



SWU
73
ANNIVERSARY

ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-259-6172

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ออนไลน์ ฉบับประจำวันที 14 เดือนมิถุนายน พ.ศ.2565 หน้า มูลค่าข่าว 180,000.-

ขับเคลื่อน Social Enterprise อย่างโดนใจคนรุ่นใหม่

อยู่อย่างยั่งยืน

โดย...
ดร.รพีรัฐ ธัญวัฒน์พรกุล
President Thailand Chapter
of The American Society of
Heating, Refrigerating and
Air-Conditioning Engineers
(ASHRAE)

“
กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม เป็นโมเดล
ของการทำธุรกิจที่ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อการแสวงหา
รายได้และกำไรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่เป็นโมเดล
ของการทำธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไข
ปัญหาสังคมควบคู่ไปกับการหารายได้นั้นเอง
”

โดย...ดร.รพีรัฐ ธัญวัฒน์พรกุล

เราคงต้องยอมรับความจริงว่า เรื่องของ Social Enterprise (SE) กิจการเพื่อสังคม หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นเรื่องที่ใหม่ในบ้านเรา เพราะยังมีผู้คนอีกจำนวนมากที่ยังไม่เข้าใจว่า กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมคืออะไร และแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป อย่างไร? เป็นการรับบริจาค หรือ เป็นองค์กรการกุศลหรือไม่ อย่างไร? แล้วธุรกิจแบบนี้ จะรอดหรือจะยั่งยืนได้อย่างไร? นี่คือข้อสงสัยและคำถามที่เกิดขึ้นในใจของใครหลายคนเกี่ยวกับเรื่องนี้ ถือเป็นโอกาสดีที่จะเราจะจะได้เข้าใจเรื่อง Social Enterprise (SE) เนื่องจากสัปดาห์ที่ผ่านมาแอดมินได้มีโอกาสไปเป็นผู้ดำเนินรายการเวที เสวนาในหัวข้อ SE NEXT GEN ซึ่งจัดโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม **โดยในวงเสวนานี้ มีตัวแทนนิสิต และนักศึกษาจาก คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม สาขาธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ สาขาพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มาร่วมพูดคุยและแสดงความคิดเห็นกัน** ดังนั้น ในบทความนี้เราจะมาหาคำตอบเกี่ยวกับ SE

ไปพร้อมๆ กัน และเราก็จะได้เห็น เพิ่มเติมกับมุมมองของตัวแทนนิสิตและนักศึกษาว่าเขาคิดอย่างไรกับเรื่องของการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม



“กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม คืออะไร? และจะเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนได้อย่างไร?”

กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม เป็นโมเดลของการทำธุรกิจที่ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อการแสวงหารายได้และกำไรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่เป็นโมเดล ของการทำธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมความคู่ไปกับการหารายได้นั่นเอง เพราะกิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม ก็คือ เหมือนธุรกิจทั่วๆ ไปเช่นกัน เพื่อที่จะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ดังนั้น กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม จำเป็นต้องมีรายได้ เช่น จากการขายสินค้า หรือการให้บริการ และธุรกิจก็ต้องมีกำไร เพื่อจะได้นำกำไรไปขยายผลในการช่วยเหลือหรือแก้ปัญหาสังคมต่อไป

นิสิตและนักศึกษาทุกคนเห็นตรงกันว่า กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมจะอยู่รอดและยั่งยืนต่อไปได้ จะต้องไม่พึ่งพาเงินบริจาคแต่เพียงอย่างเดียว เพราะ เมื่อไหร่ก็ตามที่หมดเงินบริจาคหรือไม่มีผู้บริจาค กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมก็จะไปไม่รอด สุดท้ายก็ต้องปิดตัวลงไป

ดังนั้น กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมจะอยู่รอดและยั่งยืนต่อไปได้ ก็ต้องขับเคลื่อนด้วยการใช้ความรู้และนวัตกรรม สร้างสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับการช่วยเหลือและแก้โจทย์ปัญหาสังคมไปด้วย ตัวอย่างที่กลุ่มนิสิตและนักศึกษา เล่าให้ฟังในวงเสวนา อาทิเช่น บริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน ที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาคความยากจนให้กับเกษตรกรในภาคอีสาน โดยมีจุดเริ่มต้นจากการผลิตปัจจัยการผลิตสำหรับการเกษตร ได้แก่ ปุ๋ยอินทรีย์ จุลินทรีย์กำจัดศัตรูพืช เมล็ดพันธุ์ และจำหน่ายให้กับเกษตรกรในเครือข่าย กลายมาเป็นตัวอย่างของกิจการเพื่อสังคมที่เอานวัตกรรม “ระบบเกษตรอินทรีย์ครบวงจร” มาช่วยเหลือพี่ๆ น้องๆ เกษตรกร และนอกจากนี้ เขายังมีบริการการเงิน (สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ) เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการทำเกษตร รวมไปถึงการสร้างช่องทางกระจายปัจจัยการผลิตที่เข้าถึงได้ง่าย พัฒนาทีมพี่เลี้ยงในการทำเกษตรอินทรีย์ ทำการตลาดเชิงรุก การประกันราคารับซื้อผลผลิต และ กองทุนนวัตกรรมแก้จน เป็นต้น



Local Alike ตัวอย่างของกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวชุมชน เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมา ที่น่าสนใจเยอะมาก Local Alike จึงมาช่วยยกระดับศักยภาพของชุมชนท้องถิ่น ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (Community-based tourism) เพื่อช่วยชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ให้เติบโตมีรายได้และสามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน

“กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม ก็เหมือนธุรกิจทั่วไป จะอยู่รอดได้ก็ต้องปรับตัวให้ทันกับทุกการเปลี่ยนแปลง”
ถึงแม้ว่าในช่วงสองปีกว่าๆ ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวซบเซา แต่ทาง Local Alike ก็ไม่ได้หยุดนิ่ง เขาก็คิดโครงการใหม่ ที่ชื่อว่า Local Aroi ซึ่งเกิดจากความคิดที่ว่า ถ้าชุมชนหนึ่งไปต่อไม่ได้กับเรื่องของการท่องเที่ยว เราจะสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างไรได้บ้าง พวกเขา ก็เลยทำเป็นอาหารชุมชน เพื่อเป็นการสร้างรายได้แทนการท่องเที่ยว และก็ยังมียีกโครงการ คือ Local Alot ซึ่งเกิดจากการที่แต่ละชุมชนมีสินค้ามากมายที่สามารถนำมาขายได้ ทั้งสินค้าเกษตร ของกิน งานศิลปะ หัตถกรรม ทาง Local Alike ก็นำออกมาขาย เพื่อช่วยเหลือชุมชน ในช่วงโควิดที่ผ่านมา



“เลี้ยงวัววิถีธรรมชาติ ให้นมน้อยแต่ยั่งยืน ตอบโจทย์ของผู้บริโภค และตอบโจทย์ของสิ่งแวดล้อม”

อีกหนึ่งตัวอย่างกับ แครีโฮม แบรินด์ผลิตภัณฑ์นมโคออร์แกนิก ที่เข้าใจถึงปัญหาของเกษตรกรที่เลี้ยงวัว ว่าประสบปัญหาไม่มีรายได้น้อย แต่มีรายจ่ายเยอะ รายจ่ายส่วนใหญ่ก็หมดไปกับค่ายา ค่าอาหาร ก็เลยเป็นที่มาของการเลี้ยงโคนมวิถีธรรมชาติ โดยไม่ใช้สารเคมีและยาปฏิชีวนะ ซึ่งก็เป็นทางรอดของเกษตรกรไทย ทำให้ทุกวันนี้ผลิตภัณฑ์นมออกมาเท่าไร ก็ไม่เคยพอขาย

และล่าสุด แดรี่โฮม ก็เขาออกผลิตภัณฑ์นมด้วย packaging แบบถุงนมอีโกลีน ที่ทำจากพลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้ง่ายกว่า
กล่องนม ที่มีส่วนผสม ของโลหะ และใช้เนื้อพลาสติกน้อยกว่าแบบแกลลอนเดิม ข้อดี คือ เบา ไม่แตกง่าย มีขอบปากถุงที่พับ
ปิดได้ รินนมออกได้หมดไม่ตกค้าง เมื่อนม ในช่องหมดแล้วก็สามารถรีดให้แบนได้ ประหยัดพื้นที่ในการรวบรวมพลาสติกเพื่อส่งรี
ไซเคิลในอนาคตอันใกล้นี้ได้

“กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม ควรต้องทำอะไร ถึงจะเข้าถึงผู้บริโภคในกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้?”

นิสิตและนักศึกษาทุกคนเห็นตรงกันว่า “การสื่อสาร” เป็นเรื่องที่สำคัญมาก จริงๆ ก็ถือเป็นจุดอ่อนในตอนนี้องค์กรกิจการเพื่อสังคม
หรือธุรกิจเพื่อสังคมเลยก็ว่าได้ เพราะถ้าหากต้องการเข้าถึงพวกเขา หรือ คนใน Generation Z ได้ จะต้องเข้าใจความต้องการ
ของพวกเขาจริงๆ เพราะพวกเขาใช้ชีวิต อยู่ในโลกออนไลน์เป็นส่วนใหญ่

ตัวอย่างเช่น หากเป็นของกิน ของใช้ ทั่วๆ ไป ก็ต้องทำการสื่อสารโดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ ก็จะต้องเป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย
รวดเร็ว ตรงประเด็น ไม่ยืดเยื้อ โดยจะต้องมีข้อมูลรายละเอียดเชิงลึกให้สามารถไปค้นหาต่อไปได้ด้วย หากสินค้าและบริการนั้นๆ
เป็นที่น่าสนใจ หรือในกรณีที่เป็นของประเภทงานศิลปะ เช่นกระเป๋ากถือ เป้สะพาย หรือ อื่นๆ ตัวแทนนิสิตและนักศึกษามากกว่า
พวกเขาอยากได้ประเภทเป็นของที่มีน้อยชิ้น หรือเป็น Rare item ซึ่งพวก ไม่ชอบของโหลที่ใครๆ ก็ใช้เหมือนๆ กัน เป็นต้น
เรื่องของ Packaging ก็สำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมองเห็นเป็นอันดับแรก หลายครั้งคนซื้อก็เพราะ Packaging ดังนั้น กิจการ
เพื่อสังคม หรือธุรกิจเพื่อสังคมไหนๆ ก็มีสินค้าที่ดีแล้ว ก็ควรต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบและทำ Packaging ด้วย ซึ่งดู
ตัวอย่างกรณีของ แดรี่โฮม ที่เขาทำถุงนมก็ได้ ตอบโจทย์ทั้งส่วนของผู้บริโภคและเรื่องของสิ่งแวดล้อมได้ทั้งคู่

“สินค้าและบริการต้องมีเรื่องราว ต้องมีสิ่งที่ทำให้รู้สึกว่าจะอยากสนับสนุน”

นิสิตและนักศึกษาทุกคนเห็นตรงกันว่า ถึงแม้ว่าสินค้าของกิจการเพื่อสังคมจะเหมือนๆ สินค้าทั่วๆ ไป ที่มีในท้องตลาด แต่นั่นก็
ไม่ได้หมายความว่าขายไม่ได้ หรือ จะไม่มีผู้สนับสนุน สิ่งที่กิจการเพื่อสังคมควรจะต้องทำ ก็คือ เรื่องของการนำเสนอจุดขาย
เรื่องราวความเป็นมา นำเสนอคุณค่าของ สินค้าหรือ บริการที่สร้างหรือผลิตขึ้นมา โดยเจ้าของกิจการเพื่อสังคมจะต้องเป็นนักเล่า
เรื่องที่เก่งอีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อที่จะโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเข้าใจในธุรกิจของพวกเขา และเชิญชวนให้มาสนับสนุนเป็นหนึ่งในคน
ช่วยเหลือและแก้ปัญหาสังคมไปด้วยกัน

นิสิตและนักศึกษามากกว่า สิ่งที่เจ้าของกิจการเพื่อสังคม ไม่ควรทำก็คือ การเอาปัญหาของสังคมเป็นจุดขาย หรือ เอามาเป็น
ประเด็นเพื่อกดดัน ให้ผู้บริโภค มาสนับสนุน เพราะการทำแบบนี้จะทำให้ผู้บริโภคสนับสนุนแล้วอดหนุนสินค้าเพราะแค่อยากช่วย
แต่ไม่อยากซื้อเพื่อมาใช้ ผลที่ตามมาก็คือกลายเป็นการทำธุรกิจ เพื่อการบริจาคไป ต่างกันก็เพียงแค่มิของไปแลกเงินที่ได้มาจาก
ผู้สนับสนุนนั่นเอง และ ก็จะกลายเป็นธุรกิจที่ไม่ยั่งยืนในท้ายที่สุด

....

“สิ่งที่กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคม ควรต้องทำ และ ควรต้องมี เพื่อความยั่งยืน คืออะไร?”

นิสิตและนักศึกษาทุกคน นำเสนอในทิศทางเดียวกันว่า กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมจะอยู่รอดและยั่งยืนต่อไปได้ ต้องมี
Community ที่แข็งแรง เพราะแต่ละธุรกิจจะอยู่รอดคนเดียวได้ยาก ดังนั้น การรวมกลุ่มกัน เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนกันจึง
เป็นเรื่องที่สำคัญมาก

การ Sharing best practices ในกลุ่มของกิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมด้วยกัน ก็เป็นสิ่งที่ควรทำเป็นอย่างยิ่ง เพราะมี
กิจการเพื่อสังคม หรือธุรกิจเพื่อสังคมอีกเป็นจำนวนมากที่ยังประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ การมีการแลกเปลี่ยนกรณีศึกษา
วิธีการที่ได้พิสูจน์แล้ว หรือองค์กรไหน ที่สามารถยืนหยัดได้แล้ว ก็สามารถมาเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มที่ยังมีปัญหาได้ หากทำแบบนี้
ได้ก็จะช่วยให้กิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมที่เหลือประสบ ความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

การสนับสนุนจากภาครัฐเป็นเรื่องสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นในด้านของนโยบาย กฎหมาย หรือ ผลประโยชน์ของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็จะสามารถทำให้ กลุ่มของกิจการเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ ในส่วนการสนับสนุนจากภาคเอกชน ตัวอย่างเช่น องค์กรธุรกิจ สามารถร่วม แก้ปัญหาสังคมไปด้วยกันได้ โดยสามารถร่วมกำหนดนโยบายให้มีการสนับสนุนการจ้างงาน การซื้อสินค้า หรือ วัตถุประสงค์จากกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นต้น

ทั้งหมดก็เป็นบทสรุปที่ แอดมินถอดบทเรียนมาได้จาก งานเสวนา SE Next GEN โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม วันที่ 10 มิถุนายน 2565 รวมไปถึงสิ่งที่ได้เพิ่มเติมจากการทำงานร่วมกับวิสาหกิจเพื่อสังคม



หวังว่าข้อสงสัยและคำถามที่เกิดขึ้นในใจของใครหลายคนเกี่ยวกับเรื่อง Social Enterprise (SE) ในตอนต้น หากอ่านถึงตรงนี้ก็คงได้รับคำตอบ เรียบร้อยแล้ว หากเราอยากช่วยแก้ปัญหาสังคม เราสามารถเริ่มได้ง่ายๆ ด้วยการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม หรืออยากเข้าใจรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนี้ ก็สามารถดูได้ที่: <https://www.osep.or.th/>