



มาทำความเข้าใจใน CSR

ธุรกิจเพื่อสังคมและธุรกิจฐานสังคมกับ บทบาทที่เหมือนและแตกต่างกัน

จุฑาทิพย์ ภัทราวาท

ในช่วงเวลากว่าทศวรรษที่ผ่านมา ภาคธุรกิจเอกชนมีการกล่าวถึง CSR และธุรกิจเพื่อสังคมมากขึ้น รวมถึงสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ก็ได้พูดถึง ธุรกิจฐานสังคม ซึ่งเป็นตัวแบบธุรกิจที่เป็นผลผลิตจากการวิจัย ภายใต้โครงการวิจัย “การพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม”¹ โดยทั้ง 3 เรื่องดังกล่าวมีเป้าหมายในการดำเนินการเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมเพื่อแก้ปัญหาความยากจน ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ตลอดจนความเหลื่อมล้ำทางสังคม เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกัน ในที่นี้จึงจะได้กล่าวถึงความหมาย บทบาท และกิจกรรมการดำเนินงานของ CSR ธุรกิจเพื่อสังคมและธุรกิจฐานสังคม ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

พัฒนาการแนวคิดของ CSR :

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา กระแสเรื่องสิ่งแวดล้อมได้ถูกหยิบยกเป็นประเด็นที่คนทั่วโลกให้ความสนใจ ซึ่งได้นำไปสู่การประชุมระดับโลกเกี่ยวกับการมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2515 ในการประชุมสหประชาชาติ เรื่อง Human Environment ที่กรุงสต็อกโฮล์ม ได้ทำให้มีการจัดตั้ง UNEP (United Nation Environment Program) ให้เป็นหน่วยงานที่ดูแลสิ่งแวดล้อมภาคต่างๆ รวมถึงภาคธุรกิจ

ในช่วงปี พ.ศ. 2519 กลุ่มประเทศ OECD ได้จัดทำกรอบแนวทางสำหรับบริษัทข้ามชาติที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในปี พ.ศ. 2530 ได้มีการจัดทำเอกสารชื่อ “Our Common Future” นิยามความหมาย “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ว่าหมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนยุคปัจจุบันได้โดยไม่ทำให้ความต้องการของคนยุคต่อมา



เกิดปัญหา และในช่วงปี พ.ศ. 2532 หลังเหตุการณ์เรือบรรทุกน้ำมันดิบล่มบริเวณทะเลอาลาสกา ซึ่งส่งผลกระทบต่อ

¹ ชุดโครงการวิจัย “การพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม” ดำเนินการโดย สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2543 จนถึงปัจจุบัน





wbcsd

ทบอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม ได้นำมาซึ่งการกำหนดเป็น CERES Principle เพื่อกำหนดลักษณะองค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อคุณภาพชีวิตของพนักงานตามกฎหมายขององค์การแรงงานระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ (ILO) ในปี พ.ศ. 2538 การกำหนดมาตรฐาน ISO 14000 ในคราวการประชุม Rio Summit ในปี พ.ศ. 2539 ที่เน้นเรื่องมาตรฐานของธุรกิจที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี

ในปี พ.ศ. 2542 การประชุม World Economic Forum ได้กำหนดบรรทัดฐานของการทำ CSR ขององค์กรธุรกิจ ที่รวมเอาแนวคิดทั้งด้านสิทธิมนุษยชน สิทธิแรงงาน การพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้าด้วยกัน ในปี พ.ศ. 2544 มีการกำหนดกรอบกติกาว่าด้วยความรับผิดชอบต่อ

สังคม (European Framework for CSR) ในภายหลังได้มีการรวมตัวกันของ European Alliance for CSR ได้ส่งผลให้มีการรณรงค์เรื่อง CSR กันอย่างแพร่หลาย เช่น บริษัท Toyota Motor Europe ได้นำหลักการของ CSR ไปใช้ในการจัดการโซ่อุปทานเพื่อดำเนินการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากหลายประเทศ การคิดค้นเทคโนโลยียานยนต์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม

ความหมายของ CSR :

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) กล่าวว่า “CSR เป็นการปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาอย่างต่อเนื่องของบริษัทในการดำเนินธุรกิจ





โดยใช้พื้นฐานจริยธรรมเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจ ควบคู่ไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานและคุณภาพชุมชนท้องถิ่น รวมถึงสภาพสังคมโดยรวม”

คณะทำงานส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ให้ความหมาย “Corporate Social Responsibility” หมายถึง การดำเนินธุรกิจภายใต้จริยธรรมและการกำกับที่ดี ควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน หรือเรียกว่า เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม ช่วยบอกพิถีพิถันการดำเนินงานที่มีเป้าหมายทางธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม

สถาบันไทยพัฒนา ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย (ในพระบรมราชูปถัมภ์) CSR คือการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ทั้งในระดับใกล้ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร เช่น ลูกค้า คู่ค้า ครอบครั้ว พนักงาน ชุมชนท้องถิ่นที่องค์กรตั้งอยู่) และระดับโลก (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทางอ้อม เช่น คู่แข่งทางธุรกิจ ประชาชนโดยทั่วไป) ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร หรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

ฟิลิป คอตเลอร์ และ แนนซี ลี ได้ให้ความคิดเห็นเรื่องแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ควรเป็นแนวปฏิบัติที่สนับสนุนวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น การผสม

ผสานประเด็นปัญหาทางสังคมเข้ากับแผนงานการตลาดและสื่อสารองค์กร แต่ควรระวังไม่ให้ดูเป็นการสร้างภาพมากกว่าความตั้งใจช่วยเหลือสังคมจริงๆ แต่เป็นการดำเนินการที่ภาคเอกชนมองว่า จำเป็นต้องตอบแทนสังคมด้วยการเสียสละเงินทองและตอบแทนสิ่งดีงามคืนให้สังคมเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน

Arthe D. Little บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลก มีผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่า CSR ก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรธุรกิจ 8 ประการ ได้แก่ การสร้างความน่าเชื่อถือ การจัดการความเสี่ยง การสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กร ความสัมพันธ์กับนักลงทุนและความสามารถเข้าถึงแหล่งทุน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและจุดยืนในตลาด ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการยอมรับของสังคมต่อการดำเนินงาน

สภาพัฒน์ (2553) รายงานการศึกษาโครงการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติสังคมรายไตรมาส เรื่องภารกิจร่วมของเอกชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม : CSR และ Social Enterprises ชี้ว่า CSR อาจจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. กิจกรรมเพื่อสังคมที่ดำเนินการในลักษณะ CSR after Process คือ การดำเนินกิจกรรม CSR ขององค์กรธุรกิจที่แยกส่วนจากกระบวนการธุรกิจหลักขององค์กร เช่น บริษัทเอกชนจัดสรรเงินทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมบำเพ็ญ

สาธารณะประโยชน์

2. กิจกรรมเพื่อสังคมในลักษณะ CSR in Process ในลักษณะนี้ องค์กรธุรกิจจะดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในกระบวนการทำงานหลักของธุรกิจ เช่น การดูแลระบบป้องกันมลพิษในกระบวนการผลิต มีให้ส่งผลกระทบต่อชุมชน ในรูปแบบนี้จะเรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม

3. กิจกรรมเพื่อสังคมในลักษณะ CSR as Process เป็นองค์การธุรกิจที่ดำเนินการบนหลักการพึ่งพาตนเองที่ได้บูรณาการจุดแข็งของภาคประชาสังคมและภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างกิจกรรมที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม เช่น มูลนิธิ สมาคม สหกรณ์ องค์กรไม่แสวงกำไร องค์กรภาคประชาชนรูปแบบต่างๆ ในรูปแบบดังกล่าว องค์กรธุรกิจจะดำเนินการบนการพึ่งพาตนเอง แทนการสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก ซึ่งมักเรียกองค์กรรูปแบบนี้ว่า Social Economy Enterprise และเจ้าของธุรกิจมักเรียกตัวเองว่าผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur)

จากผลการสำรวจของ CSR Club ในเดือนสิงหาคม 2522 สำหรับการดำเนินกิจกรรม CSR ในกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ส่วนใหญ่จะทำกิจกรรม CSR ในลักษณะ CSR after Process แต่ไม่สนใจทำ CSR in-process หรือ CSR as-process

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ CSR ในประเทศไทย :

คณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม เป็นองค์กรที่จัดตั้งโดยรัฐบาล มีศูนย์คุณธรรมเป็นเลขานุการ มีแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม (พ.ศ. 2553-2557) ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 3 ด้าน ได้แก่

1) การสร้างการรับรู้และเรียนรู้กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย มีมาตรการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา การ

พัฒนาหลักสูตรที่เน้นแผนธุรกิจเพื่อสังคม ส่งเสริมการสัมมนาการประชุมที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม การจัดประกวดต้นแบบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และการพัฒนาฐานข้อมูล

2) พัฒนารูปแบบและส่งเสริมขีดความสามารถของกิจการเพื่อสังคม การเชื่อมโยงกับศูนย์บ่มเพาะต่างๆ และจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมในองค์กรภาครัฐ การพัฒนาเครือข่ายศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของมหาวิทยาลัย ให้มีเนื้อหาและศักยภาพเพื่อการบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคม การพัฒนารูปแบบเฉพาะกิจการเพื่อสังคม และการยกย่องหรือแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3) การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากรสำหรับกิจการเพื่อสังคม โดยรัฐสนับสนุนการเงินทั้งในรูปแบบเงินให้เปล่า กองทุนรวม และดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เครื่องมือลดความเสี่ยง สิทธิประโยชน์ทางภาษี Social Enterprise เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการ Social Enterprise ใหม่ในประเทศให้มากขึ้น

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม เป็นหน่วยงานหนึ่งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ฝึกอบรมให้ความรู้ด้าน CSR กับบริษัทต่างๆ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หรือบริษัทที่สนใจ

สถาบันไทยพัฒน์ ทำงานส่งเสริมการดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และบรรษัทภิบาลในรูปแบบต่างๆ โดยใช้การวิจัย การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา รวมทั้งการร่วมมือกับหน่วยงานราชการ และองค์กรภาคประชาสังคมอื่นๆ ในการเผยแพร่ความรู้ และเครื่องมือสนับสนุนเพื่อต่อยอดขยายผลการดำเนินการในอันที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในวงกว้าง

เครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่จัดเสวนา โดยเชิญผู้เกี่ยวข้องด้าน CSR ต่างๆ มาบรรยายให้สมาชิกและผู้สนใจทั่วไปฟัง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร การไปเยี่ยมองค์กรที่มีการทำ CSR ที่ดี และการให้รางวัลแก่องค์กรธุรกิจ เยาวชน และกลุ่มเยาวชนที่ทำประโยชน์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ศูนย์ส่งเสริม CSR กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เรื่อง CSR กับธุรกิจเอกชนขนาดกลางและขนาดเล็ก





CSR Club หรือเครือข่ายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความมุ่งมั่นในการสร้างเครือข่ายพลังแห่งความดี ด้วยการสร้างพื้นที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้าน CSR ในแต่ละองค์กร ซึ่งจะช่วยยกระดับการขับเคลื่อนงาน CSR ขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ก่อให้เกิดคุณค่าทั้งกับองค์กรและสังคม

ตัวอย่างการดำเนินงานของธุรกิจเอกชน ภายใต้กรอบการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

1. โครงการ กล้าใหม่ ใฝ่รู้ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. โครงการ Thailand Go Green ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
3. โครงการ แยกอยู่สุข ของ บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยเทรตติ้ง จำกัด
4. โครงการ ชีวิตใหม่หลังสิ้นามิ ของ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด
5. โครงการ สร้างห้องสมุดโรงเรียน ของ บริษัท ไทยประกันชีวิต



6. โครงการ ไทยคิดไทยคม ของ บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
7. โครงการ Training for Life โรงแรมแชงกรีล่า กรุงเทพฯ
8. โครงการ ตลาดสุขใจ ของ กลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่า สยามพาราน
9. โครงการ เกษตรกรรมเพื่ออาหารกลางวันนักเรียนของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
10. โครงการ สานรัก คนเก่ง หัวใจแกร่ง ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
11. โครงการ ร่วมพัฒนาหมู่บ้าน ของสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน

Social Enterprise ธุรกิจเพื่อสังคม หรือ กิจการเพื่อสังคม :

ชัยยุทธ์ ชำนาญเลิศกิจ, สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กล่าวว่า “ธุรกิจเพื่อสังคม” เป็นนวัตกรรมสังคมรูปแบบใหม่ที่อาศัยทักษะทางธุรกิจผสมเข้ากับเป้าหมายการแก้ไขปัญหาและพัฒนาองค์รวมของสังคมอย่างยั่งยืน

ดร.การดี เลียวไพโรจน์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวถึง ธุรกิจเพื่อสังคมว่ามีเป้าหมายในการสร้างกำไรควบคู่ไปกับการพัฒนาทางสังคม

รศ.ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ กล่าวว่า ธุรกิจเพื่อสังคมเป็นทางเลือกระหว่างทุนนิยมกับสังคมนิยม ซึ่งล้วนมีข้อดีและข้อเสียทั้งสิ้น โดยธุรกิจเพื่อสังคมมีอุดมการณ์ของสังคมนิยมอยู่บ้างเล็กน้อย คือ การช่วยเหลือสังคม และมีแนวคิดทุนนิยม คือ ทำธุรกิจเหมือนปกติทุกอย่าง แต่ไม่แสวงหากำไรสูงสุดแต่ต้องการให้เกิดกำไรเพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม เป็นทางเลือกที่ช่วยให้สังคมน่าอยู่ยิ่งขึ้น ธุรกิจเพื่อสังคมไม่ได้เป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำกุศลอย่างเดียว แต่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้ลูกค้า กำไรบางส่วนกลับสู่เจ้าของทุน แต่ส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อการกุศล ทำให้สังคมไม่มีการแก่งแย่ง ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและไม่หาประโยชน์จากกำไรสูงสุด

UK Department for Trade and Industry กล่าวว่า ธุรกิจเพื่อสังคม มีการดำเนินงานในเชิงธุรกิจที่มีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก โดยผลตอบแทนจากการดำเนินงานโดย





ประเทศอังกฤษ สนับสนุนงบประมาณ ปัจจุบันสอนตั้งแต่ชั้นอนุบาลถึงชั้นประถมศึกษา โดยมีวิสัยทัศน์ คือ ผู้เรียน เรียนรู้อย่างมีความสุข เต็มศักยภาพ เป็นคนดี คนเก่ง มีคุณธรรม ภูมิปัญญา และผลิตข้าวโรงเรียนเพื่อจัดจำหน่าย และซูสโลแกน “ข้าวทุกคำ เพื่อสร้างเด็กดีและขจัดความยากจน”

2) โครงการพัฒนาโดยตุง

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงและโครงการพัฒนาโดยตุงอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ก่อตั้งขึ้นตามพระราชปณิธานของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีจุดมุ่งหมายเพื่อจำกัดการปลูกฝิ่น และฟื้นฟูพื้นที่ป่าในภาคเหนือ เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2531 โดยได้นำการพัฒนาทางเลือกในการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน (Sustainable Alternative Livelihood Development หรือ SALD) มาช่วยเหลือคนด้อยโอกาส โดยมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านสาธารณสุขและเพิ่มโอกาสด้านการศึกษา ปลูกฝังจิตสำนึกรักสิ่งแวดล้อมและให้ทางเลือกเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

โครงการพัฒนาโดยตุงมีการทำงาน 2 ส่วน คือ กิจกรรมเชิงธุรกิจ และจำหน่ายผลิตผลการเกษตร งานหัตถกรรม การท่องเที่ยว ฯลฯ มีรายได้ประมาณปีละ 400 ล้านบาท รัฐบาลสนับสนุนปีละ 23 ล้านบาท โดยจัดสรรกำไรให้ฝ่ายพัฒนาสังคมของโครงการพัฒนาโดยตุง และโครงการภายใต้มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ซึ่งดำเนินกิจกรรมด้านพัฒนาชุมชนและสังคม เช่น การปลูกป่า พัฒนาอาชีพ ให้ความรู้ เป็นต้น

3) บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ดำเนินการผลิตหลายรายการ เช่น รายการจุดเปลี่ยน คนค้นคน กบนอกกะลา เป็นต้น ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักของคนในสังคมไทยอย่างมากกว่าทีวีบูรพาจะก้าวพ้นจากจุดตั้งต้นต้องผ่านช่วงเวลาการพิสูจน์ตัวตน จนสามารถสร้างความเชื่อว่าทีวีไม่ใช่สัมปทานหาเงิน แต่ทำเพื่อสังคม กระทั่งสร้างพลังทางสังคมและทำเพื่อสังคมได้สำเร็จ โดยใช้ “ศรัทธา” กับความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ชม

ทิศทางการบริหารงานของทีวีบูรพา มี 4 ชั้น จากจุดยืนอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้นที่ประกาศกับสาธารณะว่า ทีวีบูรพาก้าวจากจุดเริ่มต้นจากการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สู่ก้าวที่ 2 พิสูจน์

TV BURABHA CO., LTD.



บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

หลักจะนำไปสู่การพัฒนาสังคมและองค์กรให้โตขึ้น มีใจเพื่อความมั่งคั่งของเจ้าของและผู้ถือหุ้น ตัวอย่างธุรกิจเพื่อสังคม :

1) บริษัท ธุรกิจเพื่อพัฒนาการศึกษาและชนบท จำกัด

บริษัท ธุรกิจเพื่อพัฒนาการศึกษาและชนบท จำกัด หรือ BREAD (Business for Rural Education and Development Co., Ltd.) ก่อตั้งโดย คุณมิชัย วีระไวทยะ เพื่อให้เป็นองค์กรธุรกิจรูปแบบใหม่ เรียกว่า ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise or Business for Social Progress) มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้จากการดำเนินธุรกิจไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในชนบทให้ดีขึ้น

BREAD ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2552 เพื่อหารายได้จากธุรกิจ เพื่อใช้ในองค์กรสาธารณประโยชน์ในเครือข่าย โดยนำผลกำไรทั้งหมดหลังหักสำรองและขยายธุรกิจแล้ว ไปใช้ในกิจการด้านการศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิตในชนบท BREAD คัดสรรสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และเลือกพันธมิตรธุรกิจที่มีความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สังคมร่วมกัน ตัวอย่างการดำเนินงานของ BREAD คือ โรงเรียนลำปลายมาศพัฒนา ที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีมูลนิธิเจมส์ คลาร์ค



อัตลักษณ์ด้วยการทำงานที่ไม่มุ่งเน้นการหารายได้ แต่ทำเพื่อสังคม และก้าวสู่ขั้นที่ 3 สร้างพลังทางสังคมและทำเพื่อสังคมได้สำเร็จ และขั้นที่ 4 ที่วิบูลพาจะเป็นองค์กรสร้างแรงบันดาลใจ ปลูกจิตสำนึกเต็มรูปแบบและชัดเจน ดังนั้นสิ่งที่ทำนั้นจากนี้คือ ทำอย่างไรให้องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมขับเคลื่อนสังคม โดยเฉพาะการสร้างการเปลี่ยนแปลงกระบวนการความคิดของผู้รับให้เข้มข้นมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันที่วิบูลพาสร้างพันธมิตรธุรกิจกับชุมชน สถาบันเกษตรกร เพื่อเสริมพลังสร้างสรรค์เศรษฐกิจภายใต้การดำเนินธุรกิจร่วมกับชุมชน เป็นโครงการจำหน่ายข้าวคุณธรรมร่วมกับมูลนิธิธรรมะร่วมใจ เป็นต้น

บทความเข้าใจในเรื่อง ธุรกิจฐานสังคม (Social Economy Enterprise : SEE)

อันที่จริงแล้ว ธุรกิจฐานสังคมไม่ใช่เรื่องใหม่ โดยทั่วไปมักจะกล่าวถึง ธุรกิจฐานสังคมในบริบทของการเป็นองค์การธุรกิจทางเลือก ส่วนที่ 3 ในระบบเศรษฐกิจ รองจากกลุ่มของหน่วยงานรัฐ และกลุ่มของธุรกิจเอกชน โดยจุดมุ่งหมายของธุรกิจฐานสังคมไม่ใช่มุ่งที่กำไร หากแต่มุ่งเน้นที่บริการแก่สมาชิก โดยใช้กลไกตลาดในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการบรรลุเป้าหมายทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน องค์กรที่อยู่ในข่าย

ของธุรกิจฐานสังคมได้แก่ สหกรณ์ (Co-operatives) ธุรกิจชุมชน (Community Enterprises) สถาบันเกษตรกร (Farmer Associations) มูลนิธิ (Foundation) และธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprises)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความแตกต่างกันในบริบทการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ ธุรกิจเอกชน และธุรกิจฐานสังคม โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ “Three Economic System and the Social Economic” ของ Alberta Social Economy Research Alliance จะเห็นได้ว่าหน่วยงานรัฐมักใช้วิธีการแทรกแซงตลาดในการขับเคลื่อนในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อการบรรลุเป้าหมายให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม ธุรกิจเอกชนจะใช้กลไกการตลาดในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่การบรรลุเป้าหมายกำไรสูงสุด ในขณะที่องค์การธุรกิจฐานสังคมจะใช้กลไกการตลาดในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่การบรรลุเป้าหมายเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน ทั้งนี้องค์กรพึ่งพาตนเองและร่วมมือกันต่างๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากแหล่งทุน และเป็นไปในทิศทางที่แทรกแซงกลไกตลาด จะไม่รวมอยู่ในกลุ่มของธุรกิจฐานสังคม

เพื่อการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการวิจัยของชุดโครงการ “การขับเคลื่อนการ

พัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม”² จึงได้กำหนด
คุณลักษณะของธุรกิจฐานสังคมไว้ 5 ประการ ได้แก่

1. ดำเนินงานบนหลักการพึ่งพาและร่วมมือกัน
2. มีกรอบการทำงานอย่างมีแบบแผนเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วม
3. มีการบริหารจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจ
4. ไม่เป็นองค์การรับทุนจากภายนอกจนขัดต่อการเป็นองค์การอิสระ
5. ดำเนินการภายใต้กลไกการตลาดในแนวทางการค้าที่เป็นธรรม

ทำไมต้องเป็น “ธุรกิจฐานสังคม” ?

ข้อเท็จจริงที่สะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์การดำเนินงานของสหกรณ์ในประเทศต่างๆ ที่ยังยึดมั่นอยู่ในระบบดั้งเดิมของแต่ละประเทศที่สหกรณ์ก่อเกิดโดยการสนับสนุนของรัฐ และรัฐใช้สหกรณ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยแม้เวลาผ่านไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไป หากสหกรณ์ในประเทศนั้นๆ ยังคงยึดติดกับสหกรณ์ในเชิงรูปแบบก็ย่อมทำให้สังคมนั้นๆ ขาดโอกาสในการส่งเสริม

ให้สหกรณ์เป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานพึ่งพาและร่วมมือกันของประชาชนอย่างแท้จริง

เมื่อย้อนไปทบทวนที่มาของแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจฐานสังคมจะเห็นได้ว่า ชาร์ลส์ โกด เป็นบุคคลแรกที่ทำให้ความสำคัญกับแนวคิดของ “ธุรกิจฐานสังคม” โดยเขาได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่สร้างคุณค่าร่วมกับสังคม ในงานนิทรรศการระดับโลกที่ประเทศฝรั่งเศส เมื่อปี พ.ศ. 2533 โดยชี้ให้เห็นคุณลักษณะที่สำคัญของ “ธุรกิจฐานสังคม” ในความคิดของเขาว่า “เป็นสมาคมอิสระที่ช่วยชนชั้นแรงงานทำตนเองให้เป็นอิสระด้วยวิธีการของพวกเขา”³ ซึ่งต่อมาเมื่อสหกรณ์ในประเทศฝรั่งเศสและกลุ่มขับเคลื่อนเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันได้ค้นพบคุณลักษณะร่วมของตนและเห็นพ้องกับแนวคิดของชาร์ลส์ โกด ก็ได้มีการขับเคลื่อนกระบวนการที่นำไปสู่การยอมรับให้เป็นองค์กรสำหรับภาคประชาชนตลอดมาจนถึงปัจจุบัน

ธุรกิจฐานสังคมกับมุมมอง ในเชิงสถานภาพตามกฎหมาย

หากพิจารณาในเชิงสถานภาพตามกฎหมายแล้วจะเห็นได้ว่า ธุรกิจฐานสังคมที่จัดตั้งและดำเนินงานอยู่ในระบบเศรษฐกิจในรอบศตวรรษที่ผ่านมา มีอยู่ 3 รูปแบบ ซึ่งถือว่าอยู่ในขอบข่ายของธุรกิจฐานสังคม ดังนี้

วิสาหกิจสหกรณ์ (Co-operative Enterprise) ซึ่งริเริ่มโดยผู้นำแห่งรอชเดล จังตั้งขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2387 ปัจจุบันมีองค์การสัมพันธภาพสหกรณ์สากล (International Co-operative Alliance : ICA) เป็นองค์การแม่ข่ายระดับโลก ซึ่งมีประชากรกว่า 8,000 ล้านคนทั่วโลก จาก 5 ทวีปเป็นสมาชิกสหกรณ์ ปัจจุบันมีทั้งสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์เครดิต สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ผู้บริโภค สหกรณ์ประกันภัย สหกรณ์การตลาด สหกรณ์แรงงาน สหกรณ์เคหสถาน และอื่นๆ อีกมากมาย อย่างไรก็ตามในกลุ่มของสหกรณ์ก็มีได้หมายความว่า จะเป็นธุรกิจฐานสังคมทั้งหมด



² อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมจาก รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ชุดโครงการการขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม” โดย จุฑาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ, 2554

³ อ้างถึง โดย A. Gues lin, 1987. และเอกสารถอดความ “ธุรกิจฐานสังคมที่สร้างคุณค่าร่วมกับสังคม”

สมาคมที่ดำเนินงานภายใต้ผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefit Societies) องค์กรเหล่านี้ได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อจุดมุ่งหมายในการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จนถึงปัจจุบันสถาบันเหล่านี้ยังอยู่ภายใต้แม่ข่ายของ Association Internationale de la Mutualite (AIM) ซึ่งในส่วนของประเทศไทย มักพบในกลุ่มสังฆะสหทรัพย์ และวิสาหกิจชุมชนที่คนในชุมชนก่อตั้งขึ้นบนความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

องค์กรอิสระ ซึ่งปัจจุบันมีเกิดขึ้นในเกือบทุกประเทศทั่วโลกและมีสถานภาพทางกฎหมายแตกต่างกันไป โดยในทางปฏิบัติหมายถึงความถึง องค์กรอิสระทั้งหลายที่มีวัตถุประสงค์ในการผลิตและบริการโดยมิได้มุ่งเน้นที่การทำกำไรเป็นหลัก ดังนั้นจึงอาจครอบคลุมไปถึงองค์กรและสมาคมที่ไม่แสวงผลกำไร (Non-Profit organization) องค์กรอาสาสมัคร มูลนิธิต่างๆ ซึ่งถือว่าอยู่ในขอบเขตของธุรกิจฐานสังคมด้วย

อะไรคือความเหมือนและแตกต่างระหว่างสหกรณ์และธุรกิจฐานสังคม

สิ่งที่ธุรกิจฐานสังคมเหมือนกับวิสาหกิจสหกรณ์ ได้แก่ การยึดมั่นดำเนินงานบนคุณค่าและหลักการสหกรณ์ แต่ธุรกิจฐานสังคม คือ วิสาหกิจสหกรณ์ที่มีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์ของสมาชิก โดยสมาชิก เพื่อสมาชิก อย่างแท้จริงนั่นเอง

ก้าวต่อไปของการขับเคลื่อนธุรกิจฐานสังคมในฐานะกลไกการแก้ไขความเหลื่อมล้ำทางรายได้

ปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยในปัจจุบัน ดูเหมือนว่าปัญหาเรื่องความยากจนของประชาชนมีแนวโน้มดีขึ้น กล่าวคือ สัดส่วนคนจนของประเทศลดลงเหลือเพียงร้อยละ 8 ของประชากรของประเทศ ในปี พ.ศ. 2552 อย่างไรก็ตาม พบว่า ประเทศไทยยังคงประสบปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายได้ (Income Inequality) ค่อนข้างสูง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ ความไม่เสมอภาค (Gini Coefficient) ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แม้ประเทศไทยจะมีรายได้ประชาชาติมวลรวมต่อบุคคลในระดับที่สูงขึ้น แต่

รายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้นกลับไม่ได้ถูกจัดสรรให้แก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ แนวทางที่ควรนำมาใช้แก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางรายได้ขึ้นอยู่กับการเพิ่มโอกาสและศักยภาพของคนจน ตลอดจนการส่งเสริมนโยบายและระบบการบริหารจัดการภาครัฐที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้ การขับเคลื่อนธุรกิจฐานสังคมในฐานะกลไกในการเพิ่มโอกาสและศักยภาพของประชาชน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรนำมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลางเพื่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง”