

ความมั่นคงของวิสาหกิจเพื่อสังคมเส้นทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Social Security of Social Enterprise Paths to Sustainable Development

บทความวิชาการ

วันที่รับบทความ: ๒๗ ธ.ค.๖๑

วันแก้ไขบทความ: ๒ เม.ย.๖๑

วันที่ตอบรับบทความ: ๒๕ เม.ย.๖๑

รัตพงษ์ สอนสุภาพ^๑

Rattaphong Sonsuphap^๑

บุญสม เกษะประดิษฐ์^๒

Bunsom Kesapradist^๒

บทคัดย่อ

บทความนี้ส่วนหนึ่งของงานวิจัยเอกสารโดยมีคำถามสำคัญว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศประสบความสำเร็จด้วยเงื่อนไขปัจจัยใด และจะพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จได้ ควรทำอย่างไร” สามารถสรุปและสังเคราะห์ออกได้เป็นสามประเด็นดังนี้

วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นวาทกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ มีระยะเวลาในการพัฒนาไม่นานนัก แต่ก็มีการพัฒนาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วโดยไม่ได้อ้างอิงวาทกรรมดั้งเดิม โดยมีต้นกำเนิดมาจากรากหญ้าในลักษณะที่เรียกว่าโลกาภิวัตน์จากล่างขึ้นบน และมีเป้าหมายสำคัญในการที่จะเปลี่ยนแปลงโลก โดยการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับระบบทุนนิยม ทั้งนี้โดยจุดกำเนิดของวาทกรรมได้เน้นเฉพาะในเรื่องของผู้ประกอบการสังคมและนวัตกรรมสังคม

ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมในบริบทต่างประเทศประสบความสำเร็จประกอบด้วยปัจจัย ๓ ประการ ได้แก่ “ภารกิจเพื่อสังคม” “นวัตกรรมสังคม” และ “ผลกระทบทางสังคม” นับเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดมูลค่าทางสังคมซึ่งเป็นผลผลิตหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคม

^{๑-๒} วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

College of Social Innovation, Rangsit University, Thailand

^๑ E-mail: rattasuphap@gmail.com

^๒ E-mail: bunsom@gmail.com

การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยการพัฒนาและปัจจัยหลักต่าง ๆ ดังนี้

การพัฒนาภาคส่วนต่าง ๆ ๖ ด้าน ได้แก่ ๑) นโยบายภาครัฐ ๒) การเข้าถึงทางด้านการเงินและตลาดทุน ๓) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล ๔) การพัฒนาด้านการเข้าถึงตลาดและผู้บริโภค ๕) การสร้างความรับรู้และความตระหนักของสังคม ๖) การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน/เครือข่าย/องค์กรตัวกลางในการสนับสนุน

ปัจจัยหลักที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบผลสำเร็จ ๑) ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ๒) เป้าหมายทางสังคม ๓) นวัตกรรมทางสังคม ๔) ขีดความสามารถทางการแข่งขัน ๕) การเชื่อมสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๖) ความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมของสังคม ๗) ความสามารถในการขยายกิจการ ๘) ผลสัมฤทธิ์ทางสังคม

คำสำคัญ: วิสาหกิจเพื่อสังคม, การจัดการ, การพัฒนาที่ยั่งยืน

Abstract

The important questions of this paper are “What are the factors of the success of Social Enterprise in foreign countries? And what should Thai society do to develop the success of Social Enterprise?” From these questions, it can be summarized and synthesized as follows:

Social Enterprise is the new discourse. The period of the development is not too long but there is the rapid development without any referring to an original discourse. Its origin was from the grass roots called “Globalization from

Below” and the main purpose is to change the world by creating new alternatives under the progress of capitalism. The original discourse has focused only on the role of social entrepreneurship and social innovation.

Three main factors of social enterprise success are based on Social mission, Social innovation, and Social impact-these three factors are important to create social value which is significant for social enterprise. There are six main factors supporting the strong and sustain development of social enterprises: 1) Public policy. 2) The access to financial section and capital market. 3) Human Capital. 4) The development of markets and consumers reach. 5) the creation of the knowledge and awareness of social. 6) The development of basic structure/network/intermediate organizations in support.

The main factors contributing the success of social enterprise operating are: 1) Social Entrepreneurship. 2) Social mission. 3) Social innovation. 4) Competitive advantages. 5) Stakeholder engagement. 6) Social ownership. 7) Scalability. 8) Social impact.

Keywords: Social Enterprise, Governance, Sustainable Development

บทนำ

ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของโลกในทุกวันนี้ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ ต่างมีผลกระทบต่อกทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จนทำให้เกิดคำถามถึงการพัฒนาและความ

ก้าวหน้าของโลกในปัจจุบัน ว่าจะมีจุดหมายปลายทางเช่นไร ดังนั้นจึงเกิดกระแสและวาทกรรมต่าง ๆ ขึ้น เพื่อที่จะกำกับดูแลความเจริญก้าวหน้าของโลกทุกวันนี้ให้อยู่ในทิศทางที่สร้างความมั่นใจได้ว่า จะนำพาโลกทั้งหมดไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง วาทกรรมใหญ่ที่สำคัญในยุคปัจจุบันมีอยู่สองวาทกรรม คือ วาทกรรมของธรรมาภิบาล (Good Governance) ซึ่งหมายถึง การบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี เป็นแนวทางสำคัญในการจัดระเบียบให้สังคมภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน และวาทกรรมของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งมีลักษณะที่เป็นการบูรณาการครอบคลุมการพัฒนาในทุกด้านและทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จิตใจ วัฒนธรรม โดยมีคนเป็นศูนย์กลางเป้าหมายในการพัฒนาทั้งคนรุ่นนี้และรุ่นต่อ ๆ ไป

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นองค์กรธุรกิจประเภทใหม่ และเป็นการรวบรวมของสามภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกำเนิดของผู้ประกอบการสังคม (Social Entrepreneur) ซึ่งมีการใช้นวัตกรรมสังคม (Social Innovation) ซึ่งหลายประเทศประสบความสำเร็จด้วยดีในการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับการแก้ไขปัญหาสังคม-เศรษฐกิจ นับเป็นความหวังใหม่ที่หลายฝ่ายมีความคาดหวังว่าจะสามารถเป็นพลังสำคัญในการแก้ไขปัญหาวิกฤติโลกาภิวัตน์ในสังคมทุนนิยมปัจจุบัน

ดังนั้นคำถามสำคัญของงานชิ้นนี้คือ “วิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศประสบความสำเร็จด้วยเงื่อนไขปัจจัยใด และจะพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จได้ ควรทำอย่างไร”

ความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมมีนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ พยายามให้คำจำกัดความของวิสาหกิจเพื่อสังคมต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

EMES European Research Network (1999)

วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรที่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนเพื่อประโยชน์ของชุมชนริเริ่มโดยกลุ่มของประชาชน โดยใช้เงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัดสำหรับการบริหารงานที่เป็นอิสระโดยแบกรับความเสี่ยงทางการเงินจากการทำกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม

Richard Lewis, Peter Hunt, David Carson

(2006) วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรทางสังคมเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจ การพัฒนาที่เน้นด้านใดด้านหนึ่งมากจนเกินไป ก่อให้เกิดความเสียหายและผลกระทบกับส่วนอื่น ๆ เช่น การเร่งพัฒนาเศรษฐกิจก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม และความไม่เสมอภาคทางสังคม เป็นต้น

The Rockefeller Foundation (2012)

ได้ให้ความหมายวิสาหกิจเพื่อสังคมว่า เป็นธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลางที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์ของสังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่มีผลตอบแทนทางการเงินรวมอยู่ด้วย และวิสาหกิจเพื่อสังคมมีผลกระทบต่อการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

Social Enterprise Association (2014)

วิสาหกิจเพื่อสังคม คือ ธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างผลกระทบทางสังคม (Social Impact) โดยมีปัจจัยหลากหลายทั้งภาคสังคม และรูปแบบธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวผลักดันให้องค์กรพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมได้

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ

(๒๕๕๓) วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) หมายถึง กิจกรรมที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า และ/หรือ การให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเริ่ม หรือมีการกำหนดเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และ/หรือ สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น” (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๓)

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๔ ให้ความหมาย “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายความว่า การที่เอกชนซึ่งเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชนได้ประกอบกิจการหรือดำเนินการ โดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และมีรายได้มาจากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ซึ่งมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ (สำนักงานสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๔)

กระทรวงการคลัง (๒๕๕๙) วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ โดยมีมุ่งส่งเสริมการทำงานในท้องถิ่นที่มีวิสาหกิจเพื่อสังคม ตั้งอยู่หรือมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มิใช่การสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน ทั้งนี้ จะต้องนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ไปลงทุนในกิจการ หรือใช้เพื่อผลประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ (ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ ๓๗/๒๕๕๙ วันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๕๙)

จากคำนิยามดังกล่าวอาจจะสรุปได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการหรือดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเหมือนธุรกิจทั่วไป แต่นำกำไรไปใช้จ่ายในเรื่องที่เกิดประโยชน์ แก้ไขปัญหา หรือพัฒนาสังคม หรือสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ทั้งนี้ จากการที่วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถที่จะสร้างผลตอบแทนด้านการเงินและด้านสังคมขึ้นพร้อมกัน ทำให้เกิดความต้องการในการที่จะขยายผลสัมฤทธิ์ทางสังคมอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะสามารถกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพได้โดยการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดในเรื่องระบบนิเวศตลาดทุน และข้อเสนอในการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์เพื่อสังคมตามที่ต่าง ๆ โดยตลาดหลักทรัพย์เพื่อสังคมจะเน้นเฉพาะการลงทุนประเภทใหม่ที่มีมุ่งหวังเฉพาะ

ผลตอบแทนการลงทุนทางด้านสังคม-เศรษฐกิจควบคู่กันไป ซึ่งจะเป็นการพัฒนาที่เข้าถึง ปัจจัยของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยตอบสนองต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านธรรมาภิบาล ครบถ้วน เช่นเดียวกับที่องค์กรธุรกิจทั่วไปที่มีข้อปฏิบัติในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมจะสามารถตอบสนองได้

ประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม

วิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถแบ่งจากการพัฒนารูปแบบกิจการที่มาจากองค์กรประเภทต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายได้ ๓ ประเภท (Alter, Kim, 2007) ดังนี้

๑) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่แสวงหากำไรแต่มี การหารายได้ (Nonprofit with Income Generating Activities) เป็นองค์กรที่ส่วนหนึ่งดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไรโดยให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมมากกว่า ผลกำไร และมีเงินทุนในการดำเนินงานจากการบริจาค หรือการสนับสนุนเป็นหลัก วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้ มักพัฒนามาจากองค์กรสาธารณประโยชน์หรือองค์กรการกุศล เช่น มูลนิธิหรือสมาคมต่าง ๆ

๒) วิสาหกิจเพื่อสังคม ประเภทลูกผสม (Hybrid) วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้เป็นการผสมผสานระหว่าง องค์กรแสวงหากำไรและองค์กรไม่แสวงหากำไรให้สามารถเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันได้โดยที่องค์กรแสวงหากำไรจะนำรายได้ไปสนับสนุนองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มีพันธกิจทางสังคมอีกทอดหนึ่ง

๓) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่พัฒนาจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business) วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้เป็นองค์กรธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไร และมีการนำเอากำไรกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมควบคู่ไปกับพันธกิจทางธุรกิจด้วย โดยมีการเชื่อมโยงการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมเข้าไปสู่กระบวนการปกติของธุรกิจ

วิสาหกิจเพื่อสังคมในบริบทต่างประเทศ

เดวิด บอร์นสไตน์ (Bornstein, 2007) ได้กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง “How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas” ว่า การกำเนิดของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น นับได้ว่าเป็นแนวโน้มของการพัฒนาที่สำคัญ ซึ่งเกิดขึ้นทั่วโลกตลอดสามสิบปีที่ผ่านมา สิ่งที่น่าประหลาดใจคือความเจริญเติบโตขององค์กรใหม่ภาคประชาชนนับล้าน” ดังนั้นจึงมีความหลากหลายในแนวคิดทฤษฎีซึ่งอยู่ภายใต้บริบทของผู้ประกอบการสังคมและเกิดการขยายตัวออกไปจากเรื่องของการประกอบกิจการ (Entrepreneurship) และภาคประชาสังคมโลก (Global Civil Society) ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมมีการพัฒนาเริ่มจากล่างขึ้นบน (From Below) เกิดจากความพยายามของบุคคลทั่วไปและภาคประชาชน ในขณะที่ภาครัฐหรือชนชั้นผู้นำไม่ได้ให้ความสนใจให้การสนับสนุน

ต่อมาชาร์ล ลีดบีเตอร์ (Leadbeater, 1997) กล่าวว่า ผู้ประกอบการสังคมมีความสามารถในการค้นหาความคิดใหม่ๆ มาสร้างเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ โดยมีที่มาจากสามพื้นที่ใหญ่ คือ ๑) จากภาครัฐที่ต้องการความคิดใหม่ในการพัฒนาเพื่อความเป็นปกติสุขของสังคม ๒) จากภาคธุรกิจเอกชนซึ่งเป็นผู้สนใจในการประยุกต์วิธีการทำงานทางธุรกิจเพื่องานด้านสังคม และ ๓) จากภาคส่วนผู้มีจิตอาสาซึ่งกำลังต้องการการพัฒนาแบบการทำงานใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมจากทั้งสามพื้นที่เมื่อรวมกันจะเกิดเป็นภาคส่วนเศรษฐกิจใหม่ที่ลีดบีเตอร์เรียกว่า “ภาคส่วนของผู้ประกอบการสังคม”

ประเทศสหรัฐอเมริกา

วิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐอเมริกามีรูปแบบหลากหลาย ซึ่งเกิดจากนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ฮีราต เซบาตี (Sebati, 1998) ได้รวบรวมแนว

ความคิดใหม่ ซึ่งไม่ได้ตั้งบนสมมติฐานดั้งเดิมของเศรษฐกิจทุนนิยมเสรี และเรียกวินิสาหกิจเพื่อสังคมที่ทำให้เกิดภาคส่วนเศรษฐกิจใหม่ในชื่อเรียกว่า “ภาคส่วนที่สี่” (The Emerging Fourth Sector) โดยมีที่มาจากการปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจ (Business Transformation) สองทาง คือ ๑) จากองค์กรธุรกิจภาคเอกชน และ ๒) จากองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรในภาคประชาชนและภาครัฐ โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เกิดขึ้นมีรูปแบบที่หลากหลายและมีชื่อเรียกต่างกันอย่างมากมาย ในที่นี้จะยกตัวอย่างรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐฯ สองประเภท ซึ่งมีกฎหมายระดับมลรัฐรับรองอยู่สองประเภท คือ บริษัทเพื่อประโยชน์สุข (For-Benefit Corporation) และบริษัทกำไรต่ำ (L3C-Low-Profit Limited Liability Company)

การเจริญเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมในสหรัฐอเมริกามีความหลากหลายที่สูงมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการสังคมที่มีอยู่หลากหลาย ต่างพยายามคิดค้นระบบการประกอบกิจการ (Enterprising) ใหม่ ๆ ขึ้นมา ในปี พ.ศ.๒๕๔๓ เจต อีเมอร์สัน (Emerson, 2000) ได้ทำรายงานฉบับหนึ่งให้กับมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด โดยได้กล่าวถึงมูลค่าผสมรวม (Blended Value) ซึ่งหมายถึงการที่องค์กรธุรกิจหรือวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถที่จะสร้างผลตอบแทนได้สองประเภทคือ ผลตอบแทนทางการลงทุนทางการเงิน (FROI-Financial Return on Investment) และผลตอบแทนทางการลงทุนทางสังคม (SROI-Social Return on Investment) ซึ่งมูลค่าผสมรวมนั้นหมายถึงผลตอบแทนที่มีลักษณะเป็น FROI + SROI กล่าวคือวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถที่จะสร้างผลตอบแทนที่เป็นทางการเงินและทางสังคมออกมาได้พร้อม ๆ กัน จากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นลักษณะของผลตอบแทนประเภทใหม่ที่แตกต่างไปจากองค์กรธุรกิจทั่วไปและองค์กรไม่แสวงหากำไรที่สร้างเฉพาะผลตอบแทนทางสังคม

เพื่อความสะดวกในการออกนโยบายให้สิทธิภาษีเป็นกรณีเฉพาะ เนื่องจากตามแนวคิดของรัฐบาลอังกฤษ วิชาหักเพื่อสังคมเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการสาธารณะ (Public Goods and Services) เช่นเดียวกับภาครัฐ ดังนั้นจึงเท่ากับเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของภาครัฐ จึงสมควรที่จะมีการลดภาษีให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม

การผลักดันเชิงนโยบายของอังกฤษ ได้นำไปสู่การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมผ่านการตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ และการตรากฎหมายเพื่อส่งเสริมวิชาหักเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยจัดตั้งองค์กร Social Enterprise Coalition (ปัจจุบันคือ Social Enterprise UK) เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการส่งเสริมวิชาหักเพื่อสังคมของประเทศ และรัฐบาลได้อนุมัติให้เกิดการจดทะเบียนรูปแบบ Community Interest Companies (CICs) รองรับภาระจดทะเบียนของบริษัทที่ต้องการเป็นวิชาหักเพื่อสังคม เพื่อจูงใจและให้สิทธิประโยชน์แก่องค์กรเหล่านั้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาแหล่งทุนสำหรับวิชาหักเพื่อสังคมหลายแห่งทั้งที่ริเริ่มโดยภาครัฐและเอกชน

โดยในปี ๒๐๑๑ ได้มีผลสำรวจแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าของวิชาหักเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษ พบว่ามีวิชาหักเพื่อสังคม ๖๘,๐๐๐ กิจการ และมีเงินหมุนเวียนรวมกันทั้งสิ้นถึง ๒๗,๐๐๐ ล้านปอนด์ หรือร้อยละ ๕ ของมูลค่ารวมทางธุรกิจในสหราชอาณาจักร เกิดรายได้รวมกว่า ๘,๔๐๐ ล้านปอนด์ต่อปี ก่อให้เกิดการจ้างงานรวมกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน ยอดขายเฉลี่ยต่อปีของวิชาหักเพื่อสังคมได้เพิ่มขึ้นจาก ๑๗๕,๐๐๐ ปอนด์ ในปี ๒๐๐๙ เป็น ๒๔๐,๐๐๐ ปอนด์ ในปี ๒๐๑๑ หรือร้อยละ ๑๔ ของวิชาหักเพื่อสังคมเป็นบริษัทที่เกิดขึ้นใหม่ซึ่งมีอายุต่ำกว่า ๒ ปี และมีอัตราการเติบโตมากกว่า ๓ เท่าของกิจการเกิดใหม่ในภาคธุรกิจปกติ ๓๙% ของวิชาหักเพื่อสังคมดำเนินกิจการอยู่กว่าร้อยละ ๒๐ ของชุมชนเสมือนในอังกฤษ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗, ๖)

วิชาหักเพื่อสังคมในประเทศไทย

วิชาหักเพื่อสังคมในประเทศไทยแพร่หลายมากขึ้นในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา ภาครัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดวิชาหักเพื่อสังคมภายในประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ และยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม และยุทธศาสตร์การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๕) หรือในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ที่ยึดหลักการพัฒนาย่างยั่งยืน ดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกให้ความสำคัญกับการบูรณาการแผนงานเพื่อแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติที่เกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างแท้จริง โดยมุ่งเน้นที่ประเด็นหลักภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่รวมถึงการพัฒนาวิชาหักเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๙)

แนวทางการพัฒนาวิชาหักเพื่อสังคมในประเทศไทยเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นเมื่อมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิชาหักเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ขึ้นใน พ.ศ.๒๕๕๔ ตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อสนับสนุนและประสานความร่วมมือให้เกิดวิชาหักเพื่อสังคมทั่วประเทศ สกส. มีบทบาทสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อนภาควิชาหักเพื่อสังคมในประเทศไทย

วิชาหักเพื่อสังคมโดยทั่วไปมีหลายรูปแบบ สำหรับประเทศไทยหากจำแนกรูปแบบตามแผนแม่บทส่งเสริมวิชาหักเพื่อสังคม พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗ แล้ว สามารถจำแนกได้ ๖ รูปแบบ เพื่อประโยชน์ในการวางนโยบายสำหรับพัฒนาวิชาหักเพื่อสังคม ดังนี้

๑. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชน กลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น
๒. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์การสาธารณประโยชน์ เช่น มูลนิธิ โครงการคอยตุง และสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน เป็นต้น
๓. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งขึ้นโดยหน่วยงานราชการ เช่น มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร
๔. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งโดยผู้ประกอบการใหม่
๕. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งโดยธุรกิจเอกชน เช่น ร้านเลมอนฟาร์ม ร้านขายสินค้าสุขภาพ สถานีน้ำมัน บางจาก บริษัทวงษ์พาณิชย์ จำกัด บริษัท Bike Xenger ทำธุรกิจเกี่ยวกับการจัดส่งเอกสารและพัสดุ ด้วยจักรยาน
๖. วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งโดยอื่น ๆ เช่น วัด หรือสถาบันการศึกษา

ปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

๑. วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่มีรูปแบบเฉพาะที่ชัดเจน ถึงแม้จะมีพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ที่เกี่ยวข้อง เช่น พ.ร.บ.สหกรณ์ พ.ศ.๒๕๔๒ พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.๒๕๔๘ ซึ่ง พ.ร.บ.ดังกล่าวมีขึ้นก่อนแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจจะมีบางประเด็นที่ไม่สอดคล้องกัน เช่น รูปแบบของการเสียภาษี สหกรณ์บางประเภทที่มีขนาดใหญ่และมีรายรับมากกว่าวิสาหกิจชุมชน แต่ได้รับการยกเว้นภาษี ในขณะที่วิสาหกิจชุมชนต้องเสียภาษีเงินได้เหมือนกับธุรกิจทั่วไป วิสาหกิจชุมชนที่มีรายได้ต่ำกว่า ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาท จะได้รับการยกเว้นภาษีเป็นเวลา ๓ ปี ใน พ.ศ.๒๕๕๗-๒๕๕๙ (กระทรวงการคลัง, ๒๕๕๖) ต่อมารัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการจัดตั้งกิจการที่ทำประโยชน์ให้แก่คนในชุมชน เช่น การสร้างงาน การช่วยเหลือสังคม โดยไม่มีการแบ่งปันผลกำไร ดังนั้นการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๙ จึงได้มีมติเห็นชอบหลักการมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม (ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ ๓๗/๒๕๕๙ วันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๕๙) ดังนี้

๑) สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิของวิสาหกิจเพื่อสังคมในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี ทั้งนี้ เฉพาะวิสาหกิจเพื่อสังคมที่นำผลกำไรทั้งหมดไปลงทุนในกิจการหรือใช้เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ โดยไม่มีการจ่ายเงินปันผล

๒) สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล (๑) กำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลสามารถหักรายจ่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมตามจำนวนที่ลงทุนจริง ทั้งนี้ เฉพาะกรณีที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลถือหุ้นสามัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมไว้เกินกว่าบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้นหรือวิสาหกิจเพื่อสังคมเล็กกิจการ (๒) กำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลสามารถหักรายจ่ายเงินที่มอบให้หรือทรัพย์สินที่โอนให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนำไปใช้ในกิจการหรือใช้เพื่อประโยชน์ของสังคมโดยไม่มีค่าตอบแทนตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่เมื่อรวมกับรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะแล้วต้องไม่เกินร้อยละ ๒ ของกำไรสุทธิก่อนหักรายจ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ

๒. แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐบาลยังไม่มี ความชัดเจน ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งสำนักงานสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ และมีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗ แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมก็ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในประเทศ นอกจากนี้ยังไม่มี การบูรณาการระหว่างหน่วยงานการพัฒนา จึงทำแบบแยกส่วน

๓. วิสาหกิจเพื่อสังคมมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุน และแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทก่อตั้งโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน องค์กรสาธารณประโยชน์ เนื่องจากแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่จะมาจากภายนอก เช่น OTOP หรือวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุน

งบประมาณและโครงการพัฒนาจากภาครัฐ ส่วนวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งประเภทองค์กรสาธารณประโยชน์แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่จะมาจากเงินบริจาคเพื่อการกุศล ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงมากกว่ากิจการทั่วไปเพราะหากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำโอกาสที่คนจะบริจาคเพื่อการกุศลก็จะลดลง สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทก่อตั้งโดยผู้ประกอบการใหม่ อาจจะมีบางรายที่ประสบปัญหาเงินทุนหมุนเวียนเช่นเดียวกัน

๔. วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความเสี่ยงด้านธุรกิจ เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องใหม่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจ โดยเฉพาะกิจการของชุมชน ประกอบกับความคลุมเครือเกี่ยวกับค่านิยมและรูปแบบที่เหมาะสมภายใต้บริบทของประเทศไทย จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ประสบความสำเร็จได้ในระยะเวลานาน

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำประสบการณ์การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศสหรัฐอเมริกาและอังกฤษมาเปรียบเทียบกับพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยแล้ว ด้วยบริบทของสังคมที่แตกต่างกันอย่างมากนั้น แม้ว่าเป้าหมายสุดท้ายของทุกองค์กรจะต้องการพัฒนาที่ยั่งยืนก็ตาม แต่ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกลับมีความแตกต่างกันมากระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและอังกฤษกับประเทศไทยถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจจะมีความพยายามในการแก้ไขความขัดแย้งพื้นฐานขององค์กร คือผลประโยชน์ระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งความพยายามที่จะกดดันให้องค์กรธุรกิจเปลี่ยนแปลงด้วยการเพิ่มกฎเกณฑ์จากภาครัฐเข้าไป ดังจะเห็นได้จากการพัฒนาของความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า องค์กรธุรกิจในประเทศไทยกลับเน้นการพัฒนารูปแบบมากกว่าการพัฒนาในเนื้อหา การรับรองครีเพื่อเข้าสู่ภารกิจใหม่ในรูปวิสาหกิจเพื่อสังคมอาจจะส่งผลกำไรได้ จึงทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยมีการเกิดขึ้นและการคงอยู่อย่างจำกัด ในขณะเดียวกันยังเป็นการปรับบทบาทของผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่จริยธรรมของวิสาหกิจเพื่อสังคม

สรุปและสังเคราะห์

เพื่อตอบคำถามสำคัญของงานชิ้นนี้คือ “วิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศประสบความสำเร็จด้วยเงื่อนไขปัจจัยใด และจะพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จและเป็นแนวทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน” สามารถสรุปและสังเคราะห์ออกได้เป็นสามประเด็นดังนี้

ประเด็นแรก วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นวาทกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ มีระยะเวลาในการพัฒนาไม่นานนัก แต่มีการพัฒนาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วโดยไม่ได้อ้างอิงวาทกรรมดั้งเดิม โดยมีต้นกำเนิดมาจากรากหญ้าในลักษณะที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์จากล่างขึ้นบน (Globalization from Below) และมีเป้าหมายสำคัญในการที่จะเปลี่ยนแปลงโลก (Change the World) โดยการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับระบบทุนนิยม ทั้งนี้โดยจุดกำเนิดของวาทกรรมได้เน้นเฉพาะในเรื่องของผู้ประกอบการสังคมและนวัตกรรมสังคม แต่จากการที่วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการพัฒนาที่รวดเร็วมากและมีผู้เข้าร่วมจากทุกภาคส่วน ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความหลากหลายและความซับซ้อนสูงมาก ดังนั้นวาทกรรมของวิสาหกิจเพื่อสังคม จึงมีการปรับเปลี่ยนจากเรื่องของผู้ประกอบการสังคมมาเป็นการพัฒนารูปแบบของกิจการ (Enterprising) ทำให้เกิดชื่อเรียกต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และเมื่อภาครัฐได้เริ่มก้าวเข้ามาสนับสนุน ก็ได้เกิดแนวคิดที่จะใช้วิสาหกิจเพื่อสังคมมาพัฒนาเป็นภาคส่วนเศรษฐกิจส่วนใหม่

อย่างไรก็ดี ในบริบทของโลกในปัจจุบัน ภาคธุรกิจเอกชนยังมีขนาดที่ใหญ่โตมหาศาล และนับวันก็จะโตมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นความพยายามของภาคธุรกิจเอกชนในการที่จะพัฒนาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่ถึงแม้จะยังห่างไกลจากความสมบูรณ์ก็ตาม แม้เพียงส่วนเล็กน้อยก็สามารถสร้างผลกระทบได้อย่างมหาศาล ในขณะที่วิสาหกิจเพื่อสังคมยังเป็นสิ่งแปลกใหม่ที่มีขนาดเล็กจิ๋วถึงแม้จะมีความพยายามที่จะพัฒนาในรูปแบบของภาคส่วน

ทางเศรษฐกิจก็ตาม แต่เวลาและขนาดก็ยังไม่มีความสำคัญมากเพียงพอ ดังนั้นผลลัพธ์สุดท้ายก็ยังเป็นเรื่องที่รอพิสูจน์กันในอนาคตต่อไป ดังนั้นวาทกรรมวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงยังคงสามารถถูกนำเสนอให้เป็นวาทกรรมใหม่ที่เป็นทางเลือกของวาทกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นที่สำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมก็คือ การรักษาเรื่องนวัตกรรมและความหลากหลายไว้ และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการขยายผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (Social Impact Scaling) อันจะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

ประเด็นที่สอง ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมในบริบทต่างประเทศประสบความสำเร็จ วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถอธิบายได้จาก “การสร้างมูลค่าทางสังคม” ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคม และไม่ต่างจากการสร้างมูลค่าทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมในตลาดทุน เพราะความหมายของมูลค่าทางสังคมนั้นต้องเป็นมูลค่าแบบผสมผสาน (Blended Value) ซึ่งหมายถึงการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องสามารถสร้างให้เกิดมูลค่าทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจขึ้นมาได้พร้อมกัน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดการลงทุนเพื่อสังคม (Impact Investment) ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงแหล่งทุนในตลาดทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมจากประสบการณ์จากต่างประเทศ ประกอบด้วยปัจจัย ๓ ประการ กล่าวคือ “ภารกิจเพื่อสังคม” “นวัตกรรมสังคม” และ “ผลกระทบทางสังคม” จะพบว่า ปัจจัยทั้งสามประการนับเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้เกิดมูลค่าทางสังคม ซึ่งเป็นผลผลิตหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่เมื่อพิจารณาดูจะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้งสามประการ สามารถประยุกต์เข้ากับองค์กรทางธุรกิจที่ทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมหรือองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคประชาสังคม ได้ด้วยเช่นเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยทั้งสามประการเป็นปัจจัย

เชิงบรรทัดฐาน (Normative Factors) ที่สามารถประยุกต์เข้ากับบริบท (Contextualization) ได้เป็นการทั่วไป ซึ่งเป็นเงื่อนไขและปัจจัยทำให้การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในต่างประเทศประสบความสำเร็จ

ประเด็นที่สาม พัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จได้ ควรทำอย่างไร

ประการแรก มิติการพัฒนาภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนจึงควรพัฒนา ๖ ด้านเหล่านี้ในเวลาเดียวกัน ๑) นโยบายภาครัฐ (Policy) ในฐานะผู้กำหนดทิศทางในการพัฒนาประเทศโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ๒) การเข้าถึงทางด้านการเงินและตลาดทุน (Finance) ในฐานะที่มาของทุนซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของการผลิตและการบริการ ๓) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Capital) ในฐานะผู้ขับเคลื่อนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของ SE ๔) การพัฒนาด้านการเข้าถึงตลาดและผู้บริโภค (Markets) ในฐานะแหล่งที่มาของรายได้เพื่อรองรับการดำเนินงานทางสังคม ๕) การสร้างความรับรู้และความตระหนักของสังคม (Culture) เพื่อการยอมรับและเข้าใจในภารกิจและบทบาทของ SE ซึ่งต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมผ่านช่องทางของธุรกิจ และ ๖) การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน/เครือข่าย/องค์กรตัวกลางในการสนับสนุน (Support) เพื่อให้ SE สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง

ประการที่สอง ปัจจัยหลักที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย ๑) ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) คือธุรกิจที่มีเป้าหมายหลักในทางสังคม จึงจำเป็นต้องอาศัยผู้นำที่มีทักษะในการขับเคลื่อนธุรกิจ รวมทั้งมีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมไปพร้อมกัน ๒) เป้าหมายทางสังคม (Social Mission)

วิสาหกิจ เพื่อสังคมเกิดขึ้นมาเพื่อใช้ธุรกิจในการแก้ไข ปัญหาและพัฒนาสังคม การกำหนดภารกิจทางสังคม จึงเป็นขั้นตอนสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงาน ๓) นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) มุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสังคมเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ด้วยวิธีการและความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบของนวัตกรรมทาง สังคม ๔) ชีตความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ช่วยให้ SE มีประสิทธิภาพ (Efficiency) และ ประสิทธิภาพ (Productivity) ในธุรกิจและสามารถแข่งขันได้ ทำให้มีรายได้หล่อเลี้ยงภารกิจทางสังคมต่อไป ๕) การเชื่อม สัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) SE จะต้องมีการเชื่อมโยง (Engage) และให้ความสำคัญ แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในการบริหารงาน ทั้งหมด ๖) ความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมของสังคม (Social Ownership) SE ควรสร้างความเป็นเจ้าของให้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Inclusive Ownership) เพื่อให้ทุกฝ่าย ได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกิจการอย่างแท้จริง การสร้าง ความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมให้แก่ชุมชนหรือสังคม ภายนอก สามารถรักษาภารกิจทางด้านสังคมให้ยั่งยืนต่อไป ๗) ความสามารถในการขยายกิจการ (Scalability) เพื่อให้ กิจการได้เติบโตต่อไป ทั้งในด้านธุรกิจและการดำเนินงาน

ทางสังคม และ ๘) ผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (Social Impact) ซึ่งประเมินได้จากการเปลี่ยนแปลงแก้ไขประเด็นหรือปัญหา ทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง โดยผลสัมฤทธิ์ดังกล่าวต้องมี ผลกระทบ (Impact) ที่มีความยั่งยืนต่อไป

การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่ทุกฝ่าย ให้ความสำคัญในการดำเนินการ เพื่อให้การพัฒนาของ ประเทศเป็นไปอย่างมีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่องในระยะยาว มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพ และเป็นการ พัฒนาเศรษฐกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งการที่จะสามารถดำเนินยุทธศาสตร์และแนวทางให้ บรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนได้นั้น มีประเด็น ที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค ทั้งการปรับระบบการสนับสนุนภาคการผลิต การปรับระบบ การจัดการของภาครัฐตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การผลิตและการบริโภคที่ตระหนักถึงผลต่อสิ่งแวดล้อม มากขึ้น ความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคเอกชน และการ สร้างวิสาหกิจเพื่อสังคมไทยให้เติบโตอย่างมั่นคง จะเป็นอีก หนี่งทางที่เสริมสร้างธุรกิจไทยให้แข็งแกร่งและเป็นเส้นทาง สู่การพัฒนาาระบบเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน มีคุณภาพ มีเสถียรภาพมีความสมดุลและกระจายความมั่งคั่ง เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ และเติบโตได้ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- Alter, K. (2007). *"Social Enterprise Typology."* Virtue Venture LLC.
- Beadsely, G., and Duncan, B. - W. (2006). *"The Third Sector and Public Policy-Options for Committee Scrutiny."* National Audit Office.
- Bornstein, D. (2007). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas.* New York: Oxford University Press.
- EMES European Research Network. (1999). *Definition of Social Enterprise.* Belgium: University of Liege, EMES European Research Network.

- EMES international research network. (2014). *Social Enterprise*. University of Liège. Belgium.
- Emerson, J. (2000). *The Nature of Returns: A Social Capital Markets Inquiry into Elements of Investment and The Blended Value Proposition*. Boston, MA: Harvard Business School.
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise of Social Entrepreneur*. London: Demos.
- Lewis, R., Hunt, P., Carson, D. (2006). *Social Enterprise and Community-based Care: Is There a Future for Mutually Owned Organizations in Community and Primary Care?*. London: King's Fund.
- Sebati, H. (1998). "The Emerging Fourth Sector: Executive Summary." Washington: The Fourth Sector Network Concept Working Group.
- Social Enterprise Association. (2014). *Brief Guide to the Public Services (Social Value) Act 2012*. Retrieved September 28, 2014, from http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/files/2012/03/public_services_act_2012_a_brief_guide_web_version_final.pdf
- The Rockefeller Foundation. (2012). *A Framework for Action: Social Enterprise & Impact Investing*. The United Nations Global Compact.
- ข่าวกระทรวงการคลังมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ฉบับที่ ๓๗/๒๕๕๙ วันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๕๙.
- สถาบันวิทยาการตลาดทุน. (๒๕๕๗). *ความท้าทายของตลาดทุนต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย*. สถาบันวิทยาลัยตลาดทุนรุ่นที่ ๑๘.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๕๕). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๕๙). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ. (๒๕๕๓). *แผนแม่บทสร้างเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗*.