึ้นประมาณร้อยละ 50 จากปี พ.ศ. 2530 ปัจจุบันมีหน่วยงานภาคเอกชนถึง 200,000 หน่วยงาน หรือประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีจำนวนองค์กรภาคประชาชนเพิ่มขึ้นจาก 464,000 เป็น 734,000 องค์กร ฯลฯ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554)

Sophie BACQ และ Frank JANSSEN (วีรบุรุษ วิศวกรทศกุล, ออนไลน์) อธิบายว่า ในทวีปยุโรป การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ปรากฏขึ้นมานานแล้ว ดังเช่นกรณีของฟอร์เรน ในดิงเกล ชาวอังกฤษที่ได้พัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลในช่วงสงครามไครเมียในศตวรรษที่ 19 ที่ทำให้อัตราการเสียชีวิตของผู้ป่วยลดน้อยลงอย่างมาก กระทั่งหลังปี พ.ศ. 2533 แนวคิดเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แพร่หลายมากยิ่งขึ้นจนทั่วยุโรป ส่วนในภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก วิสาหกิจเพื่อสังคม มีมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้วเช่นกัน เช่น Kashf Foundation ที่ก่อตั้งโดย Roshaneh Zafar เพื่อแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจแก่สตรีในปากีสถานโดยใช้รูปแบบของสถาบันสินเชื่อขนาดเล็ก (microcredit) นับพันแห่ง Fundacion Social ในโคลัมเบีย ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2454 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างและนำรายได้มาใช้เพื่อสร้างคุณค่า ทางสังคม (social value) ดังนั้นวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงไม่ได้เป็นสิ่งที่เพิ่งเริ่มเกิดขึ้น แต่ส่วนได้รับอานิสงส์จากมรดกจากอดีตและการดำรงอยู่ของสถานการณ์ที่เป็นอยู่ ซึ่งสามารถแบ่งการอธิบายพัฒนาการ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศได้ดังนี้

1. การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษ

รัฐบาลของหลายประเทศเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม และมีนโยบายในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมซึ่งอังกฤษเป็นประเทศหนึ่งที่มีความก้าวหน้าของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศยุโรปทั้งหมด โดยมีการขับเคลื่อนที่สำคัญจากการนำของภาครัฐ ในปี พ.ศ. 2540 นายกรัฐมนตรีโทนี่ แบลร์ ได้ประกาศริเริ่มให้มีการนำเอาแนวทางของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาใช้ในการฟื้นฟูประเทศ ผ่านนโยบาย “นโยบายภาคส่วนที่สาม” (Third Sector Policy) ซึ่งหมายถึงภาคส่วนของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเมื่อเปรียบเทียบกับภาคส่วนที่มีอยู่เดิมคือ ภาคส่วนแรกหมายถึงภาครัฐ และภาคส่วนที่สองหมายถึงภาคเอกชน โดยมีการก่อตั้งหน่วยงานชื่อ “Office of the Third Sector (OTS)” ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักคณะรัฐมนตรี โดยหน่วยงานนี้มีนโยบายหลัก คือการผลักดันและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม (British Council, 2014) และยังช่วยเหลือในด้านการให้ข้อมูลและคำปรึกษาที่ดี

การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และลดอุปสรรคในการทำงานร่วมกับภาคธุรกิจเอกชน นอกจากนี้ ยังมีคณะทำงานเฉพาะกิจ (Social Investment Task Force) ซึ่งทำหน้าที่ให้คำแนะนำแก่รัฐบาลในเรื่องการขยายตัวของกองทุน Phoenix (กองทุนเพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชน โดยการกระตุ้นการลงทุนผ่านทางสังคมและธุรกิจ) การจัดตั้งการให้เครดิตทางภาษีของการลงทุนเพื่อชุมชน การให้ความช่วยเหลือของภาครัฐสู่กองทุนร่วมพัฒนาชุมชน และการสนับสนุนทางการพัฒนาทางการเงินแก่ชุมชน ในอังกฤษเรียกองค์กรที่เป็น “Social Enterprise” ว่าอยู่ในกลุ่ม “Social Economy” โดยคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2521 โดย Freet Spreckley และในปี พ.ศ. 2540 มีการจัดตั้งองค์กรชื่อ Social Enterprise Partnership ขึ้น วิสาหกิจเพื่อสังคมที่สำคัญในอังกฤษ คือ Social Enterprise London ที่ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2541 โดยความร่วมมือระหว่างธุรกิจของสหกรณ์ต่างๆ กับองค์กรพัฒนาสนับสนุนสหกรณ์ และองค์กรสนับสนุนโครงสร้างของสหกรณ์ ที่สำคัญในปี พ.ศ. 2555 รัฐบาลได้จัดตั้ง Big Society Capital เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในการส่งเสริมการสร้างตลาดการลงทุนเพื่อสังคมและสนับสนุนองค์กรตัวกลางทางการเงินของวิสาหกิจเพื่อสังคมนวมทั้งมีการออกกฎหมายเฉพาะที่เรียกว่า “The Public Services (Social Value) Act” เพื่อให้องค์กรของรัฐให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางสังคม และเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเข้าประมูลงานของภาครัฐได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยการจัดตั้งองค์กร Social Enterprise Coalition ขึ้น (ปัจจุบันคือ Social Enterprise UK) เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศ และรัฐบาลได้อนุมัติให้เกิดการจดทะเบียนรูปแบบ Community Interest Companies (CICs) รองรับการจัดทะเบียนของบริษัทที่ต้องการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อจูงใจและให้สิทธิประโยชน์แก่องค์กรเหล่านั้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมนหลายแห่ง ทั้งที่ริเริ่มโดยภาครัฐและเอกชน

โดยในปี พ.ศ. 2554 ได้มีผลสำรวจที่แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษ ดังนี้

1. วิสาหกิจเพื่อสังคม 68,000 กิจการ และมีเงินหมุนเวียนรวมกันทั้งสิ้นถึง 27 พันล้านปอนด์ หรือเท่ากับร้อยละ 5 ของมูลค่ารวมทางธุรกิจในสหราชอาณาจักร เกิดรายได้รวมกว่า 8.4 พันล้านปอนด์ต่อปีต่อ GDP ของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานรวมกว่า 800,000 คน
2. ยอดขายเฉลี่ยต่อปีของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้เพิ่มขึ้นจาก 175,000 ปอนด์ ในปี พ.ศ. 2552 เป็น 240,000 ปอนด์ในปี พ.ศ. 2554
3. ร้อยละ 14 ของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นบริษัทที่เกิดใหม่ ซึ่งมีอายุต่ำกว่า 2 ปี และมีอัตราการเติบโตมากกว่า 3 เท่าของกิจการเกิดใหม่ในภาคธุรกิจปกติ
4. ร้อยละ 39 ของวิสาหกิจเพื่อสังคมดำเนินกิจการอยู่ในร้อยละ 20 ของชุมชนเสื่อมโทรมในอังกฤษ

2. การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐอเมริกา

ในระบบเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา สามารถแบ่งประเภทผู้เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนอยู่ 3 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐบาล ภาคธุรกิจเอกชน และภาคองค์กรการกุศลไม่แสวงหาผลกำไร แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้เริ่มมีการกล่าวถึงส่วนที่ 4 ซึ่งอยู่ระหว่างภาคธุรกิจเอกชนกับภาคองค์กรการกุศล เรียกว่าภาคธุรกิจเพื่อประโยชน์สังคม (for-benefit sector) ซึ่งหมายความถึงองค์กรธุรกิจที่หาผลกำไรและให้ประโยชน์แก่สังคมไปพร้อม ๆ กัน (Voice of America, online) ซึ่งก็มีลักษณะเดียวกันกับวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) นั่นเอง วิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐอเมริกาได้เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2513 โดยองค์กรไม่แสวงหากำไรที่เริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการจ้างงานสำหรับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เช่น คนไร้บ้าน คนจรจัด โดยการดำเนินธุรกิจเพื่อเป้าหมายดังกล่าวได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ในด้านการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้มีการออกกฎหมายเพื่อรองรับการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือกฎหมายการจดทะเบียนในรูปแบบของ Benefit Corporation หรือบริษัทเพื่อประโยชน์สุข คุณลักษณะของบริษัทเหล่านี้จะแตกต่างจากบริษัททั่วไปในสามประการ ประการแรก กิจการต้องมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ประการที่สอง กรรมการบริษัทต้องขยายบทบาทหน้าที่ในการพิจารณาเพื่อสร้างประโยชน์ไม่เฉพาะที่เป็นตัวเงินให้แก่ผู้ถือหุ้น แต่ต้องรวมถึงประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงินให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ และประการที่สาม กิจการมีหน้าที่ในการรายงานผลการดำเนินงานโดยรวมในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมประจำปีด้วยแบบการรายงานที่เข้าใจง่าย น่าเชื่อถือ มีความเป็นอิสระและโปร่งใส ได้มาตรฐานจากภายนอก (พีพัฒนา ยอดพฤติกการ, 2555, ออนไลน์) ปัจจุบัน มีมลรัฐในอเมริกาที่ได้ออกกฎหมายรับรองกิจการ Benefit Corporation แล้วทั้งสิ้น 20 มลรัฐ และยังมีอีกกว่า 15 มลรัฐที่อยู่ระหว่างการพิจารณา (Blab, online) และในภาคการศึกษาได้มีมหาวิทยาลัยกว่า 60 แห่งเปิดสอนในด้านวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อสร้างนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากการรวบรวมในปี พ.ศ. 2554 (Ben Thornley, online) มีสถิติที่สำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม ในสหรัฐอเมริกา ดังต่อไปนี้

1. วิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐ มีรายได้รวมกันประมาณ 5 แสนล้านเหรียญ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ
2. วิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐกว่าร้อยละ 40 เป็นองค์กรขนาดเล็กที่มีพนักงานน้อยกว่า 5 ราย และมีเพียงร้อยละ 8 ที่มีพนักงานมากกว่า 100 ราย
3. ร้อยละ 35 ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และร้อยละ 31 เป็นองค์กรที่จดทะเบียนในรูปแบบบริษัท

3. วิสาหกิจเพื่อสังคมของสาธารณรัฐประชาชนจีน (China Social Enterprise and Social Investment Forum : CSESIF)

เกิดจากการรวมตัวกันขององค์กรต่าง ๆ ที่มุ่งหวังที่จะผลักดันการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม และอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนเพื่อสังคมในประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวก ในการติดต่อสื่อสารและการร่วมมือระหว่างท้องถิ่นหรือประเทศต่างๆ เพื่อผลักดันการพัฒนาวิสาหกิจ เพื่อสังคมและอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนเพื่อสังคมโดยทั่วถึง และเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับอุตสาหกรรม

ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.

ความเป็นมาร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.

สืบเนื่องจากสภาพปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) เห็นชอบรายงานการศึกษาวิจัยเรื่อง "วิสาหกิจ เพื่อสังคม" และร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2558 ซึ่ง ศ. ดร. บวรศักดิ์ อุวรรณโณ ในฐานะเป็นประธานคณะกรรมการศึกษาฯ เสนอให้เห็นชอบกับรายงานและข้อเสนอของคณะกรรมการฯ เห็นชอบกับร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. และ เห็นชอบให้ส่งรายงาน และร่างพระราชบัญญัติฯ ให้คณะรัฐมนตรี (ครม.) และประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) เพื่อดำเนินการเสนอร่าง พ.ร.บ. ต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ต่อไป โดยที่ประชุม สปช.ลงมติเห็นด้วยกับรายงานการศึกษาวิจัยเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม และลงมติเห็นด้วยกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาชิก เพื่อคณะกรรมการฯ นำไปปรับปรุงรายงานที่จะนำเสนอ (นสพ. การเมืองกรุงเทพธุรกิจ 10 กุมภาพันธ์ 2558)

ทั้งนี้ "วิสาหกิจเพื่อสังคม" จะเป็นองค์กรที่ใช้วิธีบริหารกิจการเช่นเดียวกับบริษัทเอกชน แต่เป้าหมายสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือ การนำกำไรที่ได้จากการดำเนินการ กลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น วิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งหนึ่งในประเทศอังกฤษรับบุคคลที่พ้นโทษเข้าเป็นพนักงานในบริษัท หรือรับบุคคลที่ทุพพลภาพเข้าทำงานในกิจการแทนที่จะปล่อยให้บุคคลกลุ่มดังกล่าวรอรับผลประโยชน์หรือการสงเคราะห์จากสังคมเพียงอย่างเดียว

การส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีคุณภาพ จะต้องผลักดันนโยบายและมาตรการเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ส่งเสริมการเรียนการสอนวิสาหกิจเพื่อสังคมในทุกระดับชั้น
2. ต้องนำการวิจัยและนวัตกรรมใหม่มาปรับใช้

3. รัฐต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในระยะเริ่มต้น
4. เปิดโอกาสให้จดทะเบียนรับรองสถานะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม
5. มีการจดทะเบียนพาณิชย์สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ได้มุ่งกำไร
6. ต้องมีระบบกองทุนสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม
7. สร้างระบบจัดซื้อจัดจ้างที่ยั่งยืน
8. สร้างระบบยกเว้นหรือลดภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
9. สร้างกลไกในทุกระดับทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.

ก. เหตุผลและความจำเป็นในการเสนอร่างพระราชบัญญัติ

เพื่อส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการจากภาคเอกชนเข้ามาประกอบกิจการเพื่อสังคม โดยประสานการสนับสนุนและความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม อันถือเป็นการประกอบกิจการหรือการดำเนินการเพื่อสังคม จะมีผลให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อมได้รับการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอย่างเหมาะสมและยั่งยืน โดยให้ได้รับการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในตลาดจากภาครัฐ

ข. สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัตินี้

1. กำหนดนิยามคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายความว่านิติบุคคลซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ของภาคเอกชน โดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มีใช้การสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเป็นสำคัญและมีลักษณะพิเศษ ดังต่อไปนี้

1.1 กำหนดวัตถุประสงค์ทางสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ

1.2 มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง

1.3 กระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ รวมถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการ ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื่องในระยะยาวต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม

1.4 ผลกำไรส่วนใหญ่ถูกนำไปเพื่อการลงทุนกลับไปใช้ในการขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวหรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม หรือผู้ให้บริการ

1.5 มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

2. กำหนดให้บุคคลที่ประสงค์จะประกอบกิจการเป็น “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ประเภทที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรอันจะพึงได้ แต่กิจการสามารถดำเนินการจัดตั้งบริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้ ห้ามมิให้ผู้ไม่ได้รับจดทะเบียนหรือไม่ได้รับอนุญาตใช้คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ประกอบเป็นชื่อในการดำเนินกิจการเพื่อป้องกันการสับสนในทาง

ปฏิบัติ และกำหนดหน้าที่ให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม ในการแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินกิจการต่อไปรายงานผลประกอบการตลอดจนรายงานการรับและจ่ายเงินประจำปีต่อสำนักงาน เพื่อการตรวจสอบและนำส่งกำไรเป็นเงินสมทบให้แก่กองทุนเป็นรายปีเพื่อให้กองทุนสามารถดำรงอยู่ได้ โดยไม่เป็นภาระทางงบประมาณภาครัฐ

3. กำหนดให้มี “คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ” (กอส.) กำหนดองค์ประกอบ อำนาจหน้าที่ คุณสมบัติ วาระการดำรงตำแหน่ง และการพ้นจากตำแหน่งของ ประธานกรรมการและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ การประชุมของ กอส. อำนาจในการแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการและสิทธิในการได้รับเบี้ยประชุมหรือประโยชน์ตอบแทนอื่น

4. กำหนดให้จัดตั้ง “สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ” (สวส.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และไม่ใช่วิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณหรือกฎหมายอื่นเป็นนิติบุคคล และอยู่ในกำกับของนายกรัฐมนตรีมีอำนาจหน้าที่ตามขอบวัตถุประสงค์ที่สำคัญ อาทิ พิจารณาแนวทางกำหนด ประเภทวิสาหกิจเพื่อสังคม และวิสาหกิจเพื่อสังคมที่สมควรได้รับการส่งเสริม พิจารณารับจดทะเบียน และออกใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม ประสานงานทั้งภาคราชการและภาคเอกชน ในการสนับสนุนให้บริการทางการเงิน ให้การสนับสนุนและคำแนะนำแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม ตลอดจนให้บริการฝึกอบรม สัมมนาหรือการเรียนรู้ในรูปแบบอื่น ๆ แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม ให้สามารถพัฒนา การบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบริหารกองทุน

5. ให้จัดตั้ง “กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม” โดยมีรายได้หลักมาจาก เงินทุนประเดิมที่รัฐบาลจัดสรร โดยจัดสรรจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ได้รับจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลประจำปีตามความจำเป็นทรัพย์สินที่ไม่มีการประกาศสิทธิและเงินสมทบ รายปีจากกำไรของวิสาหกิจเพื่อสังคม เงินกองทุนให้ใช้เพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมกู้ยืมสำหรับ ดำเนินการก่อตั้ง ปรับปรุง และพัฒนากิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถ ให้ความช่วยเหลือเป็นเงินอุดหนุนการดำเนินการ ร่วมกิจการ ร่วมทุน หรือลงทุนที่ เกี่ยวกับการก่อตั้ง การขยายกิจการ การวิจัย พัฒนาและการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

6. กำหนด “มาตรการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ” เช่น 1. ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในการประกอบกิจการในระยะเริ่มแรก กำหนดเวลาไม่เกินสองปี โดยสามารถขยายกำหนดระยะเวลาได้รวมแล้วไม่เกินสี่ปี 2. ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นพิเศษ 3. ให้สิทธิในการกู้ยืมเงินจากรถนาการซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจเป็นพิเศษ 4. ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคลหรือนิติบุคคลที่ลงทุนโดยตรงในหุ้นของวิสาหกิจเพื่อสังคม 5. ส่งเสริม

การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในการพิจารณาสอบราคาหรือประกวดราคาตามระเบียบว่าด้วยการพัสดุ

6. ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างจากภาคเอกชน โดยให้สิทธินิติบุคคลผู้ซื้อสินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจ เพื่อสังคมบางประเภทสามารถหักค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ในอัตราเป็นพิเศษ

7. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมระบบปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร

8. ให้ความรู้และสนับสนุน ในการจัดตั้งเกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ

7. กำหนดโทษในกรณีการใช้คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” โดยไม่ถูกต้อง และป้องกันมิให้ผู้มีหน้าที่เก็บหรือรักษาไว้ซึ่งข้อมูลของวิสาหกิจเพื่อสังคม เปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประวัติของพนักงานหรือลูกจ้างของวิสาหกิจเพื่อสังคมอันเป็นข้อเท็จจริง ที่ตามปกติวิสัยจะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผย ซึ่งตนได้มาหรือล่วงรู้เนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ในวิสาหกิจ เพื่อสังคม

พระราชกฤษฎีกาประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559

รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการจัดตั้งกิจกรรมที่ทำประโยชน์แก่คนในชุมชน เช่น การสร้างงาน การช่วยเหลือสังคม โดยไม่มีการแบ่งผลกำไร จึงได้ออกพระราชกฤษฎีกาประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 ลงวันที่ 24 สิงหาคม 2559 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คำนิยาม

“วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายถึง บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือ การอื่นๆ โดยมีมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่มีวิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มิใช่การสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน ทั้งนี้ จะต้องนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ไปลงทุนในกิจการ หรือใช้เพื่อผลประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่นๆ

2. สิทธิประโยชน์ทางภาษี

2.1 สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิของวิสาหกิจเพื่อสังคมในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี ทั้งนี้เฉพาะวิสาหกิจเพื่อสังคมที่นำผลกำไรทั้งหมดไปลงทุนในกิจการ หรือใช้เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่นๆ โดยไม่มีการจ่ายเงินปันผล

2.2 สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล

1. กำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลสามารถหักรายจ่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมตามจำนวนที่ลงทุนจริง ทั้งนี้ เฉพาะกรณีที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลถือหุ้นสามัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมไว้นานกว่าบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้น หรือวิสาหกิจเพื่อสังคมเลิกกิจการ

2. กำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลสามารถหักรายจ่ายเงินที่มอบให้หรือทรัพย์สินที่โอนให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนำไปใช้ในกิจการหรือใช้เพื่อประโยชน์ของสังคมโดยไม่มีค่าตอบแทนตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่เมื่อรวมกับรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะแล้วต้องไม่เกินร้อยละ 2 ของกำไรสุทธิก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ

ทั้งนี้ หากจ่ายเงินดังกล่าวให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนไม่เกินร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี ผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี ตามข้อ 2.2 แต่หากวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่มีการจ่ายเงินปันผล วิสาหกิจเพื่อสังคมจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตามข้อ 2.1 และผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตามข้อ 2.2

ตารางที่ 2-1 สรุปสิทธิประโยชน์ทางภาษี

กรณี SE ไม่จ่ายเงินปันผล	
วิสาหกิจเพื่อสังคมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	ผู้ลงทุนในหุ้นของ SE และผู้บริจาคเงิน หรือทรัพย์สินให้แก่ SE สามารถหักรายจ่ายเงินลงทุนและเงินบริจาคได้ 1 เท่า
กรณี SE จ่ายเงินปันผลไม่เกินร้อยละ 30	
วิสาหกิจเพื่อสังคมไม่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	ผู้ลงทุนในหุ้นของ SE และผู้บริจาคเงิน หรือทรัพย์สินให้แก่ SE สามารถหักรายจ่ายเงินลงทุนและเงินบริจาคได้ 1 เท่า
กรณี SE จ่ายเงินปันผลเกินร้อยละ 30	
SE และนิติบุคคลผู้ลงทุนและผู้บริจาคให้แก่ SE ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีใดๆ	

บทที่ 3

บทวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล

บทวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลนี้ เป็นการนำเสนอส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา รวบรวมเอกสารและข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์วิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล ซึ่งเป็นการนำมาวิเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลประกอบด้วย เนื้อหารูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล นโยบายการจัดตั้งประชารัฐเพื่อสังคม และผลการดำเนินการของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม

การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมมักถูกกล่าวถึงในแง่ของนวัตกรรมในการพัฒนาสังคม จนทำให้ในบางประเทศเรียกวินิจกิจเพื่อสังคมว่า นวัตกรรมเพื่อสังคม รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นนอกจากผู้ประกอบการจะทราบถึงปัญหาพื้นฐานที่ตนเองจะต้องเข้าไปดำเนินการให้ถูกต้องตรงกับความต้องการการดำเนินการต้องก่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งในการแก้ปัญหาและตัวองค์กร รูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสังคม โดยไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องเป็นการดำเนินการในรูปแบบใด โดยกิจกรรมนั้นอาจตอบสนองความต้องการของสังคมในด้านหนึ่ง หรือหลายด้านตามแนวคิด triple bottom line คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Ridley – Duff & Bull, 2011) ดังนั้นรูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองหรือแก้ปัญหาในประเด็นเหล่านี้ ซึ่งการแก้ปัญหานั้นจะต้องให้เกิดความยั่งยืนด้วย วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมักมีการแสวงหารายได้เพื่อที่ตนเองจะได้มีรายได้มาใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ หรือจัดกิจกรรมของคนจนแห่งแรกของโลกที่รู้จักกันในนาม Grameen Bank และได้รับรางวัลโนเบลนั้นเห็นได้ว่า Yunus ได้อาศัยความรู้ความเข้าใจในสภาพสังคมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสังคมที่เพศชายเป็นใหญ่ แต่ผู้ที่ต้องรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจในครอบครัวกลับเป็นเพศหญิง หากเพศชายของครอบครัวใดไม่รับผิดชอบแล้วครอบครัวนั้นแทบจะไม่มีโอกาสในการเจริญก้าวหน้าได้เลย Yunus จึงได้ก่อตั้งเงินกู้สำหรับเพศหญิงขึ้นภายใต้เงื่อนไข

จูงใจที่จะไม่ทำให้ฝ่ายชายสามารถนำมาเป็นข้ออ้างได้ ส่งผลให้เงินกู้และระบบธนาคารคนจนของเขาสามารถช่วยเหลือคนในประเทศให้หลุดพ้นจากความยากจนได้เป็นจำนวนมาก ความรู้ความเข้าใจในปัญหาจึงเป็นพื้นฐานหลักของแนวคิดในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคม

ในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม ในบทความ “How the business can change the world” โดยนิตยสาร Inc. ได้แบ่งประเภทของวิสาหกิจ เพื่อสังคมออกเป็น 6 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภท : B Corporation มีลักษณะเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อภารกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมไม่น้อยไปกว่าผลกำไร และในสหรัฐอเมริกา ได้มีการก่อตั้งลักษณะเครือข่ายธุรกิจที่เป็น B Corporation เพื่อใช้ระบบประเมินผลกระทบสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นระบบเดียวกัน

2. วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทไม่หวังผลกำไร (Traditional Nonprofit) เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมมากกว่าผลกำไร และมีเงินทุนในการดำเนินงานจากการบริจาคหรือการสนับสนุน เป็นหลัก

3. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทไม่หวังผลกำไร แต่หารายได้ (Nonprofit with earn income) ตามกฎหมายในสหรัฐอเมริกา องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรก็อาจหารายได้เพื่อนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินงานได้

4. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทลูกผสม (Hybrid) วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้เป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรแสวงหาผลกำไรและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ให้สามารถเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันได้โดยที่องค์กรแสวงหาผลกำไรจะนำรายได้ไปสนับสนุนองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีพันธกิจทางสังคมอีกทอดหนึ่ง

5. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทนักลงทุนที่เน้นผลกระทบ (Impact investors) เป็นธุรกิจที่มีนักลงทุนที่หวังผลตอบแทนทางสังคม (Social Return On Investment SROI) เป็นหลักมากกว่า ผลตอบแทนทางการเงินตามปกติ

6. วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทหากำไรด้วยพันธกิจทางสังคม (For-profit with social mission) เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีปฏิบัติการทางสังคมที่เป็นเนื้อเดียวกับกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร

ในประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ได้แบ่งประเภทของกิจการเพื่อสังคมออกเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. เครือข่ายและองค์กรชุมชน

วิสาหกิจเพื่อสังคมกลุ่มนี้ คือองค์กรหรือหน่วยงานในระดับชุมชนซึ่งมีอยู่แพร่หลายในประเทศ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อการผลิต ธนาคารประชาชน อันเป็นผลจากการพัฒนาของระบบสหกรณ์ และการประชาสัมพันธ์เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง กอปรกับรัฐบาลได้ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายและองค์กรชุมชนอย่างต่อเนื่อง จึงถือได้ว่าเครือข่ายและองค์กรเหล่านี้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทหนึ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น

2. องค์กรสาธารณประโยชน์

ปัจจุบันองค์กรสาธารณประโยชน์หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรทั้งในและต่างประเทศ ได้ริเริ่มการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อหารายได้มาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานขององค์กรลดการพึ่งพาทุน จากเงินบริจาคและการสนับสนุนจากองค์กรหรือบุคคลภายนอก ดังนั้น การจัดตั้งกิจการธุรกิจแยก หรือ การพัฒนาสาขางานธุรกิจขึ้นภายในองค์กรเหล่านี้ ทำให้องค์กรเหล่านี้จัดเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทหนึ่งเช่นกัน

3. หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ

ด้วยหลักการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ทำให้หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจสามารถริเริ่มงานให้บริการประชาชนในรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นได้ จึงเริ่มมีหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นองค์กรสังกัดภาครัฐบางแห่งในประเทศไทย ได้เริ่มสนับสนุนการก่อตั้งกิจการทางธุรกิจซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถให้หน่วยงานของรัฐเหล่านั้นสามารถจัดบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนได้ดียิ่งขึ้น และเป็นช่องทางหนึ่งการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชนอีกด้วย

4. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่

ปัจจุบันได้เริ่มเกิดแนวคิดการพัฒนาที่แพร่หลายในประเทศ ผ่านการสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อยกระดับระบบเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในการตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแก่ตนเองแล้ว ยังมีเนื้องุดมมุ่งหมายสำคัญในการร่วมแก้ปัญหาและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศอีกด้วย จึงถือได้ว่ากิจการของผู้ประกอบการใหม่เหล่านี้เป็นกลุ่มหนึ่งของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

5. วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทอื่น ๆ

นอกเหนือจากวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทข้างต้น ยังมีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มทั่วไปได้ เช่น วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งโดยสถาบันทางศาสนาและสถาบันการศึกษาต่างๆ ในฐานะที่เป็นศูนย์รวมและเชื่อมโยงคนในท้องถิ่น และเป็นแหล่งบ่มเพาะและขยายองค์ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ดังนั้นกิจการประเภทเหล่านี้จึงมีศักยภาพที่จะสามารถส่งเสริม

และสนับสนุนงานของหน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยเหลือคนในพื้นที่ต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งการให้บริการเสริม หรือทดแทนบริการจากหน่วยงานรัฐด้วย

ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล

รัฐบาลได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาอันนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน 17 ข้อ ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการในหลายมาตรการ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและประชาชนผู้มีรายได้น้อย ทั้งในทางด้านการลดต้นทุนการผลิต การให้ความรู้ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การตลาด การช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิต และการใช้แนวคิด “ประชารัฐ” มาเป็นตัวการแก้ไขปัญหา โดยอาศัยกลไกความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

แผนภาพที่ 3-1 การพัฒนาอย่างยั่งยืน 17 ข้อ ขององค์การสหประชาชาติ



ที่มา : คู่มือประชารัฐรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะทำงานเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ พ.ศ.2559, (น.9) , โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2559 , กรุงเทพฯ

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (SEP : Sufficiency Economy Principle) สู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGS : Sustainable Development Goals) จะทำให้สามารถสร้างรายได้ เพิ่มความสุขให้กับประชาชนในชุมชนได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

“ประชารัฐ” คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ช่วยกันแก้ปัญหาและคิดหาทางสร้างอนาคตให้ประเทศไทย ผ่านโครงสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่มุ่งมั่นคงความเสมอภาค พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

แผนภาพที่ 3-2 เศรษฐกิจพอเพียง – อาชีพ / รายได้ / ความร่วมมือ ชุมชนเข้มแข็ง



รัฐบาลมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำ สร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทั้งประเทศ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของประเทศในเรื่อง มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยคณะรัฐมนตรี ได้มีมติเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2558 รับทราบการแต่งตั้งคณะกรรมการภาครัฐและภาคเอกชน 12 คณะ ประกอบด้วย กลุ่ม Value Driver 7 คณะ และกลุ่ม Enable Driven 5 คณะ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายสานพลังประชารัฐของรัฐบาล ซึ่งคณะกรรมการทั้ง 12 คณะ มีบทบาทหน้าที่ ดังนี้

1. ดำเนินการในลักษณะหุ้นส่วนภาครัฐ เอกชน และประชาชน
2. เน้นกิจกรรมที่เป็น Action Based
3. ครอบคลุม 4 เสาหลัก คือ ธรรมภิบาล นวัตกรรมและผลิตภาพ การยกระดับคุณภาพ ทุนมนุษย์ และการมีส่วนร่วมในความมั่งคั่ง
4. ภาคเอกชนนำ โดยภาครัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวกสนับสนุน

แนวคิดประชารัฐ เป็นความต้องการเห็นความร่วมมือของทุกภาคส่วนและการเอาจุดเด่นของแต่ละภาคส่วนมารวมกัน 5 ภาคส่วน

ภาคราชการ จุดเด่น คือ มีคนมากกระจายอยู่เต็มพื้นที่ มีองค์ความรู้ มีงบประมาณและบทบาทหน้าที่ตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ

ภาคเอกชน จุดเด่น คือ ทันสมัย บริหารจัดการเก่ง มีทุนที่คล่องตัว

ภาคประชาชน จุดเด่น คือ มีฝีมือ มีความสามารถผลิตสินค้า รักบ้านเกิด

ภาควิชาการ จุดเด่น คือ มีองค์ความรู้ เทคโนโลยี การค้นคว้าวิจัยเพื่อต่อยอด

ภาคประชาสังคม จุดเด่น คือ ทำงานเชิงลึก เกะติด มีเครือข่ายมาก

แผนภาพที่ 3-3 การทำงานร่วมกันของ 5 ภาคส่วน



ภารกิจสำคัญของรัฐบาลในอนาคต คือ การสร้างฐานรากประเทศสู่อนาคตตามโมเดล “ไทยแลนด์ 4.0” ซึ่ง 1 ในองค์ประกอบหลัก คือ การขับเคลื่อนประเทศผ่านกลไก “ประชารัฐ” จะต้องมุ่งทำงานแบบบูรณาการ ให้เกิดการเชื่อมโยง ประสานสอดคล้องกัน เพราะปัญหาของหลายภาคส่วนล้วนมีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบซึ่งกันและกันปัญหาสาธารณสุขของประเทศมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ต้องอาศัยความร่วมมือผนึกกำลังระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในภาครัฐด้วยกันเอง และระหว่างภาครัฐกับภาคส่วนอื่นๆ ในสังคมมากขึ้น

คณะรัฐมนตรีมีมติรับแต่งตั้งคณะทำงานสานพลังประชารัฐ 12 คณะ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2558 ซึ่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนผ่านการดำเนินงาน คณะทำงานประกอบด้วย กลุ่ม Value Driver 7 คณะ และกลุ่ม Enable Driven 5 คณะ ดังนี้

กลุ่ม Value Driver (7D)

1. คณะทำงานยกระดับนวัตกรรมและผลิตภาพ (Innovation & Productivity) : D1 มีเป้าหมายหลัก คือ

1. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
2. ลดความเหลื่อมล้ำ
3. หลุดกับดักประเทศรายได้ปานกลาง

2. คณะทำงานด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจ

เริ่มต้น : D2 มีเป้าหมายหลัก คือ

1. เพิ่ม GDP ของ SMEs ให้ถึง 50%
2. มูลค่าการส่งออก SME เพิ่ม 5%
3. SME เข้าสู่ระบบ 50,000 รายต่อปี

3. คณะทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและ MICE : D3 มีเป้าหมาย คือ

1. เพิ่มการกระจายรายได้
2. ยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยว
3. เสริมสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

4. คณะทำงานด้านการส่งเสริมการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ : D4 มีเป้าหมายหลักคือ

1. การส่งออกปี 2559 เติบโต 5%
2. สามารถระบุประเทศและกลุ่มธุรกิจที่ควรลงทุนในต่างประเทศ

5. คณะทำงานด้านการพัฒนาคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต : D5 มีเป้าหมายหลัก คือ ต่อยอด 5 อุตสาหกรรมเดิม เดิม 5 อุตสาหกรรมใหม่

6. คณะทำงานด้านการพัฒนาการเกษตรกรรมสมัยใหม่ : D6 มีเป้าหมาย คือ

1. ลดความเหลื่อมล้ำระหว่างภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร
2. การพัฒนาเกษตรให้เป็น Smart Farmer และ SME เกษตร
3. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภาคเกษตร

7. คณะทำงานด้านการสร้างรายได้และการกระตุ้นการใช้จ่ายของประเทศ : D7 มีเป้าหมายหลัก คือ

1. เพิ่ม GDP เป็นสองเท่า
2. หลุดออกจาก Middle Income Trap
3. เพิ่มรายได้ในภาคการท่องเที่ยว , เกษตร และค้าปลีก/ค้าส่ง เป็นสองเท่า

กลุ่ม Enable Driven (SE)

8. คณะทำงานด้านการดึงดูดการลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ : E1 มีเป้าหมายหลัก คือ

1. ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมของไทยและเอื้อต่อการเป็น Land – based ASEAN Center หรือ ศูนย์กลางของ CLMV
2. ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานของไทยให้เป็น Platform ใหม่ที่ทันสมัย ช่วยลดต้นทุน ลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มการเชื่อมโยงสู่ภูมิภาค และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

9. **คณะกรรมการด้านการยกระดับคุณภาพวิชาชีพ : E2** มีเป้าหมายหลัก คือ ยกระดับคุณภาพวิชาชีพอาชีวศึกษา (Competitive Workforce) เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกโดยมุ่งเน้นผลประโยชน์ของประเทศเป็นหลัก

10. **คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ : E3** มีเป้าหมายหลัก คือ เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งประชาชนมีความสุขและมีรายได้เพิ่มขึ้น

11. **คณะกรรมการปรับแก้กฎหมายและกลไกภาครัฐ : E4** มีเป้าหมายหลัก คือ

1. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า การลงทุนในประเทศ
2. ยกระดับ Ease of Doing Business ของไทยสู่ 20 อันดับแรก
3. แก้ไขกลไกการทำงานของภาครัฐ (Efficiency)

12. **คณะกรรมการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ : E5** มีเป้าหมายหลัก คือ

1. พัฒนาโรงเรียนต้นแบบ
2. พัฒนาผู้นำจากภาคเอกชนและครูต้นแบบร่วมกับผู้บริหารรุ่นใหม่
3. พัฒนาหลักสูตรรวมถึงระบบการเรียนรู้ไอทีะกลม
4. ระบบวัดผลออนไลน์และการเปิดเผยข้อมูลโปร่งใส
5. เป็นศูนย์กลางการศึกษาระดับภูมิภาค

แผนภาพที่ 3-4 โครงสร้างสานพลังประชารัฐ

สานพลังประชารัฐ คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ช่วยกันแก้ปัญหา และคิดหาทางสร้างอนาคตให้ประเทศไทย ผ่านโครงสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่มุ่งมั่น ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีคณะกรรมการร่วมรัฐ – เอกชน – ประชาชน จำนวน 12 คณะ เป็นกลไกขับเคลื่อนนโยบาย “สานพลังประชารัฐ”



ที่มา : คณะทำงานพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ (ภาคเอกชน) 13 มกราคม 2559

เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนใน 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ การเกษตร การแปรรูป และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พัชรินทร์ วรดิถี, 2559) โดยจะต้องพัฒนาและสร้างประสิทธิภาพตลอดเส้นทางถึงปลายทาง ผ่านห้าฟันเฟืองหลัก ได้แก่

1. การเข้าถึงปัจจัยการผลิต ทั้งด้านทรัพยากร และโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน
2. สร้างองค์ความรู้จากในชุมชน และส่งเสริมความรู้เพื่อสร้างประโยชน์ต่อยอด
3. ช่วยพัฒนาการตลาดแบบบูรณาการ ตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด ไปจนถึงช่องทางการขายใหม่ๆ
4. การสื่อสารสร้างการรับรู้เพื่อความยั่งยืน เน้นสร้างแรงสนับสนุนและเชื่อมโยงคนในพื้นที่ให้มีความรักและความภูมิใจในสินค้าและบริการของตนเอง

5. ช่วยบริหารจัดการ ทั้งด้านต้นทุนทางบัญชี และการบริหารความเสี่ยง โดยทั้งห้าฟันเฟืองจะขับเคลื่อนผ่านบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารเป็น 2 ระดับ ได้แก่

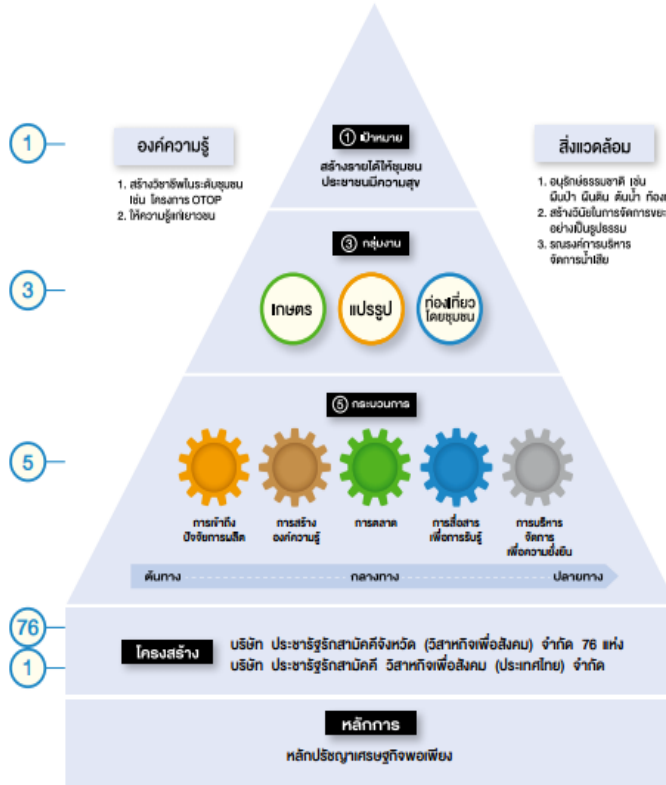
1. ระดับประเทศ มีบริษัท บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2558 เป็นบริษัทกลางซึ่งขับเคลื่อนเพื่อพื้นที่ 18 กลุ่มจังหวัด ตามโครงสร้างที่กระทรวงมหาดไทยกำหนด มีหน้าที่ อาทิ บริหารจัดการองค์ความรู้ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและมาตรฐานการรับรองสินค้า ขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า

2. ระดับจังหวัด ประกอบด้วย 76 จังหวัด บริหารงานโดย บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ของแต่ละจังหวัด โดยจัดตั้งครบทุกจังหวัด เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2559 มีหน้าที่ อาทิ ค้นหาชุมชนที่มีความพร้อมเข้าร่วมกับบริษัท สร้างรายได้ในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความสุขอย่างยั่งยืน หาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายในระดับจังหวัด

เป้าหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ บริษัทที่บริหารจัดการด้วยความโปร่งใส สร้างประโยชน์กลับเข้าสู่ชุมชน มีหลักการสำคัญอยู่ 5 ประการ คือ

1. มีเป้าหมายหลักเพื่อสังคมไม่ใช่เพื่อกำไรสูงสุด
2. เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการขายสินค้าและบริการ ไม่ใช่เงินจากรัฐหรือเงินบริจาค
3. มีรายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายต้องนำไปขยายผลเพื่อสังคม ไม่ใช่ปันผลเพื่อผู้ประกอบการ
4. การบริหารจัดการเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล
5. มีการจดทะเบียนเป็นรูปแบบบริษัทจำกัด

แผนภาพที่ 3-5 องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ



หลักการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเอาพื้นที่เป็นตัวตั้งและสมาชิกในพื้นที่

ที่มา : คู่มือประชารัฐรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะทำงานเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ พ.ศ.2559 (น.22), โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2559, กรุงเทพฯ

แผนภาพที่ 3-6 แผนภาพแสดงการขับเคลื่อนโครงการสานพลังประชารัฐ

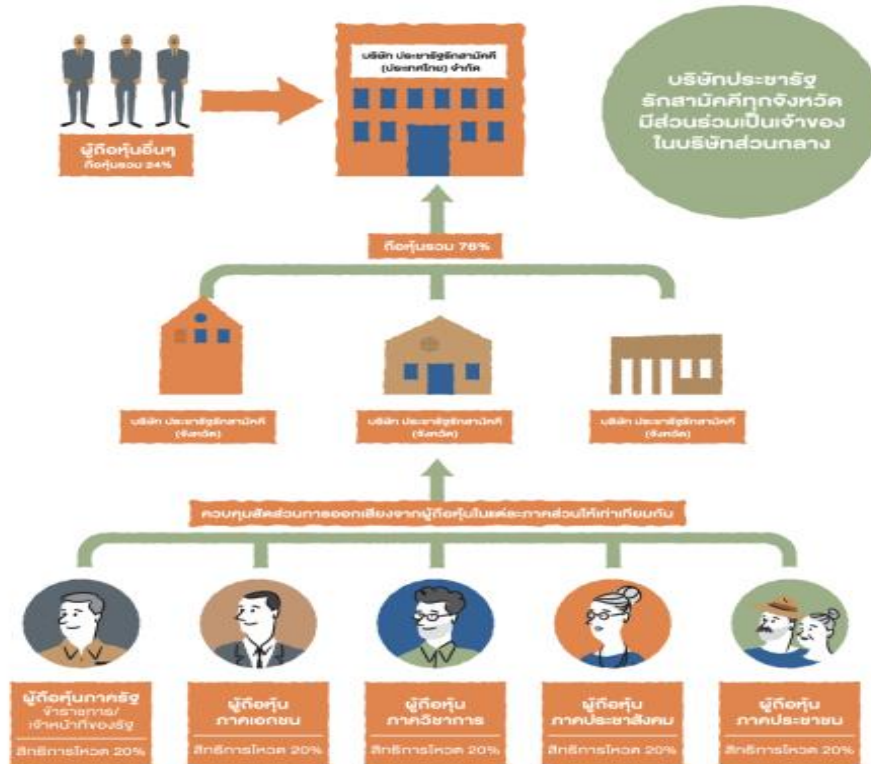


รูปแบบการจัดตั้งองค์กรเป็นการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยระดมทุนมาจากภาคเอกชน หลักการสำคัญของบริษัท ประชารัฐฯ คือจะไม่มีกำไรปันผล กำไรนั้นก็ให้นำกลับไป Reinvest ลงทุนใหม่ต่อไป บริษัทเอกชนที่มาร่วมลงทุนจะไม่ได้รับปันผล แต่จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่นเดียวกับประชาชนที่สามารถใส่เงินร่วมลงทุนได้โดยจะไม่ได้รับปันผลเช่นกัน แต่จะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการบริษัทประชารัฐในการช่วยชุมชนในการสร้างความเข้มแข็งแก่ SE ของตนเอง ส่วนรายได้ของบริษัท ประชารัฐฯ มาจากค่าบริการ เช่น ผู้ผลิตหม้อแกงในชุมชน อยากให้บริษัทหาตลาด ทางบริษัทก็ไปหาตลาดมาให้ แล้วก็ทำการต่อเชื่อมตลาดกับคนทำหม้อแกง บริษัทก็ทำแบบ trading company โดยบริษัทได้ส่วนต่าง ก็นำเงินส่วนนี้เข้าบริษัท ประชารัฐฯ ต่อไป

การดำเนินการของบริษัทประชารัฐของรัฐบาล

โครงการสานพลังประชารัฐ (Public – Private Collaboration) เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคส่วนต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาส่วนรวมและความต้องการของสังคมให้คล่อง โดยให้ความสำคัญต่อการยกเอาประเด็นปัญหาสาธารณะขึ้นมาพิจารณา โดยมีผู้ลงทุนในการริเริ่มและให้การสนับสนุนเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้นำของทุกภาคส่วนเข้ามาแสดงความคิดเห็นกันในเวทีที่มีความเป็นกลาง รวมทั้งแสวงหาทางออกและตัดสินใจแก้ไขปัญหาด้วยกันอย่างเป็นระบบและสร้างฉันทามติให้เกิดขึ้น (พัชรินทร์ วรรดิณี, 2559) ซึ่งมีความจำเป็นต้องอาศัยการสร้างนวัตกรรม หรือทางเลือกใหม่ๆ ภายใต้โครงสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและพลังประชารัฐที่มีคณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐมาสร้างแนวทางการขับเคลื่อนโดยการจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด แบ่งออกเป็นสองระดับ ได้แก่ ระดับประเทศบริหารงานโดย บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และในระดับจังหวัด ประกอบด้วย 76 จังหวัดจะบริหารงานโดย บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ของแต่ละจังหวัด (ดูรายละเอียดในภาพ) โดยมี บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ในส่วนกลางที่มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท ส่วนในระดับจังหวัดจะมีทุนจดทะเบียนเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ล้านบาท ในทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาทนั้น 76 ล้านบาทมาจากบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด จังหวัดละ 1 ล้านบาท รวมเป็น 76 ล้านบาท และอีก 24 ล้านบาท คือ ผู้ถือหุ้นอื่นๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วม โดยเฉพาะภาครัฐและภาคประชาชน ส่วนผู้ถือหุ้นใน บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ระดับจังหวัดของแต่ละจังหวัด จะประกอบด้วยบุคคลจาก 5 ภาคส่วน คือ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ภาคประชาชน และภาครัฐ โดยไม่ว่าจะถือจำนวนกี่หุ้นก็ตามแต่ละภาคจะมีสิทธิลงคะแนนร้อยละ 20 เท่ากัน

แผนภาพที่ 3-6 ภาพโครงสร้างองค์กร บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด



ที่มา : กลุ่มมือประชาธิปไตยรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะกรรมการเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย พ.ศ.2559, (น.4), โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย, 2559, กรุงเทพฯ

บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

ให้ความสนับสนุน บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ได้หลายรูปแบบ ดังนี้

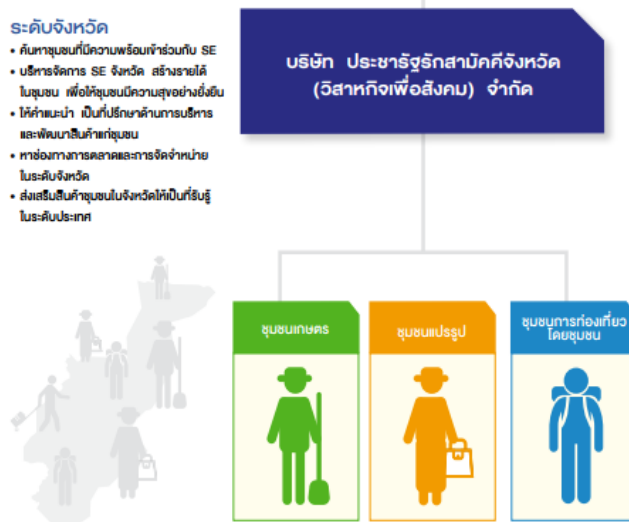
1. บริหารจัดการและเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่างๆ
2. เชื่อมโยงบริษัทฯ กับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ นักวิชาการเกษตร ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี นักออกแบบ ฯลฯ
3. หาช่องทางตลาดใหม่ๆ และเชื่อมโยงตลาดในระดับประเทศและระดับโลก
4. ส่งเสริมการพัฒนาสินค้า ตราสินค้า และมาตรฐานการรับรองต่างๆ
5. การบริหารการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
6. ช่วยแก้ปัญหาที่คล้ายคลึงกันในหลายจังหวัดอย่างเป็นระบบ
7. สร้างแรงสนับสนุนจากคนรุ่นใหม่ผ่าน โครงการสานพลังเพื่อบ้านเกิด

แผนภาพที่ 3-7 บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด



ที่มา : กลุ่มมือประชาธิปไตยรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะทำงานเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย พ.ศ.2559, (น.35) , โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย, 2559 , กรุงเทพฯ

แผนภาพที่ 3-8 บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด

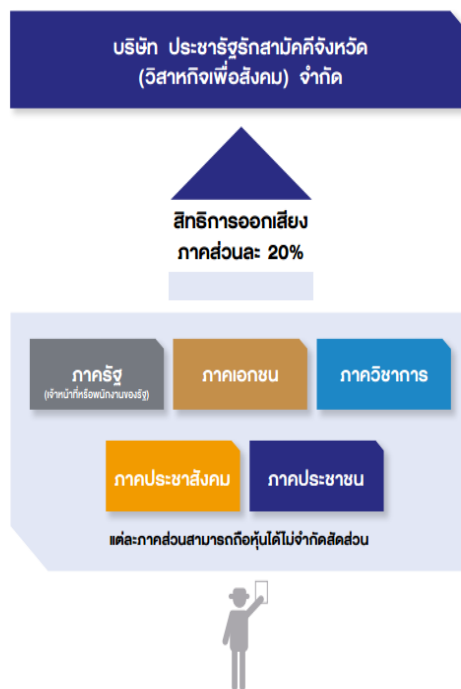


ที่มา : กลุ่มมือประชาธิปไตยรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะทำงานเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย พ.ศ.2559, (น.35) , โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย, 2559 , กรุงเทพฯ

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี

สัดส่วนการถือหุ้นและสิทธิการออกเสียงถูกกำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับของบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อให้ทุกส่วนมีสิทธิในการออกเสียงอย่างเท่าเทียมกัน

แผนภาพที่ 3-9 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทประชาธิปไตยของรัฐบาล



ที่มา : คู่มือประชาธิปไตยรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะทำงานเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย พ.ศ.2559 , (น.29) , โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตย, 2559 , กรุงเทพฯ

จากแนวทางดังกล่าวบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด จัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2559 มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท สำนักงานตั้งอยู่ที่ 90 อาคารไซเบอร์เวิลด์ ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการค้าปลีก ค้าส่งสินค้า ประกอบธุรกิจบริการรับเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำปัญหาเกี่ยวกับด้านการบริหารงานพาณิชยกรรม จะทำหน้าที่เป็นบริษัทโฮลดิ้งกลาง (Holding Company) ที่มีบริษัทประชาธิปไตยรักสามัคคีระดับจังหวัด ทั้ง 76 จังหวัด เข้ามาร่วมถือหุ้นเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชาธิปไตยในระดับพื้นที่ สำหรับการจัดตั้ง บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคีระดับจังหวัด ก็เกิดขึ้นตามมาในหลายจังหวัด ได้มีการจัดตั้งบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี (ตามด้วยชื่อจังหวัด) เช่น บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคีภูเก็ต (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด เป็นต้น ส่วนในจังหวัดอื่นๆ ได้จัด

ตั้งขึ้นเกือบครบทุกจังหวัดแล้ว ซึ่งจะทำให้มีองค์กรวิสาหกิจชุมชนครบทั้ง 76 จังหวัด ร่วมกับบริษัทกลางคือ บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด จะเกิดเป็นกระบวนการเครือข่ายผลักดันให้การทำงานแบบพลังประชารัฐขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนครอบคลุมไปทั่วทุกพื้นที่

โครงสร้างองค์กรของบริษัทประชารัฐของรัฐบาล

บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ของแต่ละจังหวัด ทำงานร่วมกับคณะกรรมการประสานงานและขับเคลื่อนนโยบาย สารพลังประชารัฐประจำจังหวัด (คสป.) อย่างใกล้ชิดเป็นหนึ่งเดียว

การผนึกกำลังหรือสานพลังในการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคส่วนต่างๆ อย่างเป็นระบบและ โปร่งใส เพื่อนำเอาจุดแข็งหรือข้อดีของแต่ละฝ่าย เข้ามาใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นและทำให้ประเทศไทยก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน กล่าวโดยสรุปดังนี้

แผนภาพที่ 3-10 โครงสร้างองค์กรของ บริษัทประชารัฐของรัฐบาล



ที่มา : คู่มือประชาธิปไตยรักสามัคคี ฉบับรวบรวมผลงานคณะทำงานเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ พ.ศ.2559 (น.28) , โดย สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2559 , กรุงเทพฯ

1. การจัดตั้งบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีเครือข่ายครบทุกจังหวัด เป็นกลไกทำงานที่มีเครือข่ายทั่วประเทศและหากได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจก็จะมีบริการด้านอื่นๆ เข้ามาด้วย เช่น บริการชำระเงิน บริการขนส่งสินค้า เป็นต้น จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงเกิดการปฏิรูปเศรษฐกิจในชุมชนเชื่อมโยงกับระบบตลาดที่เป็นรูปธรรมและจะเป็นองค์กรที่จะเดินหน้าปฏิรูปสังคมขนาดใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญมากในอนาคตเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

2. การจัดตั้งบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นนโยบายการพัฒนาที่มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์การสหประชาชาติที่ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาขึ้นใหม่โดยอาศัยกรอบความคิดที่มองการพัฒนาเป็นมิติทางเศรษฐกิจและสังคมให้มีความเชื่อมโยงกันที่เรียกว่าเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) หรือ SDGs ซึ่งจะใช้เป็นทิศทางในการพัฒนาตั้งแต่ปี 2558 ถึง 2573 ที่ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี มีเป้าหมายหลักเพื่อขจัดความอยากจนในทุกรูปแบบในทุกพื้นที่ ลดความเหลื่อมล้ำ ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงและมีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

3. การจัดตั้ง บริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีความพยายามจัดตั้งให้ครบทุกจังหวัดครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อที่จะช่วยรุกคืบเข้าหาชุมชนแสวงหาเป้าหมายในการพัฒนา แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการสื่อสารระหว่างองค์กรกับชุมชน องค์กรผู้ผลิตในพื้นที่ยังไม่รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ชุมชนผู้ผลิตในพื้นที่ยังไม่รับรู้และไม่เข้าใจรูปแบบว่าจะต้องทำอะไร ที่จะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด จะเป็นลักษณะที่รอรับการหยิบยื่นความช่วยเหลือให้แทนที่จะได้มีการพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานการผลิตเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการสนับสนุนส่งเสริมได้อย่างทันท่วงที

การจัดตั้งบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่าน 3 กลุ่มงาน ได้แก่ การเกษตร การแปรรูป และการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สร้างรายได้ มีการดำเนินงานวัดผลเป็นรูปธรรม มีเกณฑ์การวัดผลความสำเร็จ คือการเพิ่มขึ้นของรายได้ชุมชนที่ชัดเจน และเน้นความร่วมมือของคนทั้งชาติ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม เพื่อสร้างเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ซึ่งมีโครงสร้างการจัดการแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่รัฐบาลได้สนับสนุนมาตรการทางภาษี โดยมีบริษัท ประชาธิปไตยสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ทำหน้าที่เป็นบริษัท โฮลดิ้งกลาง (Holding

Company) และในทุกจังหวัดจะมีการจัดตั้งบริษัทประชารัฐรักสามัคคีในแต่ละจังหวัดเข้ามาถือหุ้น
ในบริษัทกลางด้วย เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนไปทั่วประเทศ โดยแนวคิดในการจัดตั้งบริษัท
ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นกลไกที่จะเข้ามาเติม
เต็มในเชิงธุรกิจที่จะเชื่อมต่อในกระบวนการคลี่คลายจุดอ่อนของชุมชน ในเรื่องของการ
ประกอบการเชิงพาณิชย์และการตลาดเพื่อบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนให้ทำงานร่วมกัน
เพื่อขยับระบบเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งเป็นการสร้างนวัตกรรมหรือทางเลือกใหม่ๆ
ในการบริหารกิจการบ้านเมือง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัย : รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน เป็นการสำรวจเชิงคุณภาพจากผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้ว่าราชการจังหวัดที่มีบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด องค์กรภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบกับการรวบรวมเอกสารทางวิชาการ การศึกษาคูณาน และการประชุมปรึกษาหารือ เพื่อให้ได้ข้อมูลนำไปสู่ผลสรุปของการวิจัยนี้

การเลือกตัวอย่างในครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกแบบยึดจุดมุ่งหมายเป็นหลัก (Purposive sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างแบบไม่มีโครงสร้างที่เคร่งครัดมีขั้นตอนและวิธีการที่ไม่ซับซ้อน จุดมุ่งหมายหลักของการคัดเลือกตัวอย่างแบบนี้ มิใช่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทน แต่เพื่อจะได้ตัวอย่างที่เหมาะสมที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และเพื่อให้ผู้วิจัยได้เข้าถึงและค้นหารูปแบบ และแง่มุมที่หลากหลายของประเด็นที่ศึกษา ผู้วิจัยจะเลือกแหล่งข้อมูลที่จะช่วยให้ได้ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย และเหมาะกับจุดมุ่งหมายของประเด็นที่ศึกษา (Information-rich cases) และไม่มีกฎตายตัวว่าจำนวนตัวอย่างควรจะมากน้อยเพียงใด โดยคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าปริมาณของข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของประเทศไทยจากการเสนอชื่อ/ทาบทาม/นัดหมายเวลา สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 19 ราย ซึ่งเพียงพอต่อการศึกษาเบื้องต้น (Creswell, 1994) เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการ วิเคราะห์ประมวลผล และรายงานผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ 8 แห่งที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม หน่วยงานภาคเอกชน 9 แห่ง และหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องอีก 2 แห่งที่เป็นคณะทำงานขับเคลื่อน (Value Driven) และคณะทำงานสนับสนุน (Enable Driven) ได้แก่

หน่วยงานภาครัฐ

1. ผู้ว่าราชการจังหวัดร้อยเอ็ด
2. ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต
3. ผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์
4. ผู้ว่าราชการจังหวัดนครสวรรค์

5. อธิปไตยกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
6. อธิปไตยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
7. ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
8. ผู้ตรวจราชการกระทรวงอุตสาหกรรม

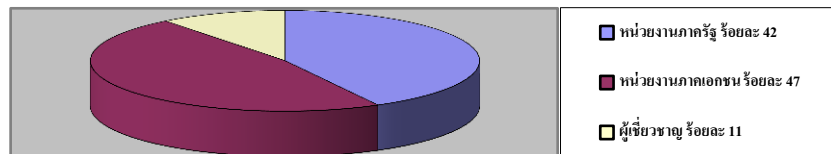
หน่วยงานภาคเอกชน

1. คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด
2. คุณชาติศิริ โสภณพนิช กรรมการผู้จัดการ บริษัท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
3. คุณกานต์ ตระกูลสุนั กรรมการผู้จัดการ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด
4. คุณปฏิภาณ สุคนธมาน ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ บริษัท พีทีที โกลบอล
เคมีคอล จำกัด
5. คุณชนินท์ โทณวนิก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ บริษัท
ดุสิตธานี จำกัด
6. คุณสนั่น อังอุบลกุล ประธานกรรมการ บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด
7. คุณอิสระ ว่องกุศลกิจ กรรมการผู้จัดการ บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด
8. คุณทศ จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด
9. คุณศุภชัย เจียรวนนท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

1. คุณต้องใจ ณะชานันท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อ
สังคม (ประเทศไทย) จำกัด
2. คุณสุพันธุ์ มงคลสุธี ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

แผนภาพที่ 4-1 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก



จากแผนภาพที่ 4-1 กำหนดผู้ตอบแบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 19 ราย มาจากหน่วยงานภาครัฐ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 หน่วยงานภาคเอกชน 9 ราย คิดเป็น ร้อยละ 47 และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องอีก 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11

การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในประเด็นคำถาม 8 ประเด็น ได้แก่

1. ท่านมีมุมมองอย่างไรต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย
2. ท่านเห็นว่ามีปัญหา อุปสรรค และโอกาสอย่างไรในการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต
3. ท่านมีความเห็นว่า บทบาทของภาครัฐ ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นไปในแนวทางใด
4. ท่านมีความเห็นว่า บทบาทของภาคเอกชน ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นไปในแนวทางใด
5. ท่านคิดว่า รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมในประเทศไทยเป็นอย่างไร
6. ท่านเห็นว่า การดำเนินงานของบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ของรัฐบาลเป็นอย่างไร
7. ท่านเห็นว่า มีปัญหา อุปสรรค และโอกาสอย่างไรที่ บริษัท ประชาธิปไตย รักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ในการมีส่วนร่วมกับรัฐบาลใน การพัฒนาประเทศ
8. ท่านมีมุมมองอย่างไรต่อรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 7 ราย

1. ผู้ว่าราชการจังหวัดร้อยเอ็ด / ผู้แทน
2. ผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์ / ผู้แทน
3. ผู้ว่าราชการจังหวัดนครสวรรค์ / ผู้แทน
4. อธิบดีกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย / ผู้แทน
5. อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ / ผู้แทน
6. ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง / ผู้แทน
7. ผู้ตรวจราชการกระทรวงอุตสาหกรรม / ผู้แทน

หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 5 ราย

1. คุณฐาปน สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด/ผู้แทน
 2. คุณชาติศิริ โสภณพนิช กรรมการผู้จัดการ บริษัท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด / ผู้แทน
 3. คุณกานต์ ตระกูลสุน กรรมการผู้จัดการ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด / ผู้แทน
 4. คุณปฎิภาณ สุคนธมาน ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด / ผู้แทน
 5. คุณอิสระ ว่องกุศลกิจ กรรมการผู้จัดการ บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด / ผู้แทน
- ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1 ราย**

1. คุณต้องใจ ณะชานันท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

สรุปผลการวิจัย

ผลการเก็บข้อมูลดังกล่าว นำไปสู่การนำเสนอผลการวิจัย โดยรายละเอียดของสารสัมภาษณ์แต่ละประเด็น แยกตามความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการรวบรวมข้อมูลเอกสารทางวิชาการ การศึกษาดูงาน และประชุมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ สรุปประเด็นได้ดังนี้

1. การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เรียงลำดับดังต่อไปนี้

เป็นกลยุทธ์ระยะยาวของรัฐบาลที่ต้องการทำให้เศรษฐกิจชุมชนมั่งคั่ง ชุมชนเข้มแข็ง แล้วขยายผลสู่ชุมชนอื่น

1.1 การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างสังคมให้มีความเสมอภาคให้กับประชาชนทุกภาคส่วน

1.2 ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.3 การสร้างแนวคิดเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ขาดการประชาสัมพันธ์

1.4 เน้นการเชื่อมโยงภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประเทศ

2. ปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เรียงลำดับดังต่อไปนี้

2.1 การขาดองค์ความรู้ และขีดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.2 ความไม่ชัดเจนของนโยบายรัฐ รวมถึงการยังรอพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.3 การขาดความเข้าใจต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงความไม่มั่นใจของภาครัฐ ภาคเอกชน/สังคม ในการดำเนินงานหรือเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างกัน

2.4 การขาดแคลนแหล่งเงินทุนในระยะเริ่มต้น

2.5 การขาดวิธีประชาสัมพันธ์สินค้า บริการให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

3. บทบาทของภาครัฐ ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เรียงลำดับดังต่อไปนี้

3.1 ประกาศใช้โครงการ “สานพลังประชารัฐ” เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ

3.2 ต้องผลักดันการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อสนับสนุนการวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีความชัดเจน

3.3 กำหนดทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีความชัดเจน

3.4 สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในการประกอบธุรกิจให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม

3.5 รัฐต้องออกกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดังเช่น สหกรณ์ที่เกิดขึ้น

4. บทบาทของภาคเอกชน ในการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เรียงลำดับดังต่อไปนี้

4.1 ส่งเสริมให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการองค์กร

4.2 การสนับสนุนแหล่งเงินทุน

4.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

4.4 การเชื่อมโยงด้านการตลาด

4.5 การทำแผนธุรกิจ และการเขียนโครงการเสนอภาครัฐ

5. รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมในประเทศไทย เรียงลำดับดังต่อไปนี้

5.1 รูปแบบโครงการประชารัฐที่อาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

5.2 เป็นนิติบุคคลที่มีการดำเนินธุรกิจเหมือนบริษัทจำกัด

5.3 รูปแบบสร้างประโยชน์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

6. การดำเนินงานของบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย)

จำกัด ของรัฐบาล เรียงลำดับดังต่อไปนี้

6.1 ภาครัฐใช้เป็นเครื่องมือสำคัญที่อาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ

6.2 การบริหารจัดการเน้นระบบตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แล้วต่อยอดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

6.3 รูปแบบ “สานพลังประชารัฐ” คือ นำจุดแข็งของแต่ละภาคส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

6.4 ใช้เป็นตัวกลางในการประสานงานกับรัฐบาล

6.5 การดำเนินงานในเชิงธุรกิจ นำรายได้ไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม และใช้สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

7. ปัญหา อุปสรรค และโอกาสอย่างไรที่บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ในการมีส่วนร่วมร่วมกับรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ เรียงลำดับดังต่อไปนี้

7.1 ขาดการขับเคลื่อนบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายหลัก

7.2 ขาดความเชื่อมโยงของของบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด แต่ละจังหวัด

7.3 ขาดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของบริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

7.4 ขาดแคลนบุคลากรที่จะมาขับเคลื่อนบริษัท

7.5 ความต่อเนื่องของนโยบายรัฐบาลในยุคอื่นๆ กับโครงการภาครัฐ

8. รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อย่างยั่งยืนในประเทศไทย เรียงลำดับดังต่อไปนี้

8.1 เน้นความร่วมมือของ 3 ภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนจะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างยั่งยืน

8.2 การดำเนินงานของบริษัทประชารัฐนี้จะลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมได้ ด้วยการสร้างรายได้ให้ชุมชน ช่วยให้คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมดีขึ้น

8.3 วิสาหกิจเพื่อสังคมช่วยสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน

8.4 ใช้เป็นตัวกลางในการผลักดันการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐ

8.5 ใช้เป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยงจากการแข่งขันทางเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์

ผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้สำรวจเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหาร หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการรวบรวมข้อมูล เอกสารทางวิชาการ ตำรา บทความ งานวิจัย ตลอดจนสิ่งตีพิมพ์ รายงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ งานวิจัย ทั้งจากภายในและต่างประเทศ การศึกษาดูงาน และประชุมหารือร่วมกัน ตามที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นนั้นเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ผลการศึกษา

บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม

แม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจะถือกำเนิดมาไม่นานแต่จากการทบทวนวรรณกรรมของการดำเนินงานด้านวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมในหลายประเทศทั้งประเทศพัฒนาแล้วจากกลุ่มประเทศตะวันตกตลอดจนประเทศในแถบเอเชียประสบผลสัมฤทธิ์ที่ดี ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมได้รับการยอมรับและแพร่หลายอย่างกว้างขวาง และมีจำนวนหน่วยงานเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยประเทศอังกฤษนับเป็นประเทศที่ให้ความสนใจวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นอย่างมาก โดยมองเห็นว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมเหล่านี้เป็นการแก้ปัญหาและพัฒนาโอกาสทางสังคม สิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่มีความยั่งยืนทางการเงิน และสามารถขยายผลได้ไม่สิ้นสุด ซึ่งแตกต่างกับโครงการเพื่อสังคมทั่วไปที่จบลง เมื่อหมดโครงการและไม่สามารถระดมทุนให้เปล่าได้ต่อ และยังเป็นการพัฒนาที่น่าภาคส่วนต่างๆ ที่มักจะถูกทอดทิ้งจากพัฒนาการทางเศรษฐกิจให้เข้ามามีส่วนร่วม อาทิ คนยากจน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ ฯลฯ เป็นต้น

บทบาทของภาครัฐจะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการทำวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อให้กิจการเหล่านี้สามารถดำเนินการได้สะดวกและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การผลักดันเชิงนโยบายของภาครัฐหลายประเทศที่ประสบความสำเร็จมักมีการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมผ่านการตั้ง “หน่วยงานที่รับผิดชอบและการตรากฎหมาย” เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่นอังกฤษมีการจัดตั้ง Social Enterprise UK เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศ โดยทำหน้าที่เป็นหน่วยงานให้คำปรึกษาแก่ภาคธุรกิจเพื่อสังคมที่ต้องการเข้ามาประกอบธุรกิจ พร้อมมีหลักสูตรฝึกอบรมที่มีคุณภาพ เพื่อพัฒนาความรู้รวมถึงการสร้างผู้นำเชื่อถือ เป็นต้น

ในขณะที่ประเทศแถบตะวันตก เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดานั้น การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมก็ได้มีการดำเนินการอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะประเทศแคนาดาที่มีการออกกฎหมายและมีการกำหนดนิยามที่ชัดเจนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ในขณะที่อเมริกาก็มีการจัดตั้งกองทุนเฉพาะเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม นอกจากนี้ ประเทศในแถบเอเชียที่ดูเหมือนว่ารัฐบาลได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมภายในประเทศ ตัวอย่างเช่น

ประเทศสิงคโปร์และเกาหลีใต้ ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานนี้มีหน้าที่สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในเชิงพาณิชย์ เช่น การจัดหาโมเดลของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีการจัดตั้งเครือข่ายองค์กรทางสังคมทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น พร้อมทั้งมีการร่วมมือระหว่างประเทศและแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม นอกจากนี้ยังมีการบริการให้คำปรึกษาในการพัฒนาปรับปรุงวิสาหกิจเพื่อสังคม และสุดท้ายมีการตรวจสอบและประเมินผลวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากการที่มีแนวคิดของการนำวิธีการดำเนินการทางธุรกิจมาปรับใช้กับองค์กรที่ต้องการแก้ปัญหาทางสังคมที่มีความซับซ้อนเกินกว่าที่ภาครัฐจะดำเนินการเพียงฝ่ายเดียว ผวนกับความจำเป็นว่าองค์กรภาคประชาสังคมมักไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง โดยขาดการอุดหนุนจากองค์กรต่างๆ ทำให้รัฐบาลในหลายประเทศได้มีความพยายามผลักดันให้เกิดองค์กรประเภทนี้ให้มีความแพร่หลายออกไป เนื่องจากเล็งเห็นถึงควมมีประสิทธิภาพของการแก้ปัญหาสังคมด้วยความมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งนี้ หากจำแนกบทบาทของภาครัฐของประเทศที่ประสบความสำเร็จในการมีส่วนร่วมส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเติบโตก้าวหน้า สามารถแสดงสรุปได้ในแผนภาพที่ 4-2

ตารางที่ 4-1 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศต่างๆ

	อังกฤษ	ฟินแลนด์	อเมริกา	แคนาดา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
1. บทบาทของรัฐบาลในการสนับสนุน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. การกำหนดนิยามที่ชัดเจน	✓	✓		✓	✓	✓
3. กลยุทธ์ระยะยาวของภาครัฐ	✓			✓	✓	
4. นโยบายในการพัฒนาองค์กรตัวกลาง	✓					
5. กฎหมายเฉพาะในการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. การพัฒนาบริการสาธารณะของรัฐด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมจากวิสาหกิจเพื่อสังคม	✓					
7. กองทุนเฉพาะเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม	✓		✓	✓		
8. ความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างประเทศ	✓		✓	✓		
9. การสนับสนุนทางการเงินสำหรับการวิจัยและนวัตกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10. ตลาดทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม	✓				✓	

สำหรับประเทศไทยแม้ว่าจะได้มีการตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบการดำเนินการเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยกับต่างประเทศพบว่า ยังมีหลายด้านที่ไม่ได้ดำเนินการอย่างชัดเจน ได้แก่ (ก) ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐใดที่มีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบายและรับผิดชอบในด้านการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ข) การดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมในปัจจุบันยังไม่ได้มีการออกพระราชบัญญัติการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ชัดเจน และ (ค) ยังไม่ได้มีการจัดตั้งกองทุนวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อเป็นแหล่งทุนสนับสนุนสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ที่สำคัญคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นนั้น ได้จัดตั้ง โดยอาศัยมติของคณะรัฐมนตรี ยังไม่ได้มีการออกกฎหมายจัดตั้งหน่วยงานอย่างจริงจัง ทำให้อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานจำกัดและมีบทบาทน้อยซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเติบโตก้าวหน้าได้ทันกับความต้องการของสังคม

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการศึกษาที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคมตลอดจนนักวิชาการในสาขาต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญโดยตรงกับวิสาหกิจเพื่อสังคมแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ในบริบทของสังคมโลก แต่มีแนวโน้มว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมเพิ่มจำนวนขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความยากจน การศึกษาหรือด้านสิ่งแวดล้อม แม้ในประเทศไทยเองก็ได้มีการริเริ่มของกิจการบางแห่งที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และรัฐบาลมีความมุ่งมั่นอย่างแท้จริงในการจัดตั้งบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ทั้ง 76 จังหวัด ที่เป็นรูปแบบการรวมตัวของ 5 ภาคส่วน ได้แก่ รัฐ เอกชน วิชาการ ประชาสังคม และประชาชน/ชุมชน

แม้ว่าในส่วนของภาครัฐก็จะมีการพัฒนารูปแบบการทำงานทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้นหรือที่เรียกว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมซึ่งมีลักษณะที่สำคัญก็คือการมุ่งหวังผลตอบแทนในเชิงสังคมไม่ได้มุ่งหวังผลตอบแทนในเชิงการเมืองหรือเชิงธุรกิจในการสร้างประโยชน์ แต่เป็นการสร้างกลไกทางการตลาดที่มีคุณธรรมและเกิดความยั่งยืนในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้ชุมชนได้ช่วยเหลือตัวเองและสร้างอนาคตของทรัพยากรบุคคลให้กับประเทศและในขณะเดียวกันก็ได้สร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืน สร้างคุณภาพของระบบสาธารณะ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ก็

ทำให้เกิดเป็นปัจจัยที่เป็นผลกระทบที่ดีต่อสังคมนั้นก็คือปัจจัยการเรียนรู้ โดยที่จริงๆ แล้วน่าจะทำให้ภาคของการเงินหรือตลาดการลงทุนได้มีส่วนร่วมของกิจกรรมดังกล่าวและในขณะเดียวกันก็ใช้ภาคเอกชนได้ใช้สามารถใช้โคเด้นของคนได้เข้ามาช่วยในการทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ โดยการจัดตั้ง ส่งเสริม และสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของสังคม

ปัญหาของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ก็คือการไม่มีแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนมากนัก รวมถึงภาครัฐยังไม่ได้มีพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม และความไม่ชัดเจนของนโยบายในเรื่องดังกล่าวกับรัฐบาลแต่ละยุคแต่ละสมัย การทำเพื่อสังคมในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบของการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทใหญ่ๆ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะเป็นโครงการระยะสั้นที่จบภายในปีเดียว ไม่ใช่โครงการระยะยาวที่ต้องทำต่อเนื่องหลายปีและมีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง ในบางกรณี บริษัทประสบกับปัญหางบประมาณที่ได้รับในแต่ละปีไม่แน่นอน ดังนั้น จึงควรมีความร่วมมือกันหลายๆ บริษัทไปสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และยังเป็นการทำกิจกรรมระยะยาว ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า ข้อจำกัดในการจัดหาแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ประกอบด้วย (ก) ข้อจำกัดในด้านผู้ให้ทุน เนื่องจากผู้ให้ทุนส่วนใหญ่จะเป็นมูลนิธิ/กองทุน ซึ่งมีข้อจำกัดในด้านวัตถุประสงค์ของการสนับสนุน โดยผู้ที่รับการสนับสนุนจะต้องมีเป้าหมาย/เป้าประสงค์เดียวกันกับผู้ให้ทุนโดยประชาสัมพันธ์ให้คนเข้าใจถึงแนวคิด (ข) ข้อจำกัดด้านความเสี่ยง เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยยังไม่มี การเติบโตมากนัก อีกทั้งผู้ลงทุนยังไม่มี ความมั่นใจในกิจการว่าจะมีความมั่นคงและยั่งยืนเพียงใด จึงหานักลงทุนที่สนใจในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ยาก และ (ค) ข้อจำกัดในด้านความรู้ความเข้าใจต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม คนในสังคมส่วนใหญ่ แม้แต่บริษัทใหญ่หลายแห่งยังไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) และวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) ได้อย่างไรก็ตาม การที่ให้เงินทุนแต่อย่างเดียว อาจไม่สามารถทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมีความยั่งยืน หากจะให้กิจการมีความยั่งยืนต้องให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นสามารถเลี้ยงตัวเองได้ กิจการอาจจะมีกำไรเพียงเล็กน้อย แต่ไม่ควรพึ่งพิงแค่เงินสนับสนุนเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีหลายคนที่ไม่เข้าใจระหว่างการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยคนส่วนใหญ่จะมองว่ากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมก็คือการเอาของไปให้/บริจาคเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะลึกสามารถสรุปเป็นประเด็นอื่นๆ ที่สำคัญได้อีกหลายประการ ตัวอย่างเช่น แหล่งเงินทุนที่กิจการส่วนใหญ่นำมาใช้จัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนใหญ่จะได้มาจากงบประมาณประจำปีของกิจการ หรือมูลนิธิของบริษัทที่แยกการดำเนินงานในส่วนนี้ออกไป

หรือจากแหล่งอุดหนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งนี้ กิจกรรมเพื่อสังคมที่บริษัทได้มีการดำเนินการ ส่งผลให้กิจการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และเป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในแต่ละกิจกรรมหรือโครงการจะมีมูลค่าการลงทุนแตกต่างกันมาก และไม่แน่นอน เนื่องจากหลายครั้งพบว่า การหาโครงการเพื่อสังคมที่ดีเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก สำหรับช่องทางการจัดหาทุนของกิจกรรมเพื่อสังคมนั้น สามารถจัดหาได้หลากหลายช่องทาง ทั้ง การขอรับเงินสนับสนุนแบบให้เปล่าจากมูลนิธิต่างๆ องค์การระหว่างประเทศที่ให้การสนับสนุนเงินบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ การจัดหารายได้หรือกิจกรรมพิเศษหรือการจัดหาทุนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

การทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างบริษัทและองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมจะ ช่วยให้ลดความสับสนและเกิดการประหยัดในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ทั้งนี้ การบริหารจัดการที่ดีต้องมีผู้บริหารที่ดี มีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ กิจกรรมเพื่อสังคมควรดำเนินการตามความต้องการของสังคมเป็นหลัก และมีการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ การที่บริษัทมีการจัดตั้งมูลนิธิแยกออกมาดำเนินการเพื่อสังคมเองนั้นอาจมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการดำเนินงานที่ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของมูลนิธิที่กำหนด ดังนั้น จึงควรหาวิธีที่จะทำให้ขอบเขตการดำเนินงานของมูลนิธิมีได้กว้างขวางและการขยายขนาดการลงทุนในกิจกรรมเพื่อสังคมให้เพิ่มมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ และถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะมีการจัดตั้งธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) แล้วก็ตาม แต่ที่ผ่านมา การดำเนินงานของธุรกิจเงินร่วมลงทุนมักให้ความสนใจกับกิจการที่ให้ผลตอบแทนสูงและเป็นกิจการที่อยู่ในระยะขั้นตอนการเติบโตและขยายกิจการเป็นหลัก โดยนักลงทุนมองว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมในไทยมีขนาดเล็กและมีผลตอบแทนต่ำจึงไม่สนใจเข้ามาลงทุน ดังนั้น ภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดวิสาหกิจเพื่อสังคมต้นแบบขึ้น เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ได้มีรูปแบบที่ดีในการนำไปประยุกต์ใช้ ควรส่งเสริมสิทธิประโยชน์เกี่ยวกับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ทั้งทางด้านภาษีและการออกกฎหมายและ/หรือมาตรการพิเศษในการสนับสนุนให้มีวิสาหกิจเพื่อสังคมเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ภาครัฐควรต้องทำความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมให้แก่หน่วยงานและองค์กรต่างๆ เพราะส่วนหนึ่งยังไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อแสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือ ยังไม่เข้าใจอย่างลึกซึ้งว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมคืออะไรและยังมีประชาชนอีกจำนวนมากที่ยังไม่รู้จักวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลสำเร็จขององค์กรนั้นคือผลสำเร็จที่เกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและอีกสิ่งที่สำคัญก็คือกำไร ทั้งนี้วิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องบรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ด้านคือ Triple Bottom

Line (Social, Environment, Profit) หรือ 3Ps (People, Planet, Profit) อย่างไรก็ตาม การที่วิสาหกิจเพื่อสังคมจะประสบความสำเร็จได้นั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมต้องมีการกำหนดกรอบของกิจการชัดเจน และต้องมีจุดขายของกิจการ(เช่น มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือบริการ) ต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ที่จะดำเนินงานให้ชัดเจน รวมถึงผู้บริหารต้องมีทักษะในการบริหารจัดการ ต้องเป็นผู้ที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ที่สำคัญผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จควรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Base) เพื่อนำไปสู่การนำไปปรับใช้ของผู้ที่ทำวิสาหกิจเพื่อสังคมรายอื่นๆ ต่อไป อีกทั้งต้องมีความเชื่อมโยงวิสาหกิจเพื่อสังคมกับองค์กรต่างๆ และภายในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการวิจัยรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีการออกแบบจากความร่วมมือ 5 ภาคส่วนนี้ มีความเหมาะสมในรูปแบบ แต่ควรมีการดำเนินการตามที่ได้กล่าวมาในข้างต้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย : รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน จากการสำรวจโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้แทนหน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการรวบรวมข้อมูล และการศึกษาคูงานที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถรวบรวมข้อสรุปเพื่อหาแนวทางการสนับสนุนเชิงนโยบาย และใช้กำหนดยุทธศาสตร์กับรัฐบาล

สรุป

โดยสรุป ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนี้

1. มีความจำเป็นเร่งด่วนในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความมั่นใจของภาครัฐ ภาคเอกชน/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงสนับสนุนและสร้างเครือข่ายการดำเนินงานร่วมกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

2. การบ่มเพาะความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม และมุ่งเน้นแนวทางตามร่าง พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ... เพื่อสนับสนุนโอกาสในการจัดตั้งวิสาหกิจ

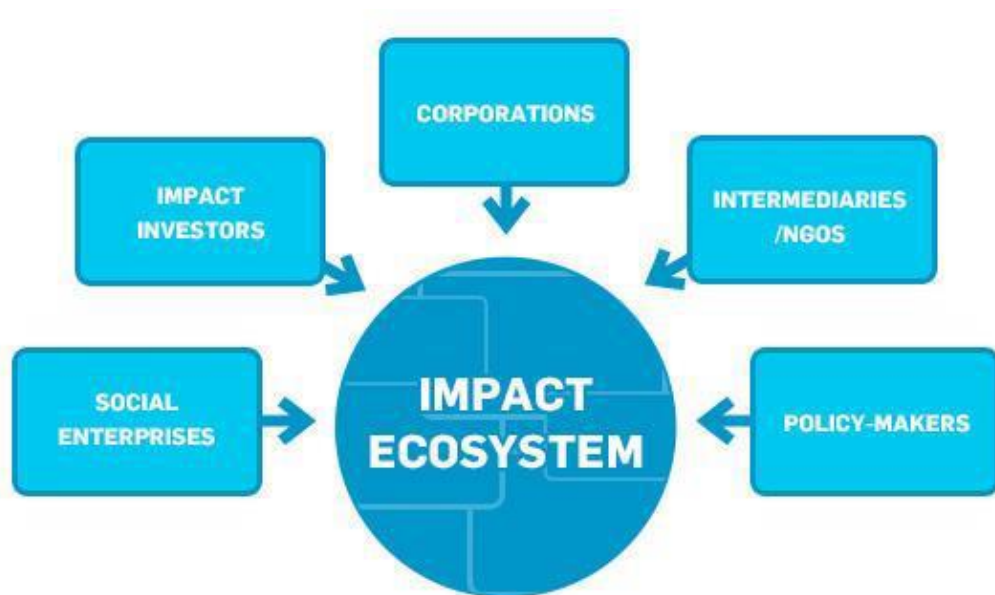
3. ส่งเสริมแรงจูงใจในรูปแบบของการสร้างเสริมศักยภาพความเข้มแข็งขององค์กร และมุ่งสร้างโอกาสความเติบโตด้านการดำเนินธุรกิจมากกว่าการขอสนับสนุนในเชิงสิทธิประโยชน์ หรือนโยบายการสนับสนุนเงินสมทบ (Subsidy)

4. ผลการวิจัย พบว่า มีความต้องการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน

โดยเห็นว่าบทบาทของร่างพระราชบัญญัติฯ ควรที่มุ่งเน้นให้การอำนวยความสะดวกและสนับสนุนโอกาสในกระบวนการจัดตั้งกิจการ ซึ่งนอกจากความสามารถในการเข้าถึงเงินทุนแล้ว การสนับสนุนให้เข้าถึงทรัพยากรของภาครัฐ/ภาคเอกชนจะเป็นปัจจัยส่งเสริมให้กิจการเพื่อสังคมสามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่ไปสร้างให้เกิดประโยชน์เพื่อสังคมสูงสุด ตลอดจน

กระบวนการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถทางธุรกิจ การมุ่งเอื้ออำนวยและจัดอุปสรรค ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ทั้งกระบวนการผลิต ตลอดจนกระบวนการตลาดและความพร้อมของ ภาคอุตสาหกรรม นอกจากการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับฐานรากแล้ว การพัฒนาวิสาหกิจ เพื่อสังคมในระดับเติบโต ควรมุ่งเน้นมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่ส่งเสริมการระดมทุน ทั้งใน ระดับนักลงทุน สถาบัน และตลาดหลักทรัพย์ที่ส่งเสริมการเอื้อให้เกิดการลงทุน เพื่อสังคม ตลอดจนกฎระเบียบนโยบายของการลงทุนจะเป็นการเอื้อต่อการเติบโตของกิจการเพื่อสังคม ใน ประเทศไทย โดยภาพรวมไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับฐานรากและระดับเติบโต ปัจจัย การส่งเสริมที่เป็นแรงจูงใจสำคัญที่สถานประกอบการ/วิสาหกิจเพื่อสังคม และผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า มีความสำคัญคือการมุ่งเน้นการสร้างฐานรากของการเติบโตของระบบนิเวศของภาคอุตสาหกรรม อย่างยั่งยืน ดังภาพกรอบการพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ของ UNGlobal Compact

แผนภาพที่ 5-1 : ภาพกรอบการพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ของ UNGlobal Compact

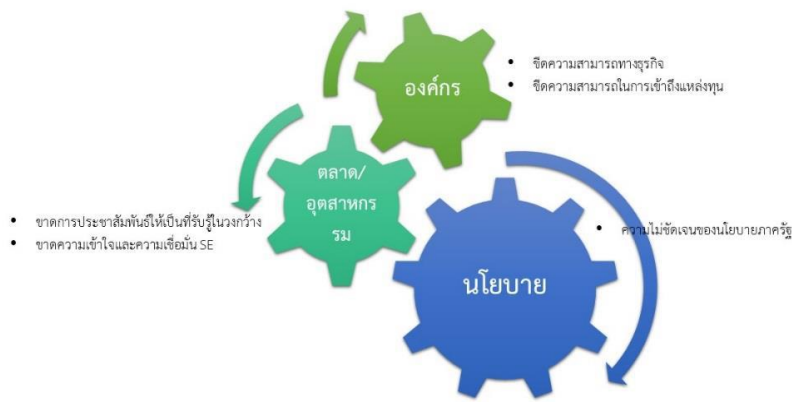


Source: *A Framework for Action: Social Enterprise & Impact Investing*

พบว่าปัญหาดังกล่าว เป็นประเด็นย่อยภายใต้ปัจจัยสำคัญที่ภาคส่วนต่าง ๆ เห็นว่าเป็น ปัจจัย ในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมเติบโต ดังนั้นผลการศึกษานี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงจุดอ่อน และปัญหาสำคัญที่ผู้กำหนดนโยบายและแนวทางการสนับสนุนควรพุ่งเป้าไปที่การแก้ไขข้อท้าทาย ดังกล่าว ซึ่งจะพบประเด็นปัญหามิติดของการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ใน 3

ระดับสำคัญได้แก่ ระดับนโยบาย ระดับอุตสาหกรรม และระดับองค์กร โดยประเด็นสำคัญจากความไม่ชัดเจนและความไม่ต่อเนื่องในระดับนโยบาย เป็นผลสำคัญต่อความเข้าใจและการรับรู้ของตลาดและภาคอุตสาหกรรมรวมทั้งระดับความเชื่อมั่น ตลอดจนกลไกในการสนับสนุนสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจเพื่อสังคมยังมีไม่เพียงพอ

แผนภาพที่ 5-2 : ภาพแสดงมิติของการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย



แนวนโยบายทางประชารัฐกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ลักษณะการดำเนินงานของ บริษัทประชารัฐ จำกัด ซึ่งมีลักษณะ Social Enterprise หรือวิสาหกิจ เพื่อสังคม โดยการส่งเสริมสนับสนุนในลักษณะการมีส่วนร่วมจาก ภาครัฐ เอกชน และประชาชน (ชุมชน) โดยรูปแบบ การจัดตั้งองค์กรเป็นการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด ไม่มีการปันผลกำไร บริษัทเอกชนที่มาร่วมลงทุน จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีในการลงทุน เพื่อช่วยชุมชนในการสร้างความเข้มแข็งธุรกิจของตนเอง

วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญนี้จะเห็นว่า “โครงการประชารัฐ” ตามนโยบายของรัฐบาล สอดคล้องกับการพัฒนาความเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนี้

- แนวทางใกล้เคียงกัน มีกรอบแนวคิดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยุทธศาสตร์พระราชทาน “ระเบิดจากข้างใน” ที่ยึดปัญหาความต้องการของประชาชนเป็นตัวตั้ง แต่ประชารัฐ มุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจชุมชนฐานราก ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับเติบโตและขยายผล

- โครงสร้างของประชารัฐ มีการจัดการเน้นการพัฒนาใน 3 ด้าน คือ ด้านการเกษตร ด้านการแปรรูป SME/OTOP และด้านการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคม เน้นเป้าหมายของกิจการที่ชัดเจน ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับมิติของการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมใน 3 ระดับที่กล่าวมาข้างต้น คือ ระดับนโยบาย ระดับอุตสาหกรรม และ ระดับองค์กร พบว่า โครงการประชารัฐ เป็นกลไกนำร่องในการมุ่งพัฒนาและแก้ไขปัญหาใน 2 ระดับสำคัญ ได้แก่

1. ระดับองค์กร ที่มุ่งเน้นให้เกิดกลไก ความร่วมมือจากภาครัฐ-เอกชนในการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำจังหวัดจังหวัดที่ช่วยเหลือเป็นศูนย์กลางส่งเสริมเครือข่ายสมาชิกวิสาหกิจเพื่อสังคมภายในจังหวัด และ

2. ระดับตลาด/ภาคอุตสาหกรรม ที่มุ่งเน้นส่งเสริมการสร้างตลาดจับคู่โดยตรงกับภาคเอกชนและสร้างการรับรู้ในระดับประเทศผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ แต่ยังไม่ครอบคลุมถึงการพัฒนาในระดับนโยบายของภาครัฐ เนื่องจากมุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจชุมชนฐานราก ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับเติบโตและขยายผล รวมถึงโครงสร้างการจัดการ การจดทะเบียน ดังนั้น โครงการประชารัฐจึงเป็นการสร้างความตระหนักถึงวิสาหกิจเพื่อสังคม หากแต่สิ่ง ที่ควรเร่งดำเนินการควบคู่กันเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสับสน คือการกำหนดนโยบาย ระเบียบ ออก พรบ.และระเบียบปฏิบัติที่รองรับโครงสร้างการบริหารจัดการ วิสาหกิจสังคมอย่างมีระบบ

สรุปผลการวิจัยออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนาองค์ความรู้และขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทุกหน่วยงาน มีความเห็นว่าเป็นการทำให้เกิดการกระตุ้นและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม มีการสร้างระบบที่ชัดเจน โดยการตอบโจทย์ 3 ประการคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสามารถคำนวณเป็นผลกำไรออกมาได้ รวมถึงการสร้างความเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของชุมชนในการพัฒนา และถอดออกมาในรูปธุรกิจ เพื่อนำมาพัฒนา ให้ยั่งยืน ที่สำคัญมีระบบการรับรอง (Certify) วิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างถูกต้อง และมีการพิจารณาสิทธิประโยชน์ การเข้าถึงแหล่งทุนมาตรการส่งเสริมการลงทุน

2. การเข้าถึงแหล่งทุน

2.1 การตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี ในลักษณะของการร่วมลงทุน

2.2 การให้สถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) สนับสนุนเงินทุนให้กับวิสาหกิจ เพื่อสังคมในลักษณะการให้สินเชื่อกับบริษัทประชารัฐรักสามัคคี ต่างๆ

2.3 การจัดตั้งธนาคารเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งการจัดตั้งสถาบันการเงินต้องตราเป็นพระราชบัญญัติเฉพาะ

3. มาตรการส่งเสริมการลงทุน

ภาครัฐการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามพระราชกฤษฎีกาประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 ด้านผู้แทนจากภาคเอกชน ได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติฯ ว่าควร เน้นการสร้างแรงจูงใจให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการบริหารจัดการธุรกิจให้มีผลกำไรมากกว่าการได้รับ สิทธิประโยชน์ทางภาษี

4. การส่งเสริมการตลาดและการบริโภค

ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทุกหน่วยงาน มีความเห็นว่าเป็นการสร้าง จิตสำนึก ให้ดำเนินการตลาดเพื่อให้ประชาชนอยากซื้อสินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อช่วยคนอื่น อย่างไม่รู้ตัวตามสินค้าของวิสาหกิจเพื่อสังคมควรมีระบบการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรอง เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต การรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือ คุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ และหากควบคุมคุณภาพไม่ได้ก็ไม่ควรให้การ สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมนายนั้น

5. การสร้างเครือข่ายพันธมิตร

ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทุกหน่วยงาน มีความเห็นว่าการส่งเสริม วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นการกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนที่สนใจเข้ามาประกอบกิจการเพื่อสังคมมากขึ้น อย่างไม่รู้ตัว ประชาชน ส่วนใหญ่ยังอยู่ในกรอบการขอความช่วยเหลือ เมื่อมีปัญหายังรอให้รัฐบาล ช่วยเหลือไม่คิดจัดการปัญหาด้วยตนเอง ดังนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมจะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนได้ ควรหา วิธีการที่จะทำให้ชาวบ้านร่วมมือกันแก้ปัญหาชุมชน เกิดการสื่อสารกันเพื่อให้รู้ถึงความต้องการ ของชุมชนในการพัฒนาและถอดออกมา ในรูปแบบธุรกิจ นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมโครงการนำ ร่องที่จะช่วยส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นรูปธรรมได้มากและเร็ว เมื่อมีต้นแบบที่ทำได้แล้วก็ สามารถขยายตัวได้มากขึ้น นอกจากนี้ควรสร้างเครือข่ายระหว่างบริษัท ประชากรรัฐรักสามัคคีจังหวัด ต่างๆ ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัย พบประเด็นข้อท้าทายของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย จากข้อคิดเห็นของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีข้อเสนอเชิงนโยบายต่อรูปแบบการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ดังนี้

1.1 ข้อเสนอการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อภาครัฐ

1.1.1 การสร้างความรับรู้และความเชื่อมั่นสังคมต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม : ภาครัฐควรมีการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจวิสาหกิจเพื่อสังคม แก่ทุกภาคส่วน เพื่อให้เป็นช่องทาง การเติบโต ของวิสาหกิจเพื่อสังคมมากยิ่งขึ้น

1.1.2 ควรให้เร่งผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว : ภาครัฐควรผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. เพื่อสร้างกลไก ที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งจะเป็นการส่งเสริม ให้ทุกภาคส่วนสนใจที่จะเข้ามาประกอบกิจการเพื่อสังคมมากขึ้น

1.1.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ : เพื่อให้ทราบถึงประโยชน์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องในกระบวนการมีความเข้าใจและสามารถส่งเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.4 ควรเชื่อมโยงบริษัท ประชาธิปไตยจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จังหวัด ต่างๆ ให้เกิดความเป็น Synergy กันระหว่างจังหวัด อันจะช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน

1.1.5 ความต่อเนื่อง และความชัดเจนในการผลักดันโครงการประชารัฐใน ทุกๆรัฐบาล เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง เติบโตต่อไปในอนาคต

1.2 ข้อเสนอการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อภาคเอกชน

1.2.1 ส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของภาคเอกชน : ควร ส่งเสริมให้มีการดำเนินงานนำร่องที่จะช่วยขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มากขึ้น เพื่อเป็นต้นแบบ และมีการขยายตัวในภาคธุรกิจ ต่าง ๆ ที่มีความสนใจ

1.2.2 การสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจเพื่อสังคม : ควรสนับสนุนให้ วิสาหกิจเพื่อสังคม มีความสามารถในการทำกำไรมากกว่าผลประโยชน์ทางภาษี หรือรอรับการ ช่วยเหลือสงเคราะห์จากรัฐ

1.3. ส่งเสริมองค์ความรู้ ทั้งด้านการบริหารจัดการองค์กร ความรู้ด้านบัญชี การเงิน การเขียนแผนธุรกิจ และโครงการเสนอต่อรัฐบาล

2. ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

นอกจากการวิเคราะห์ปัจจัยโอกาสและความสำคัญในการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ประสบความสำเร็จ ผนวกกับการวิเคราะห์ปัญหา/ความท้าทายที่ผู้ดำรงการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย สามารถสรุปเป็นกรอบข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างและนโยบายสนับสนุน มุ่งเน้น 3 มิติสำคัญ ได้แก่

2.1.1 เร่งขับเคลื่อนร่างพรบ.และกฎหมายลูก/ระเบียบปฏิบัติรองรับ : ภาครัฐควรเร่งดำเนินการผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. และเตรียมการในระดับปฏิบัติการ เพื่อให้สามารถนำกฎหมายไปปฏิบัติได้จริง จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2.1.2 เร่งกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง : ภาครัฐและภาคเอกชน ควรสร้างตระหนักรู้ต่อบทบาทและการพัฒนาของวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับประเทศ ในทุกภาคส่วน เพื่อส่งเสริมให้เกิด ความพร้อม การสนับสนุนของผู้บริโภคและตลาดที่ส่งเสริมสินค้าบริการของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.1.3 จัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ : ภาครัฐควรมุ่งกลยุทธิ์ การสร้างขีดความสามารถทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนมากกว่าการส่งเสริม ในเชิงการช่วยเหลือแบบให้เปล่า

2.2 ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกการสร้างความเข้มแข็งวิสาหกิจเพื่อสังคม มุ่งเน้น 3 มิติสำคัญ ได้แก่

2.2.1 กระบวนการในการบ่มเพาะขีดความสามารถของวิสาหกิจเพื่อสังคม : ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันพัฒนากลไก/สถาบัน/ตัวกลาง ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานคุณภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างเป็นระบบขยายกระจายรองรับความต้องการในการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วประเทศ

2.2.2 ส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากร : ภาครัฐเร่งพัฒนากลไกภายใน เพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสม ตลอดจนเอื้อให้เกิดการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบที่มีความแตกต่างกันในบริบทต่าง ๆ ทั้งในมิติทางสังคม และมิติทางธุรกิจ

2.2.3 สนับสนุนกลไกในการขยายผล : ภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมกันศึกษาพัฒนาโครงสร้าง เพื่อรองรับการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับการขยายกิจการ เช่น

การพัฒนาการออกแบบพัฒนา งานวิจัย นวัตกรรม และการเข้าถึงแหล่งทุนในระดับการขยายกิจการ การส่งเสริมภาคีเครือข่าย ทั้งในประเทศและระดับต่างประเทศ

2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากลไกทางการตลาดและความพร้อมภาคเอกชน
มุ่งเน้น 3 มิติสำคัญได้แก่

2.3.1 เชื่อมต่อกลไกทางการตลาดและการสร้างตลาดใหม่ (Supply Chain) :
ภาครัฐ ส่งเสริม ความมั่นใจและแรงจูงใจให้เกิดการระหว่างภาคเอกชนกับวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็ง และเปิดตลาดที่มีความมั่นคงแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม

2.3.2 สนับสนุนให้เกิดระบบพี่เลี้ยงผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ : ภาครัฐ และภาคเอกชน ดำเนินการร่วมกันในการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากชุมชน

2.3.3 ส่งเสริมการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) : ภาครัฐ เร่งสร้างแรงจูงใจในการลงทุนของภาคเอกชนที่เชื่อมสู่การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.4. ยุทธศาสตร์การบูรณาการนโยบายสู่การปฏิบัติและสร้างความร่วมมือภาครัฐ-ภาคเอกชน

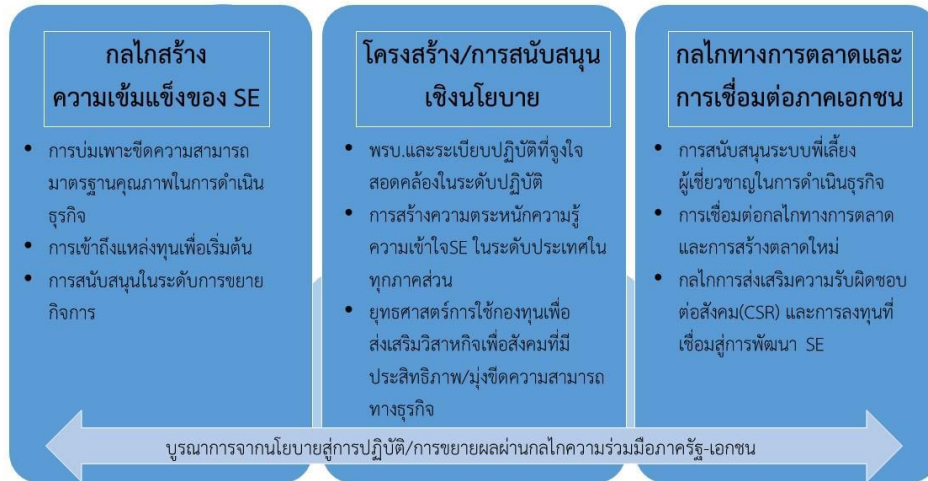
การขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยการสร้างกลไกบูรณาการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการกำหนดนโยบายที่สามารถนำมาสู่การปฏิบัติได้มีความสำคัญอย่างยิ่งได้แก่

2.4.1 กลไกสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) : การบ่มเพาะ ชีตความสามารถ มาตรฐานคุณภาพในการดำเนินธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งทุนระยะเริ่มต้น การสนับสนุนในระดับการขยายกิจการ

2.4.2 โครงสร้างการสนับสนุนเชิงนโยบาย : พระราชบัญญัติและระเบียบปฏิบัติที่จูงใจ สอดคล้อง ในระดับปฏิบัติ การสร้างความเข้าใจวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับประเทศ มีกองทุนเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ เพื่อสังคม มุ่งพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.4.3 กลไกการตลาดและการเชื่อมต่อภาคเอกชน : สนับสนุนระบบพี่เลี้ยงที่มีความเชี่ยวชาญ ทางธุรกิจ กลไกการตลาดและการสร้างตลาดใหม่ ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เชื่อมสู่การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม

แผนภาพที่ 5-3 ยุทธศาสตร์การบูรณาการนโยบายสู่การปฏิบัติและสร้างความร่วมมือภาครัฐ-ภาคเอกชน



แนวโน้มการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมเริ่มมีบทบาทสำคัญควบคู่ไปกับกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development) ซึ่งเป็นการพัฒนาที่ไม่มุ่งเน้นด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลอีกด้วย แม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจะเริ่มมีการพัฒนามาระยะหนึ่งในต่างประเทศ แต่สำหรับประเทศไทยวิสาหกิจเพื่อสังคมยังเป็นรูปแบบที่ค่อนข้างใหม่ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้ในประเทศไทยยังมีระดับการพัฒนาอยู่ในระดับต่ำ

วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม สิ่งแวดล้อม ที่มีการนำนวัตกรรมสังคม (Social Innovation) เข้ามาใช้ในการแก้ไขปัญหา เป็นการสร้างความยั่งยืนในการแก้ปัญหาจากการดำเนินงานทางด้านธุรกิจ และการดำเนินงานทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป นอกจากนี้ การดำเนินกิจการในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ยังเป็นการลดการพึ่งพาการแก้ไขปัญหาจากหน่วยงานภาครัฐที่ไม่ทั่วถึงและไม่ครอบคลุม ลดความเสี่ยงในการดำเนินโครงการที่ไม่ประสบความสำเร็จของภาคสังคมและภาคประชาชนที่เกิดขึ้นจากการขาดเงินทุนในการสนับสนุน ทั้งนี้ ผลการศึกษาจากประสบการณ์และตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศต่างๆ พบว่าทุกประเทศ ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมต่างต้องผ่านการเรียนรู้ ประสบกับปัญหาและอุปสรรคมาทั้งสิ้นถึงแม้การผลักดันแนวคิดของวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีหลากหลายวิธีการ แต่เครื่องมือพื้นฐานที่หลายประเทศให้ความสำคัญ ได้แก่ การระบุนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ชัดเจน การพัฒนาหน่วยงานเฉพาะสำหรับดูแลวิสาหกิจเพื่อสังคม การออกกฎหมายเฉพาะในการสนับสนุนการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม และการพัฒนางานวิจัยในการพัฒนานวัตกรรม การให้

เงินทุนสนับสนุนเพื่อให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเริ่มต้นได้ ตลอดจนการมีมาตรการต่างๆเข้ามาช่วยเหลือด้วย อาทิ การจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือธุรกิจในด้านต่างๆ การจัดตั้งกองทุนต่างๆ การให้คำปรึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ตลอดจนการแก้ไขกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยและเป็นแรงจูงใจให้เกิดการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เครื่องมือเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างเป็นระบบและเป็นองค์รวมทำให้การสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นประสบความสำเร็จมากกว่าการเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่ง องค์ประกอบสำคัญของการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างเป็นระบบให้ได้ผลคือการกำหนดแผนกลยุทธ์ระยะยาว (Master Plan) ของภาครัฐที่จะผลักดันวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากที่ผ่านมาการผลักดันของภาครัฐโดยส่วนใหญ่ จะเป็นเพียงการกำหนดแนวทางขึ้นมาจากบางหน่วยงานของรัฐ จึงขาดการมีส่วนร่วมของภาคส่วนอื่นๆ ทำให้การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมยังขาดเอกภาพในการทำงาน ดังนั้น ในระยะหลังหลายประเทศจึงพยายามริเริ่มให้มีการสร้างแผนกลยุทธ์ระยะยาวในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในทำนองเดียวกับประเทศแคนาดาและสิงคโปร์ขึ้น

ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นการยืนยันว่ากิจกรรมเพื่อสังคมของภาคเอกชนที่ดำเนินการถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ในฐานะที่เอกชนนั้นได้ทำธุรกิจและมีผลกำไรแล้วก็ได้นำส่วนหนึ่งของผลกำไรไปคืนสู่สังคมเช่นกัน โดยการนำผลกำไรนั้นไปช่วยแก้ไขปัญหาสังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยแนวโน้มนั้นต่างๆเหล่านี้เริ่มมีมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ชุมชนนั้นได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือตนเองการสร้างอนาคตและทรัพยากรในขณะเดียวกันก็ได้สร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและปัจจัยที่สำคัญคือการได้เกิดผลของการพัฒนาชุมชน โดยให้ภาคธุรกิจนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนทำให้เกิดการพัฒนาแบบสังคมมีส่วนร่วม (Social Engagement) ดังนั้น ตัวแบบสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการรองรับปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่กำลังทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ ทั้งนี้ตัวแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา SE ในประเทศไทย จึงควรประกอบด้วยอย่างน้อย 4 มิติที่สำคัญ ได้แก่ การเลือกรูปแบบหรือประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคมให้เหมาะสม โดยรัฐบาลได้เลือกรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมที่อาศัยความร่วมมือจาก 5 ภาคส่วน มีการจัดตั้งบริษัท ประชาธิปไตยวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยวิสาหกิจเพื่อสังคมจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ทั้ง 76 จังหวัด การเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมของภาครัฐอย่างจริงจัง การจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อเป็นศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีจำนวนมากขึ้นและสามารถมีการเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเข้มแข็ง ตลอดจนการพัฒนาช่องทางแหล่งเงินทุนที่สำคัญต่างๆ สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการเฉพาะ

สำหรับการพัฒนาแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น พบว่าจุดเริ่มต้นของแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ส่วนมากได้จากเงินบริจาคเงินสนับสนุนจากผู้ที่มีเชื่อมั่นในกิจกรรมที่จะช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน โดยผนวกกับความเชื่อถือของผู้ที่ริเริ่มดำเนินการ ในส่วนที่ได้จากภาครัฐนั้นไม่ได้มาโดยตรง แต่ผ่านกิจกรรมอื่นๆ เช่น กรณีโครงการหลวง ซึ่งก็ไม่อาจนับได้ว่าเป็นแหล่งทุน แต่ช่วยในการศึกษาวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมบางกิจการได้รับเงินทุนจากมูลนิธิที่ดำเนินการเพื่อสาธารณกุศลอยู่แล้ว วิสาหกิจเพื่อสังคมบางกิจการเริ่มจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการบริการจัดการของหน่วยงานเดิมที่มีอยู่เดิม ดังนั้น แหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมีได้หลากหลายตั้งแต่ เงินบริจาคเงินรายได้จากการประกอบธุรกิจเพื่อสังคม เงินสนับสนุนจากองค์กรระหว่างประเทศ เงินร่วมลงทุนจากผู้ประกอบการหรือนักลงทุนรายย่อย แหล่งทุนสนับสนุนจากภาครัฐกองทุนรวม (Mutual fund) ธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาตลาดเงินและตลาดทุนช่องทางใหม่ๆ จึงเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการเกิดใหม่และเติบโตได้อย่างมั่นคงนอกจากการจัดหาทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยทั่วไป (เช่น การกู้ยืมเงิน) แล้ว ภาครัฐควรรักษาความสำคัญกับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการรายใหม่ (New social entrepreneurs) ซึ่งเป็นองค์กรที่ประเทศไทยควรให้การสนับสนุนเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันไทยกำลังตื่นตัวกับกระแสการสร้างผู้ประกอบการใหม่เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่สนใจจัดตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแล้วยังมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อม อีกด้วยทว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการใหม่มักจะประสบปัญหาทางด้านเงินทุนเป็นอย่างมากทั้งในการระดมเงินทุนเริ่มต้นกิจการและเงินทุนในการขยายกิจการ เพราะวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมักมีผลตอบแทนด้านการเงินต่ำ ทำให้การเข้าถึงเงินทุนเชิงพาณิชย์จากแหล่งอื่น เช่น การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน หรือการระดมจากตลาดทุนแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย นอกจากนี้การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ แม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้ จะมีความตั้งใจเข้ามาทำกิจกรรมเชิงธุรกิจเพื่อสังคมแต่อาจขาดประสบการณ์และขาดทักษะการบริหารจัดการเชิงธุรกิจที่เหมาะสม ดังนั้น แหล่งเงินทุนที่เหมาะสมสำหรับกิจการในกลุ่มนี้มากที่สุดควรจะเป็นกองทุนร่วมลงทุนในลักษณะของธุรกิจเงินร่วมลงทุนเพื่อสังคม (Venture Philanthropy) เป็นหลัก ทั้งนี้มีเหตุผลสนับสนุนหลายประการ อาทิเช่น มูลนิธิต่างๆ มักมีนโยบายให้การสนับสนุนเป็นรายโครงการมากกว่าการเข้ามาช่วยกิจการทั้งบริษัท การบริจาคขององค์กรการกุศลต่างๆ มักมีข้อจำกัดเรื่องของงบประมาณที่ไม่เพียงพอมูลนิธิหลายแห่งมักเน้นการจัดสรรเงินทุนโดยคำนึงถึงความต้องการใช้เงินทุนของโครงการมากกว่าผลประกอบการที่ผ่านมาของวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือการที่มูลนิธิส่วนมากจะไม่เข้ายุ่งเกี่ยวกับการบริหารงานของวิสาหกิจเพื่อ

สังคมทำให้ธุรกิจเงินร่วมลงทุนในลักษณะ Venture Philanthropy น่าจะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้ในประเทศไทย

สำหรับการพัฒนาตลาดการลงทุนเพื่อสังคมยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นซึ่งต้องเผชิญกับอุปสรรคการดำเนินงานที่ซับซ้อนอีกมาก ดังนั้นจึงควรมีตัวอย่างของความสำเร็จ (Best-Practice) ในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อจุดประกายกระแสการลงทุนเพื่อสังคม และดึงดูดเงินทุนสู่ตลาดใหม่นี้ ความหลากหลายของประเภทการลงทุนที่เอื้อความสะดวกต่อนักลงทุน สิ่งจูงใจให้แก่นักลงทุน เช่น การลดหย่อนภาษี มาตรการบริหารจัดการความเสี่ยง และมาตรฐานในการวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมและการจัดทำรายงาน อีกปัจจัยสำคัญคือการสร้างตลาดแหล่งลงทุนโดยเฉพาะตลาดวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นเป้าหมายหลักของทุนเพื่อสังคม ทั้งนี้ความสอดคล้องในการเติบโตของตลาดทั้งสองนี้ “การลงทุนเพื่อสังคม และวิสาหกิจเพื่อสังคม” จะนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมใหม่ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในส่วนหนึ่งสร้างตลาดใหม่ในภาคการเงินที่ภาคธุรกิจสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วยกระบวนการทางธุรกิจ และในอีกส่วนหนึ่งส่งเสริมการพัฒนาชุมชนโดยที่ไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาคสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ในการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

กล่าวโดยสรุปแล้วจะเห็นว่ารูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ในรูปแบบโครงการสานพลังประชารัฐ ทั้งในการจัดตั้งบริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ที่เป็นบริษัทส่วนกลางในลักษณะ Holding Company และ มีการตั้งบริษัทลูก ในลักษณะบริษัทประชารัฐจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ทั้ง 76 จังหวัด นั้นมีข้อเสนอแนะด้านแนวคิดยังอิงระบบราชการมากเกินไป ควรให้ประชาสังคม และประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นหากบริษัทเข้มแข็ง ควรลดการบริหารจัดการและถือหุ้นโดยภาครัฐ และภาคเอกชนลง ควรเน้นบทบาทของประชาสังคม และประชาชนเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะเน้นรูปแบบรัฐวิสาหกิจเพื่อสังคมที่สมบูรณ์แบบภายในอนาคต อย่างไรก็ตามรูปแบบมีความเหมาะสม หากสามารถพัฒนาบริษัท ทั้ง 76 จังหวัด ให้มีความเข้มแข็ง เชื่อมโยงกันได้อย่างเป็นรูปธรรม จะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป ดังที่ปรากฏในต่างประเทศ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

โกศล ดีศีลธรรม. *องค์กรทำดีเพื่อสังคม*. กรุงเทพฯ : นำอักษรการพิมพ์, 2554.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ. *สานพลังประชารัฐ*. กรุงเทพฯ : บริษัท
อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), 2559.

คณะผู้จัดทำรวมกิจการเพื่อสังคมในไทย. *SE Catalog รวมกิจการเพื่อสังคมในไทย*. กรุงเทพฯ : บริษัท
ซิด ซิด แคลป์ ตัล จำกัด, 2555.

คณะวิจัยโครงการ SE 50 สถาบันเซ็นจีพีวชน. *กิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ, 2553.

โจเซฟ อี สติกลิตส์. *ราคาของความเหลื่อมล้ำ*. แปลโดย สฤณี อาชวานันทกุล, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
openworlds, 2556.

ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, บรรณาธิการ. *บันทึกถ้อยคำ NGOs: กำเนิดและพัฒนาการขององค์กรพัฒนาเอกชน
ภาคเหนือ*. เชียงใหม่ : คณะกรรมการประสานงานองค์กรพัฒนาเอกชนภาคเหนือ, 2543.

เดวิด บอร์นสไตน์. *ผู้ประกอบการสังคม: พลังความคิดใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลง*. แปลโดย เจริญเกียรติ
ชนสุขถาวร และวิไล ตระกูลสิน. กรุงเทพฯ : บริษัท แพลน พริ้นท์ติ้ง จำกัด, 2556.

“พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ.
2559”, *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 133 ตอนที่ 76 ก., 30 สิงหาคม 2559, หน้า 1-4.

พัชรินทร์ วรรดิณี. “สานพลังประชารัฐ: การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ”. กองวิชาการ กรม
พัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2559.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. *การตลาดเพื่อสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขปรับปรุง, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

มิชชัย วีระไวทยะ และ เฮเช่น, โจนธาณ. *องค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์กับกลยุทธ์เชิงธุรกิจ*.
กรุงเทพฯ : สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน ร่วมกับ โครงการโรคเอดส์แห่ง
สหประชาชาติ, 2544.

สุดาทิพย์ ตันดินิกุลชัย และศักดา หงส์ทอง. *ธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์ เอ็มพันธ์
จำกัด, 2547.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสิณี. *ความรับผิดชอบต่อสังคม*. กรุงเทพฯ : บริษัท แพลน พริ้นท์ติ้ง จำกัด, 2556.

วารสารและหนังสือพิมพ์

วารกรณ์ สามโกเศศ. “Social Enterprise คือ นวัตกรรมแห่งการให้”, *มติชนรายวัน*. 25 มิถุนายน 2552.

หน้า 6.

วิชาดา อนุถาวรธกะ. “ความสามารถในการแข่งขันนั้นสำคัญไฉน”, *ประชาชาติธุรกิจ*. 23 พฤศจิกายน 2552. หน้า 34.

รัตติกาล พูลสวัสดิ์ (บรรณาธิการ). “BRAC Extend a Hand to Around the World”, *นิตยสารกิจการเพื่อ*

สังคม. 1 (4) , มกราคม-มีนาคม. หน้า 42-43.

ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ. “การศึกษากรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย”,

วารสารสมาคมนักวิจัย 20, 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2558). หน้า 36-47.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ. (2553, ตุลาคม-ธันวาคม). “นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และ

ความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”, *บริหารธุรกิจ*. ตุลาคม-ธันวาคม 2553. หน้า 49-65

เอกสารไม่ตีพิมพ์

กลุ่มเกษตรกรคนพิการผู้เลี้ยงแพะตำบลพังราด. “รายงานประจำปี 2555 กลุ่มเกษตรกรคนพิการผู้เลี้ยงแพะตำบลพังราด”. 2555.

กิจการเพื่อสังคม ในส์คอร์ด เอส.อี. “รายงานสรุปโครงการศึกษาดูงาน โครงสร้างของการพัฒนาภาคส่วนที่สาม (Third Sector) ในประเทศอังกฤษ”. 2555.

นักศึกษาสถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูงการบริหารงาน ภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 15. “การศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย : การส่งเสริมของภาครัฐและภาคเอกชน (Start Up Social Enterprise (SE) by Public and Private Support)”.

หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 15 สถาบันพระปกเกล้า. 2559.

ในส์คอร์ด เอส.อี. “รายงานสรุปโครงการศึกษาดูงาน โครงสร้างของการพัฒนาภาคส่วนที่สาม (Third Sector) ในประเทศอังกฤษ ระหว่างวันที่ 25-29 มิถุนายน 2555 จัดโดย บริติช เคาน์ซิลและกิจการเพื่อสังคมในส์คอร์ด”. 2555.

พระปกเกล้า, สถาบัน. กลุ่มศึกษาดูงานเชียงใหม่. 2559. กรุงเทพฯ (เอกสารเย็บเล่ม).

ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. (เอกสารเย็บเล่ม)

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร. “คู่มือใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตามหลักสูตรของวิทยาลัยป้องกัน
 ราชอาณาจักร” เอกสารประกอบหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) และ หลักสูตร
 การป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน (ปรอ.) ประจำปี การศึกษาพุทธศักราช 2552-
 2553 เอกสาร วปอ. หมายเลข 008 คู่มือเรื่องความมั่นคงแห่งชาติ. 2552.
 สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553-
 2557”. 13 กันยายน 2553.

วิทยานิพนธ์

เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณ. “กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ”.
 เอกสารวิจัยส่วนบุคคล,วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2557.
 ชัยยุทธ ชานาญเลิศกิจ. “กิจการเพื่อสังคมในตลาดทุน ระบบตลาดเป็นฐานเพื่อผลตอบแทนทางสังคม
 ต่อการลงทุนที่ยั่งยืน”, คุยฉินิพนธ์ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม,
 2554.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. “Benefit Corp. องค์กรธุรกิจยุคใหม่”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
[http://www.bangkokbiznews.com/home/details/business/ceo-blogs/pipat/20120315/
 441818/Benefit-Corp-องค์กรธุรกิจยุคใหม่.html](http://www.bangkokbiznews.com/home/details/business/ceo-blogs/pipat/20120315/441818/Benefit-Corp-องค์กรธุรกิจยุคใหม่.html), 2560.
 วีรบูรณ์ วิสารทสกุล. “การประกอบการทางสังคมจากปฏิบัติการสู่กรอบกฎหมาย : บทบาททวน
 วรรณกรรม”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://www.midnightuniv.org/midnighttext
 /000808.doc](http://www.midnightuniv.org/midnighttext/000808.doc), 2560.
 สฤณี อาชวานันทกุล. “ความเหลื่อมล้ำฉบับพกพา”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://www.goodreads.com/ebooks/download/20655687>, 2554.
 ธุรกิจเพื่อสังคม, สถาบัน. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. “Social Enterprise: Key Success Factors”
 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http://www.csri.or.th/new2012/index.php?option=com_k2&view=
 item&id=213:social-enterprise-key-success-factors&Itemid=577](http://www.csri.or.th/new2012/index.php?option=com_k2&view=item&id=213:social-enterprise-key-success-factors&Itemid=577). 2560.
 พัฒนาการธุรกิจอย่างยั่งยืน, สถาบัน. “งานศึกษา Stakeholder Engagement” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://www.sbdithailand.com/?p=323>, 2560.

อนาคตไทยศึกษา,สถาบัน. “8 ข้อเท็จจริง ความเหลื่อมล้ำในไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.thailandfuturefoundation.org/upload/reports/8%20ข้อเท็จจริงความเหลื่อมล้ำในไทย_full_report.pdf, 2560.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. “รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำของประเทศไทย ปี 2554” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://social.nesdb.go.th/social/Portals/0/Documents/8456_164.pdf, 2560.

นายกรัฐมนตรี,สำนัก. “นโยบายและแนวทางการดำเนินงานสานพลังประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐในระดับพื้นที่”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaigov.go.th/index.php/th/government-th1/item/102750-102750>, 2559.

ประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ,สำนักงาน. “คู่มือประชารัฐรักสามัคคี ฉบับที่ 2”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.prsthailand.com>

[/media/download/2017/01/24/17/bfba/Manual_V2.pdf](http://www.prsthailand.com/media/download/2017/01/24/17/bfba/Manual_V2.pdf), 2559.

สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. “กิจการเพื่อสังคม คืออะไร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

: <http://www.tseo.or.th/faq/1152>, 2560.

สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. “แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553-2557”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://tseo.or.th/sites/default/files/se_masterplan_53-57.pdf,2560.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Bornstein, David. *How to Change the World: Social Entrepreneurs and The Power of New Ideas*.

New York: Oxford University Press, 2004.

Denny, S. & Seddon, F. Eds. *Social Enterprise: Accountability and Evaluation Around the World*.

London : Routledge, 2014.

Leadbeater, C. *The Rise of the Social Entrepreneur*. London :Demos. 1997.

Mair, J., Robinson, J. & Hockerts, K. Eds. *Social Entrepreneurship*. New York :Palgrave Macmillan, 2006.

Pearce, J. *Social Enterprise in Anytown*. London :Calouste Gulbenkian Foundation, 2003.

Peattie, Ken and Adrian Morley. *Social Enterprises : Diversity and Dynamics, Contexts and Contributions*. Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society (BRASS). Cardiff University.2008.

- Prahalad, C.K. & Hammond, Allen. Eds. *Harvard Business Review on Corporate Responsibility*. MA. : Harvard Business School Publishing Corporation, 2003.
- Ridley-Duff, R. & Bull, M. *Understanding Social Enterprise*. London : SAGE Publications Ltd., 2011.
- Rogers, Everett M. & Burdge, Rabel J. *Social change in rural societies*. London : Appleton-Century-Crofts, 1972.
- Vago Steven. *Social Change, 5th Edition*, New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2004.
- Weinreich, N.K. *Hands-on Social Marketing*. Thousand Oaks : Sage Publications, 1999.

Journals and Newspapers

- Dees, J.G. "Enterprising Nonprofits," *Harvard Business Review*. Vol. 76 (1), p. 55-67.
- Dees, J.G., Anderson, B.B., & Wei-Skillern, J., 2004. "Scaling social impact" *Stanford Social Innovation Review*. Vol. 1, 2004. p. 24-32.
- Jones, Declan and Keogh William. "Social Enterprise : A Case of Terminological Ambiguity and complexity", *Social Enterprise Journal*. 2 (1), 2006. P.11-26.
- Kaynak, E. & Hundanah, B. I. "Operationalising the Relationship between Marketing and Development: Some Insights from Less-Developed Countries", *European Journal of Marketing*. Vol. 21 (1), p. 48-65.
- Kotler, P. & Zaltman, G. "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change", *Journal of Marketing*. Vol. 35 (July), p. 3-12.
- Kotler, P. "A Generic Concept of Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 36 (April), p. 46-54.
- Mentzer, J.T. & Samli, A.C. "A Model for Marketing in Economic Development", *Columbia Journal of World Business*. Vol. 16, p. 91-100.
- Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Vol. 8 (Winter, 2003), p.79-88.
- Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization and Measurement", *American Marketing Association Conference Proceedings*. 13, p. 5-10.

- Pam Seanor, Bull Mike , Sue Baines, & Rory Ridley-Duff, (2013) "Narratives of transition from social to enterprise: you can't get there from here!", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol. 19 (3), p.324 – 343.
- Rory Ridley-Duff & Cliff, Southcombe, "The Social Enterprise Mark: a critical review of its conceptual dimensions", *Social Enterprise Journal*. Vol. 8 (3), p.178 – 200.
- Shaw, Eleanor. "Marketing in the social enterprise context: is it entrepreneurial?", *Qualitative Market Research: An International Journal*. Vol. 7 (3), p.194 - 205.
- Sodhi, ManMohan S. & Tang, Christopher S. "Social enterprises as supply-chain enablers for the poor", *Socio-Economic Planning Sciences*. Vol. 45 (Winter-2011) p.146-153.
- Westley, B.H. "Community and Social Change", *American Behavioral Scientist*. Vol. 14 (5), p. 719-741.
- Wiebe, Gerhard .D. "Merchandising Commodities and Citizenship on Television", *Public Opinion Quarterly*. Vol. 15 (Winter, 1951-1952), p. 679-691.

Non – Published Document

- Alter, Kim. *Social Enterprise Typology*. Virtue Venture LLC. 2007.
- Asia-Pacific Development Center on Disability. *The Report of Regional Workshop on Disability-Inclusive Agribusiness Development*. Asia-Pacific Development Center on Disability (Thailand). 2013.
- Bacq, Sophie and Frank Janseen. *Scaling Social Impact : A Governance Explanation Model*, LOUVAIN School of Management. 2009.
- Guclu , Ayse, J. Gregory Dees, and Beth Battle Anderson. "The Process of Social Entrepreneurship : Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit". Duke's Fuqua School of Business Center for Advanement of Social Entrepreneurship (CASE). 2002.
- Haugh, H., & Tracey. P. "The Role of Social Enterprise in Regional Development" Paper presented at The Social Enterprise and Regional Development Conference, Cambridge-MIT Institute, University of Cambridge. 2004.
- Moray, Nathalie, Robin Stevens, and Saskia Crucke. (2008). "The Process of Value Creation in Social Entrepreneurial Firms : A Theoretical Framework and Research Proposal". University College Ghent.

Mulgan, Geoff, Simon Tucker, Rushanara Ali, and Ben Sanders. (2007). "Social Innovation : What It Is, Why It Matters and How It Can be Accelerated" . Skoll Center for Social Entrepreneurship.

Electronic Database

Austin, James., Stevenson, Howard., Wei-Skillern, Jane. "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?". (Online). Available : <http://www.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x/full>, 2006.

Cajaiba-Santana, Giovany., "Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework" (Online). Available : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S00401625130023>, 2014.

Certo, S. Trevis., Miller, Toyah. "Social entrepreneurship: Key issues and concepts". (Online). Available http://www.academia.edu/5102265/Social_entrepreneurship_Key_issues_and_concepts, 2008.

Chell, Elizabeth . "Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process". (Online). Available : [http://www.uk.sagepub.com/ridleyduff/Student%20resources/Online%20journal%20readings/Chapter%202010/Article%20%20Chell,%20E.%20\(2007\)%20Social%20Enterprise%20and%20Entrepreneurship.pdf](http://www.uk.sagepub.com/ridleyduff/Student%20resources/Online%20journal%20readings/Chapter%202010/Article%20%20Chell,%20E.%20(2007)%20Social%20Enterprise%20and%20Entrepreneurship.pdf), 2007.

Cheng, Paul & Ludlow, Joe. "The Three Models of Social Enterprises" (Online). Available : <http://www.evpa.eu.com/wp-content/uploads/2010/11/CAF-Ventursome-3Models-Of-Social-Enterprise-Part-1.pdf>, 2008.

Choi, Nia & Majumdar, Satyajit. "Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research" (Online). Available : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000487>, 2013.

Christie, Michael J. "Social entrepreneurship: New research findings". (Online). Available : <http://people.few.eur.nl/thurik/Research/Articles/What%20do%20we%20know%20about%20SE%20Hoogendoornetal.pdf>, 2006.

- Dart, Raymond. "The Legitimacy of Social Enterprise". (Online). Available :
http://c.ymcdn.com/sites/www.istr.org/resource/resmgr/abstracts_-_barcelona2/grant.suzanne.pdf, 2004.
- Dees, Gregory J. "The Meaning of Social Entrepreneurship". (Online). Available :
http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf, 1998.
- Dees, Gregory J. "The Meaning of Social Entrepreneurship". (Online). Available :
http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf, 2001.
- Evaluating the Success Factors for Establishing a Thriving Social Enterprise in Scotland. Jonathan Coburn, Rick Rijdsdijk EKOS Ltd. <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/332260/0108115.pdf>, 2010.
- For-Benefit Corporations. Fourth Sector Network. <http://www.fourthsector.net/learn/for-benefit-corporations>, 2013.
- Gardner, R.J. "The Brunn-Minkoski Inequality." (Online). Available :
<http://www.math.tau.ac.il/~shiri/teaching/gard.pdf>, 2001.
- "How a Business Can Change the World", Inc. Magazine. <http://www.inc.com/magazine/20110501/how-a-business-can-change-the-world.html#magazine/20110501/how-a-business-can-change-the-world.html>, 2013.
- Kerlin, Janelle A. "Social Enterprise in the United State and Europe: Understanding and Learning from the Differences". (Online). Available : http://www.inovum.si/social/public/files/social_enterprise_in_the_united_states_and_europe.pdf, 2006.
- Kim Alter. "Social Enterprise Typology". (Online). Available : https://www.globalcube.net/clients/philippson/content/medias/download/SE_typology.pdf, 2007.
- Kotler, Philip., Zaltman, Gerald., "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change".(Online). Available : <http://www.jstor.org/discover/10.2307/1249783?uid=3739136&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21104189850163>, 1971.
- Mair, Johanna., Marti, Ignasi. "Social entrepreneurship research: A source explanation, prediction, and delight". (Online). Available : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1090951605000544>, 2006.
- Martin, Roger L, Osberg Sally. "Social Entrepreneurship: The Case for Definition". (Online). Available : http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf, 2007.

- Neck, Heidi., Brush, Candida., & Allen, Elaine. "The landscape of social entrepreneurship" (Online). Available :<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681308001328>, 2009.
- Peredo, Ana Maria. & McLean, Murdith. "Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept" (Online). Available : http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1197663, 2005.
- Russell, Lynne., Scott, Duncan. Social Enterprise in Practice: Developmental Stories from the Voluntary and Community Sectors. (Online). Available : <https://www.cafonline.org/pdf/SocialEnterpriseInPractice.pdf>, 2007.
- Seelos, Christian & Mair, Johanna "Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor." (Online). Available : http://2008.sofimun.org/SOFIMUN2008-CMUNECOSOC-Topic-A-extra_info-2.pdf, 2005.
- "Social enterprise: A powerful engine for economic and social development". (Online). Available : <http://www.sageglobal.org/files/pdf/social-enterprise-white-paper.pdf>, 1999.
- Thornley Ben. "The Facts on U.S. Social Enterprise", http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html, 2013.
- _____. The Meaning of "Social Entrepreneurship". Fuqua School of Business, Duke University. http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf, 1998b.
- The World Economic Forum. "Global Risks 2011: Sixth Edition." (Online). Available : <http://reports.weforum.org/global-risks-2011/>, 2011.
- The World Economic Forum. "Global Risks 2013: Eighth Edition." (Online). Available : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2013.pdf, 2013.
- Thompson, John., Doherty, Bob. "The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories". (Online). Available : http://www.researchgate.net/publication/23954448_The_diverse_world_of_social_enterprise_A_collection_of_social_enterprise_stories, 2007.
- Universities Prepare Students for Socially-Conscious Careers.Voice of America. (Online). Available: <http://www.voanews.com/content/universities-prepare-students-for-socially-conscious-careers-121327134/169493.html>, 2013
- Warwick, Mal. "Who are you calling a "Social Enterprise?". (Online). Available : <https://www.txnp.org/article/print.asp?ArticleID=7209>, 2007.

- “What’s a Social Enterprise?”, Social Enterprise Alliance. (Online). Available: [https://www.se-alliance.org/ why#whatsasocialenterprise,2013](https://www.se-alliance.org/why#whatsasocialenterprise,2013).
- Yunus, Muhammad., Moingeon, Bertrand., Lehmann-Ortega, Laurence. Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. (Online). Available : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630109001290>, 2010.
- Zahra, Shaker. A, Gedajlovic, Eric., Neubaum, Donald, O. & Shulman, Joel M. “Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges.” (Online). Available :<http://www.sfu.ca/~erg/research/jbv.pdf>, 2009.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางวิภาภรณ์ ชัยรัตน์
วัน เดือน ปีเกิด	11 กันยายน 2505
ตำแหน่งปัจจุบัน	รองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน กลุ่มบริหารความเสี่ยง
การศึกษา	ปริญญาโท คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประวัติการทำงาน	2558 – ปัจจุบัน รองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน กลุ่มบริหารความเสี่ยง 2553 ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สายงานบริหารเงินและต่างประเทศ กลุ่มลงทุนและบริหารเงิน 2551 ผู้ตรวจการธนาคารออมสิน สายงานบริหารเงินและธุรกิจต่างประเทศ กลุ่มบริหารการเงิน 2550 ผู้ตรวจการธนาคารออมสิน สายงานการลงทุน 2548 ผู้อำนวยการฝ่ายธุรกิจตราสารหนี้และสินเชื่อภาครัฐ สายงานการลงทุน
ตำแหน่งอื่นในปัจจุบัน	2557 – ปัจจุบัน กรรมการ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจพระจอมเกล้าลาดกระบัง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2556 – ปัจจุบัน กรรมการ บริษัทไทยสมาร์ทการ์ด จำกัด
ประวัติการอบรม	1. หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ 59 วิทยาลัยป้องกัน ราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

2. หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูงการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน (ปรม.) รุ่นที่ 15 สถาบันพระปกเกล้า
3. หลักสูตร Director Certification Program (DCP) รุ่นที่ 199/2015 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
4. หลักสูตรนักบริหารการคลัง (นบค.) รุ่นที่ 3 (Fiscal Management Program) สถาบันวิชาการและเศรษฐกิจและการคลัง กระทรวงการคลัง
5. หลักสูตรนักการคลังมืออาชีพ (นคอ.) รุ่นที่ 1 สถาบันวิชาการและเศรษฐกิจและการคลังกระทรวงการคลัง
6. หลักสูตร GSB Leadership Program for Senior Management ณ ประเทศสิงคโปร์
7. หลักสูตร GSB Advanced Executive Program ณ กรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา
8. หลักสูตร GSB Middle Management Leadership Program ณ ประเทศสิงคโปร์ ความรู้ด้านการเงินและความเสี่ยงในตราสารหนี้ Merrill Lynch's 2007 Asian Reverse Roadshows ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา

ใบอนุญาต

- 2552 – ปัจจุบัน ผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Single License)
- 2542 – ปัจจุบัน ผู้ค้าตราสารหนี้ (Trader License)
- 2541 – ปัจจุบัน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA)

รางวัล

1. รางวัลกนิรทอง สาขาผู้บริหารดีเด่น ประจำปี 2559
2. รางวัลแม่พระในดวงใจ World Mom Awards ประจำปี 2559

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง รูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัย นางวิภาภรณ์ ชัยรัตน์ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 59

ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการธนาคารออมสิน กลุ่มบริหารความเสี่ยง

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมในประเทศไทยถือเป็นประเด็นที่ภาครัฐได้ให้ความสำคัญ โดยจะต้องสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคสำหรับประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคมให้สามารถได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งความสามารถในการเข้าถึงสวัสดิการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพได้อย่างทั่วถึง เป็นที่ทราบว่าคุณภาพสังคมไทยในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อน เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปพร้อมกับการเชื่อมโยงของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network System) โดยปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นถือเป็นเรื่องยากที่ภาครัฐเพียงลำพังจะเข้ามาแก้ไขได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการให้ภาคเอกชนและประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศและแก้ไขปัญหาร่วมกัน หรือที่เรียกว่า ยุทธศาสตร์ประชารัฐ ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมให้ภาคเอกชนและประชาชนมีส่วนร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ คือ การส่งเสริมและพัฒนา “วิสาหกิจเพื่อสังคม” (Social Enterprise)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคัมรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของบริษัท ประชารัฐฯ ของรัฐบาลในปัจจุบัน
3. เพื่อเสนอรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคัมในการสร้างกลไกการตลาดที่มั่นคง และยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการบริการสาธารณะ และการสร้างความเข้มแข็งให้สังคัม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม
2. ศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาล กับการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ เพื่อสามารถเสนอแนะรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาและรวบรวมเอกสาร
2. การวิจัยเอกสาร
3. การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่น ซึ่งได้แก่การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนาองค์ความรู้และขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

การทำให้เกิดการกระตุ้นและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม มีการสร้างระบบที่ชัดเจน โดยการตอบโจทย์ 3 ประการคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสามารถคำนวณเป็นผลกำไรออกมาได้ รวมถึงการสร้างความเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของชุมชน ในการพัฒนาและถอดออกมาในรูปธุรกิจ เพื่อนำมาพัฒนาให้ยั่งยืน ที่สำคัญมีระบบการรับรอง (Certify) วิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างถูกต้อง และมีการพิจารณาสิทธิประโยชน์ การเข้าถึงแหล่งทุนมาตรการ ส่งเสริมการลงทุน

2. การเข้าถึงแหล่งทุน

- ก. การตั้งกองทุนเพื่อร่วมลงทุนกับบริษัท ประชากรรัฐฯ
- ข. การให้สถาบันการเงินเฉพาะกิจสนับสนุนเงินให้สินเชื่อกับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ค. การจัดตั้งธนาคารเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ต้องตราเป็นพรบ.

3. มาตรการส่งเสริมการลงทุน

พรก.ควรเน้นการสร้างแรงจูงใจให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการบริหารจัดการธุรกิจให้มีผลกำไรมากกว่าการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตาม พรก. ประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 มากกว่า

4. การส่งเสริมการตลาดและการบริโภค

การสร้างจิตสำนึกให้ดำเนินการตลาดเพื่อให้ประชาชนอยากซื้อสินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อช่วยคนอื่น อย่างไรก็ตามสินค้าของวิสาหกิจเพื่อสังคมควรมีการควบคุมคุณภาพและมีการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต การรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือ คุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ

5. การสร้างเครือข่ายพันธมิตร

การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นการกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนที่สนใจเข้ามาประกอบกิจการเพื่อสังคมมากขึ้น อย่างไรก็ตามประชาชนส่วนใหญ่ยังอยู่ในกรอบการขอความช่วยเหลือ เมื่อมีปัญหาขอรอให้รัฐบาลช่วยเหลือไม่คิดจัดการปัญหาด้วยตนเอง ดังนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคมจะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนได้ ควรหาวิธีการที่จะทำให้ประชาชนร่วมมือกันแก้ปัญหาชุมชน เกิดการสื่อสารกันเพื่อให้รู้ถึงความต้องการของชุมชนในการพัฒนาและถอดออกมาในรูปแบบธุรกิจ นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมโครงการนำร่องที่จะช่วยส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นรูปธรรมได้มากและเร็ว เมื่อมีต้นแบบที่ทำได้แล้วก็สามารถขยายตัวได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอเชิงนโยบาย

1. ข้อเสนอการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อภาครัฐ

1. การสร้างความรับรู้และความเชื่อมั่นสังคมต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม : ภาครัฐควรมีการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจวิสาหกิจเพื่อสังคม แก่ทุกภาคส่วน เพื่อให้เป็นช่องทางการเติบโต

2. ควรให้เร่งผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว : ภาครัฐผลักดันร่างพรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. เพื่อสร้างกลไก ที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนสนใจที่จะเข้ามาประกอบกิจการเพื่อสังคมมากขึ้น

3. ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ : เพื่อให้ทราบถึงประโยชน์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องในกระบวนการมีความเข้าใจและสามารถส่งเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ควรเชื่อมโยงบริษัท ประชากรจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จังหวัดต่างๆ ให้เกิดความเป็น Synergy กันระหว่างจังหวัด อันจะช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน

5. ความต่อเนื่อง และความชัดเจนในการผลักดันโครงการประชารัฐในทุกๆ รัฐบาล เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง เติบโตต่อไปในอนาคต

2. ข้อเสนอการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อภาคเอกชน

1. ส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของภาคเอกชน : ควรส่งเสริมให้มีการดำเนินงานนำร่องที่จะช่วยขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มากขึ้น เพื่อเป็นต้นแบบ และมีการขยายตัวในภาคธุรกิจต่างๆ ที่มีความสนใจ

2. การสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจเพื่อสังคม : ควรสนับสนุนให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความสามารถในการทำกำไรมากกว่าผลประโยชน์ทางภาษี หรือรอรับการช่วยเหลือสงเคราะห์จากรัฐ

3. ส่งเสริมองค์ความรู้ ทั้งด้านการบริหารจัดการองค์กร ความรู้ด้านบัญชี การเงิน การเขียนแผนธุรกิจ และโครงการเสนอต่อรัฐบาล

ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

1. ยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างและนโยบายสนับสนุน มุ่งเน้น 3 มิติสำคัญได้แก่

1. เร่งขับเคลื่อนร่างพรบ.และกฎหมายลูก/ระเบียบปฏิบัติรองรับ : ภาครัฐควรเร่งดำเนินการผลักดันร่างพรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. และเตรียมการในระดับปฏิบัติการ เพื่อให้สามารถนำกฎหมายไปปฏิบัติได้จริง จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2. เร่งกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง : ภาครัฐและภาคเอกชน ควรสร้างตระหนักรู้ต่อบทบาทและการพัฒนาของวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับประเทศในทุกภาคส่วน เพื่อส่งเสริมให้เกิดความพร้อม การสนับสนุนของผู้บริโภคและตลาดที่ส่งเสริมสินค้าบริการ

3. จัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ : ภาครัฐควรมุ่งกลยุทธการสร้างขีดความสามารถทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม ตลอดจนปัจจัยสนับสนุน

2. ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกการสร้างความเข้มแข็งวิสาหกิจเพื่อสังคม มุ่งเน้น

1. กระบวนการในการบ่มเพาะขีดความสามารถของวิสาหกิจเพื่อสังคม : ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันพัฒนากลไก/สถาบัน/ตัวกลาง ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานคุณภาพในการ

ดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างเป็นระบบรองรับความต้องการในการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วประเทศ

2. ส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากร : ภาครัฐเร่งพัฒนากลไกภายใน เพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสม ตลอดจนเอื้อให้เกิดการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบที่มีความแตกต่างกันในบริบทต่างๆ ทั้งทางสังคม และธุรกิจ

3. เสริมหนุนกลไกในการขยายผล : ภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมกันศึกษาพัฒนาโครงสร้าง เพื่อรองรับการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับการขยายกิจการ เช่น การพัฒนาการออกแบบพัฒนา งานวิจัย นวัตกรรม และการเข้าถึงแหล่งทุนในระดับการขยายกิจการ การส่งเสริมภาคีเครือข่าย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนากลไกทางการตลาดและความพร้อมภาคเอกชน มุ่งเน้น

1. เชื่อมต่อกลไกทางการตลาดและการสร้างตลาดใหม่ (Supply Chain) : ภาครัฐสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจให้เกิดการระหว่างภาคเอกชนกับวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็งและเปิดตลาดที่มีความมั่นคงแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม

2. สนับสนุนให้เกิดระบบพี่เลี้ยงผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ : ภาครัฐและภาคเอกชน ดำเนินการร่วมกันในการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากชุมชน

3. ส่งเสริมการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) : ภาครัฐ เร่งสร้างแรงจูงใจในการลงทุนของภาคเอกชนที่เชื่อมสู่การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม

4. ยุทธศาสตร์การบูรณาการนโยบายสู่การปฏิบัติและสร้างความร่วมมือภาครัฐ- ภาคเอกชน

1. กลไกสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจเพื่อ : การบ่มเพาะขีดความสามารถ มาตรฐานคุณภาพในการดำเนินธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งทุนระยะเริ่มต้น และการขยายกิจการ

2. โครงสร้างการสนับสนุนเชิงนโยบาย : พระราชบัญญัติและระเบียบปฏิบัติที่จูงใจสอดคล้อง ในระดับปฏิบัติ การสร้างความเข้าใจวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับประเทศ มีกองทุนเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ เพื่อสังคม มุ่งพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจเพื่อสังคม

3. กลไกการตลาดและการเชื่อมต่อภาคเอกชน : สนับสนุนระบบพี่เลี้ยงที่มีความเชี่ยวชาญทางธุรกิจ กลไกการตลาดและการสร้างตลาดใหม่ ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เชื่อมสู่การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม