

บทวิจารณ์หนังสือ: องค์กรทำดีเพื่อสังคม

Book Review: Corporate Social Responsibility and Social Enterprise

วัลลภ ไญยยิ่ง*

Wullop Yaiving*

สถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บริษัท เอชอาร์ดีไอ จำกัด

Human Resource Development Institute HRDI Co., Ltd.

Email: wullop.hrdi@gmail.com

Received 4 November 2021

Revised 18 November 2021

Accepted 10 December 2021

บทคัดย่อ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นแนวคิดที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หลายประเทศได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นเงื่อนไขทางการค้าระหว่างประเทศ เป็นการส่งเสริมให้องค์กรภาคธุรกิจได้ตระหนักและมีจิตสำนึกต่อสังคมร่วมกัน แนวคิดนี้ถูกนำไปใช้ในกระบวนการธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งธุรกิจภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ โดยอยู่ในรูปแบบของกิจกรรมซีเอสอาร์ ธุรกิจสีเขียว กิจกรรมเพื่อสังคม และการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ จนกระทั่งแนวคิดได้รับการพัฒนาก้าวหน้า ทำให้มีหลักปฏิบัติที่ถูกกำหนดเป็นมาตรฐานสากล ตามมาตรฐาน ISO 26000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นมาตรฐานที่สมัครงาน ไม่มีข้อกำหนดตารมระบบการบริหาร ถือว่าเป็นเครื่องมือทางการพัฒนาองค์กร ที่เป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งที่สนับสนุนให้การพัฒนาองค์กรมีความยั่งยืน หนังสือเล่มนี้ได้กล่าวถึงกรณีศึกษาขององค์กร เกี่ยวกับความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ประสบความสำเร็จจากการพัฒนาองค์กรโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม กล่าวถึงบทบาทของผู้ประกอบการเพื่อสังคมรวมถึงกลยุทธ์องค์กรที่เป็นมิตรกับสังคม กล่าวได้หนังสือเล่มนี้มีเนื้อหาที่สมบูรณ์เหมาะสำหรับผู้บริหารหรือผู้นำองค์กร ได้นำไปประยุกต์ใช้พัฒนาองค์กรให้มีความยั่งยืน บนพื้นฐานของความพอดี มีคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาองค์กรให้เป็น “องค์กรทำดีเพื่อสังคม” ต่อไป

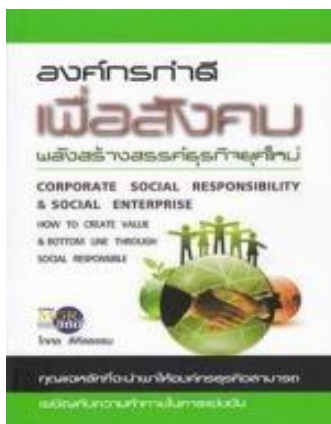
คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรทำดีเพื่อสังคม กิจกรรมซีเอสอาร์ การพัฒนาอย่างยั่งยืน กิจกรรมเพื่อสังคม

Abstract

Corporate social responsibility is a concept that considers the impact on society and the environment. Many countries have adopted this concept as a condition of international trade. It promotes business organizations to be aware and have social consciousness together. This concept is applied in business processes from upstream to downstream. Both industrial and service sector businesses that it is in the form of CSR activities, green business, social enterprise, and adopting the Sufficiency Economy Philosophy. Until the concept has been developed and advanced as a result, some practices have been set to international standards according to ISO 26000, which is a standard for social responsibility and is a voluntary standard. There are no requirements for the management system. It is considered a tool for organizational development. It is one concrete thing that supports sustainable organizational development. This book discusses organizational case studies about being an organization with social responsibility in both the public and private sectors, both in Thailand and abroad. They are successful in organizational development with social responsibility and discuss the role of social entrepreneurs including strategies for becoming a socially friendly organization. In other words, this book has complete content suitable for executives or organization leaders. This has been applied to develop organizations to be sustainable based on suitability Has economic value in society and the environment which is the development of the organization's "Organization doing good for society."

Keywords: Social responsibility, Organizations doing good for society, CSR activities, Sustainable development, Business for society

1. บทนำ



ชื่อหนังสือ : องค์กรทำดีเพื่อสังคม

Corporate Social Responsibility and Social Enterprise

ปีที่พิมพ์ : 2554

สำนักพิมพ์ : นำอักษรการพิมพ์

ผู้แต่ง : โกศล ดีศีลธรรม

ISBN : 978-616-7359-08-3

ความยาว : 233 หน้า

2. สรุปสาระสำคัญของหนังสือ

หนังสือเรื่อง “องค์กรที่ดีเพื่อสังคม” ผู้เขียนได้ทำเสนอแนวคิดและกรณีศึกษาเกี่ยวกับความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและบทบาทของผู้ประกอบการเพื่อสังคม รวมทั้งกลยุทธ์สู่ความเป็นมิตรกับสังคม โดยผู้เขียนทำเสนอเนื้อหา แบ่งเป็น 3 ประเด็นหลักดังต่อไปนี้

ประเด็นที่หนึ่ง : ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ผู้เขียนได้กล่าวถึงสาระสำคัญเกี่ยวกับบทบาท มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม รูปแบบของการดำเนินการตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะต่างๆ รวมถึงกรณีศึกษาที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้โดยสรุปรายละเอียดเป็นประเด็นย่อยดังนี้

บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคม

ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการแข่งขันกันจนเกิดมีปัญหาดังต่าง ๆ ในสังคมมากมาย ซึ่งถือว่าเป็นการขาดความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นเหตุให้หลายองค์กรในภาคธุรกิจได้ให้ความสำคัญกับการทำ CSR หรือ Corporate Social Responsibility โดยการทำ CSR ในปัจจุบันมีแนวคิดการทำ CSR อยู่ 2 กลุ่ม กลุ่มแรก เป็นการทำ CSR ที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยจิตวิญญาณที่บริษัทต้องการตอบแทนกลับต่อสังคมอย่างแท้จริง สอนกลุ่มสองเป็นการทำ CSR เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดให้บริษัทเท่านั้น อย่างไรก็ตามแนวโน้มการทำ CSR ของบริษัท มีเพิ่มมากขึ้นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม ไม่ว่าจะบริษัทที่ทำ CSR จะจัดอยู่ในกลุ่มไหนก็ตาม

มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม มีมาตรฐาน ISO 26000 เป็นเครื่องมือในการดำเนินการให้ได้มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 7 เรื่องหลัก (Core Subject) คือ การกำกับดูแลองค์กร (Organizational Governance), สิทธิมนุษยชน (Human Rights), การปฏิบัติด้านแรงงาน (Laborers Pointier), สิ่งแวดล้อม (Environment), การดำเนินงานอย่างเป็นธรรม (Fair Operation Prettier) , ประเด็นด้านผู้บริโภค (Consumer Issue) และความร่วมมือและพัฒนาชุมชน (Community Involvement and Development) มาตรฐานดังกล่าวเป็นมาตรฐานสมัครใจเพื่อให้เป็นมาตรฐาน, แนะนำ (Guidance Standard) ไม่ใช่ทำเพื่อการรับรองระบบบริหารจัดการ สามารถใช้ได้กับองค์กรทุกประเภท หากองค์กรทำไปประยุกต์ใช้จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับ

องค์กร ช่วยลดปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้มีการจัดการพลังงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า รวมทั้งช่วยเสริมสร้างชุมชนและสังคมให้เข้มแข็ง ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเป็นที่น่าสนใจต่อนักลงทุน

ประเภทกิจกรรมซีเอสอาร์

การแบ่งประเภทกิจกรรม CSR โดยทั่วไปมีหลายกรณีขึ้นอยู่กับจะแบ่งไปตามเงื่อนไขอะไร ถ้าแบ่งตามบทบาทและความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานจะแบ่งได้ 3 ประเภท คือ กิจกรรมเพื่อสังคมนอกกระบวนการธุรกิจ กิจกรรมเพื่อสังคมในกระบวนการธุรกิจ และกิจกรรมเพื่อสังคมจากองค์กรไม่แสวงหากำไร แต่ถ้าหากแบ่งตามระดับความเข้มข้นของการดำเนินกิจกรรมและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแล้ว สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณี กล่าวคือ กรณีแรกเป็นกิจกรรม CSR ที่เกิดจากความจำเป็นตามระเบียบข้อบังคับทางกฎหมาย จัดว่าเป็น “CSR ระดับพื้นฐาน” กรณีที่สองเป็นกิจกรรม CSR ที่เกิดจากความสมัครใจยินดีดำเนินการด้วยตนเอง มิใช่เกิดจากความจำเป็นที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย เรียกว่า “CSR ระดับก้าวหน้า”

กระแสหลักต้นสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม

กระแสหลักที่มีส่วนผลักดันให้องค์กรหันมาดำเนินการตามแนวคิด CSR คือ กระแสโลกาภิวัตน์ การเปิดเสรีทางการค้าและกฎระเบียบ และกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม มีประเด็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม จากการทำธุรกิจทำให้การทำ CSR ซึ่งเก็บมุ่งไปที่ระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับ ได้พัฒนาสู่แนวคิดที่ทุกองค์กรควรมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม จากเดิมการทำ CSR เป็นหน้าที่ของภาครัฐและเอ็นจีโอ แต่ในศตวรรษใหม่นี้ควรเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนต้องร่วมมือช่วยเหลือสังคม

กระบวนการทัศน์ฝ่าวิกฤตอย่างยั่งยืน

เดิมการทำ CSR มักจะทำตามกระแส ทำตามความพึงพอใจของผู้บริหารทำแบบง่ายๆ เช่น บริจาคของ มีผลต่อธุรกิจบ้างในแง่ของการสื่อสารการตลาดความต่อเนื่องและไม่ยั่งยืน ต่อมากระบวนการทัศน์ในการทำกิจกรรม CSR ได้ปรับเปลี่ยน เป็นการทำให้ CSR แบบมีแผนงานที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งเรียกว่า ซีเอสอาร์เชิงกลยุทธ์ (Strategies CSR) กล่าวคือ มีแผนการจัดทำ CSR เชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร มีการติดตามประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรม และตอบสนองต่อเป้าหมายทางธุรกิจ ทำให้การทำ CSR ถูกปรับมาสู่การวางแผนกิจกรรมระยะยาวมีต่อเนื่องและยั่งยืน

แบบอย่างการปฏิบัติภาคธุรกิจ

มีภาคธุรกิจจำนวนมากที่ทำการกิจกรรม CSR ได้ดี จนสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรธุรกิจอื่นได้ อย่างเช่น บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน), บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งทั้งหมดเป็นตัวอย่างภาคธุรกิจในประเทศไทย ที่ทำการกิจกรรม CSR ได้ครอบคลุมเกือบทุกด้าน ทั้งด้าน กีฬา ด้านการศึกษา ด้านศาสนา ด้านสาธารณสุข ด้านวัฒนธรรม ด้านศิลปะ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจสีเขียวภาคอุตสาหกรรม

มีธุรกิจในการภาคอุตสาหกรรมหลายแห่งที่แนวคิดและแนวทางการปฏิบัติ เพื่อรักษาไว้ซึ่งธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม รวมถึงการประหยัดพลังงานและลดของเสียตลอดห่วงโซ่ธุรกิจคือตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยแต่ละ ธุรกิจจะมีแนวคิดและผลลัพธ์ที่เรียกได้ว่า เป็นธุรกิจสีเขียวเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่แนวทางการปฏิบัติ เช่น หลักการ 4 ลดหรือ 4 R (Reducer) ของโตโยต้า คือ Reducer CO₂, Reducer Energy, Reducer water และ Reducer waste เป็นต้น โดยธุรกิจสีเขียวภาคอุตสาหกรรมทุกแห่งใช้ CSR เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน กระบวนการธุรกิจสีเขียว

บทบาทการพัฒนาบุคลากร

ขอบเขตหรือองค์ประกอบ CSR มีความเกี่ยวข้องกับงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยกระบวนการ CSR มีส่วนช่วยให้บุคลากรมีความศรัทธาต่อองค์กรและเสริมสร้างให้เกิดความภักดี รวมทั้งความทุ่มเท ตั้งใจทำงานและ พัฒนาองค์กรด้วยความรู้สึกว่าองค์กรได้ทำประโยชน์ให้ตนและสังคม โดยเฉพาะการทำ CSR อย่างมีกลยุทธ์จะ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ของบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และตอบสนองการพัฒนาธุรกิจได้ อย่างยั่งยืน (Sustainably Development)

การปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมในการศึกษา

ในการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งนั้นภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อ สังคม ปลูกฝังนักศึกษาในเรื่องนี้ ตั้งแต่ยังอยู่ในรั้วสถาบัน เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตร เพิ่มเรื่องธรรมาภิบาลและการรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไป ส่งเสริมให้นักศึกษาจัดทำโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคม ในรูปแบบต่างๆ

โครงการทำความดีแบบพอเพียง

การทำความดีแบบพอเพียง เป็นนโยบายที่เน้นความสมดุลสร้างความเติบโตขององค์กรควบคู่กับการพัฒนาสังคม ต่อทอดผ่านกิจกรรม CSR ในรูปแบบต่างๆ มีลักษณะยั่งยืนและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า การทำความดีแบบพอเพียง คือการทำ CSR ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งประกอบด้วย 3 ห่วง ได้แก่ พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันและ 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้และคุณธรรม

สร้างโอกาสการเข้าถึงคุณภาพชีวิตที่ดี

กิจกรรม CSR บางกิจกรรม เป็นการสร้างโอกาสการเข้าถึงคุณภาพชีวิตที่ดี เช่นการพัฒนาระบบสื่อสารในถิ่นทุรกันดาร อยู่ห่างไกลความเจริญ ทำให้คนที่อยู่ในพื้นที่เหล่านั้นได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษา เข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ได้มาตรฐานเข้าถึงวิธีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย อันจะส่งผลให้ทุกคนได้เข้าถึงคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกด้าน

กิจกรรมเพื่อสังคมสไตล์เศรษฐกิจ

แนวคิดของเศรษฐกิจ ส่วนมาจะมีแนวคิดตามระบอบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมแท้จริง (Pure Capitalism) เริ่มมีเศรษฐกิจบางคนที่ให้ความสนใจ ระบบทุนนิยมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Capitalism) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เรียกร้องให้ธุรกิจมองหาโอกาสที่จะทำประโยชน์ให้กับสังคมอย่างจริงจัง คือทำธุรกิจแล้วสังคมดีขึ้นโดยไม่มีการเอาเปรียบ หมายถึง การไม่เอากำไรเกินควรหรือทำกำไรสูงสุดแต่ฝ่ายเดียวและที่สำคัญคือทำประโยชน์ให้กับชุมชน ซึ่งลักษณะแนวคิดดังกล่าว ถือว่าเป็นการทำ CSR สไตล์เศรษฐกิจ อย่างเช่นแนวคิดของ บิลล์ เกตส์ มหาเศรษฐีผู้ก่อตั้งไมโครซอฟท์ เป็นต้น

ประเด็นที่สอง : กลยุทธ์สู่องค์กรที่เป็นมิตรกับสังคม

ผู้เขียนได้อธิบายถึงกลยุทธ์ต่างๆที่นำไปใช้พัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรที่เป็นมิตรกับสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติตามกลยุทธ์นั้นๆ สรุปรายละเอียดเป็นประเด็นย่อย ดังนี้

การพัฒนาสู่องค์กรที่ยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sartorial Development) ทำให้เกิดการเจริญเติบโตอย่างสมดุลทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งหลายองค์กรต้องการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR มาใช้เพื่อบ่มุ่สู่ความเป็นองค์กรที่ยั่งยืน (Corporate Sustainable) และมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainable Growth) องค์กรต่างๆ ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น เลือกใช้กลยุทธ์การรักษาสิ่งแวดล้อมและ

รับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันไปตามลักษณะธุรกิจและแนวคิดของผู้บริหาร แต่กลยุทธ์ที่นิยมใช้ได้แก่ ธุรกิจสีเขียว (Green business) ยกตัวอย่างของกลุ่มบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ยึดถือนโยบายสีเขียว (Green Policy) ประกอบด้วย Green Plant, Green Process, Green People, Green Product และ Green Project เป็นมาตรฐานร่วมกันทั้งกลุ่มธุรกิจ

แนวคิดออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม

เป็นแนวคิดของธุรกิจสีเขียว ที่ไม่ได้มองแต่ผลกำไรอย่างเดียว แต่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันด้วย ซึ่งแนวคิดนี้มีผลกระทบมาจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร มีความกดดันให้องค์กรบริหารห่วงโซ่อุปทานที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะความกดดันจากผู้บริโภคหรือคู่ค้าคู่ธุรกิจ ทำให้การออกแบบทุกขั้นตอนของกระบวนการ ต้องออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ความยั่งยืนธุรกิจนอกภาคการผลิต

การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ไม่ได้จำกัดเฉพาะธุรกิจภาคการผลิตเท่านั้นธุรกิจนอกภาคการผลิตก็สามารถดำเนินการให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้กลยุทธ์ CSR หรือ Green Business ได้เช่นกัน ซึ่งมีตัวอย่างพฤติกรรมให้เห็น เช่น การลดการใช้พลังงาน การลดปริมาณขยะ หรือตัวอย่างการปล่อยเงินสินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษให้กับธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ของธนาคารพาณิชย์

กลยุทธ์จัดซื้อสีเขียว

เป็นกระบวนการจัดซื้อที่ต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ และครอบคลุมถึงผลกระทบการตัดสินใจทั้งระบบ ไม่ได้คำนึงเฉพาะเรื่องราคาเพียงอย่างเดียวไม่ได้คิดเพียงเพื่อกดราคาผู้ส่งมอบเท่านั้น บางครั้งราคาอาจจะสูงกว่าแต่สินค้านั้นทำให้สิ่งแวดล้อมโดยรวมดีขึ้นหรือมีผลต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็ต้องตัดสินใจสั่งซื้อมาใช้ในองค์กร เช่น หลอดไฟฟ้าแบบธรรมดา กับหลอดไฟฟ้าแบบประหยัดพลังงาน

ความร่วมมือภาคอุตสาหกรรม

ในประเทศไทยได้เกิดความร่วมมือของภาคอุตสาหกรรม จัดทำโครงการ “เพื่อนชุมชน” เพื่อแสดงความจริงใจและความมุ่งมั่นในการดูแลสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมควบคู่กับการดูแลชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ให้ความสำคัญกับการสร้างระบบมาตรฐาน การดำเนินงานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (Safety-Health-Environment) หรือ SHE ที่ดีกว่ากฎหมายกำหนด

ประเด็นที่สาม : ผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้เขียนได้กล่าวถึงแนวคิด ลักษณะ พัฒนาการการส่งเสริม และบทบาทของผู้ประกอบการของกิจการเพื่อสังคม พร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษา แยกย่อยประเด็นย่อยดังนี้

แนวคิดกิจการเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นการพัฒนาต่อยอดจากแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาย่างยั่งยืน โดยการน้อมนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความเอื้อเฟื้อต่อกันของทุกภาคส่วนในสังคมจุดประสงค์ของการจัดตั้งกิจการเพื่อสังคมก็เพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมกับการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ตัวอย่างของกิจการเพื่อสังคม เช่น กิจการด้านพลังงานทดแทนในระดับท้องถิ่น การท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชน การเกษตรยั่งยืน การผลิตสินค้า OTOP เป็นต้น

ลักษณะกิจการเพื่อสังคม

เป็นองค์กรภาคธุรกิจและภาคสังคมที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาด เพื่อเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นเป้าหมายหลัก คือ Terrible Bottom hire ประกอบด้วย การสร้างผลกำไร มุ่งสร้างสรรค์สังคม และสนับสนุนสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป้าหมายทางเงิน คือ การสร้างรายได้เพื่อตอบแทนสังคมมากกว่าผลประโยชน์ของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นเหมือนธุรกิจทั่วไป ทั้งนี้ กิจการเพื่อสังคมต่างจากแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR ตรงที่กิจการเพื่อสังคมมีเป้าหมายทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก แต่ CSR เป็นกิจการหวังผลกำไรปกติทั่วไป

พัฒนาการกิจการเพื่อสังคม

ดั้งเดิมกิจการเพื่อสังคมได้ถูกจัดตั้งขึ้นมาในรูปสหกรณ์เพื่อจัดหาอาหารที่มีคุณภาพ แต่มีราคาที่สามารถซื้อหาได้ เพื่อเป็นการตอบโต้ต่อสภาพการทำงานในโรงงานที่แสวงหาผลประโยชน์และเอาเปรียบแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม ในประเทศอังกฤษ ต่อมาได้พัฒนาเป็นหลากหลายรูปแบบ เช่น วิสาหกิจชุมชน องค์กรอาสาสมัคร เป็นต้น

บทบาทผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur) คือ บุคคลที่มีความมุ่งมั่นแก้ปัญหาด้วยแนวคิดใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมแทนที่จะปล่อยให้การแก้ปัญหาสังคมเป็นหน้าที่ของภาครัฐหรือภาคธุรกิจ โดยดำเนินการในรูปแบบธุรกิจเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนการแก้ปัญหาสังคมเท่านั้น หลายคนมักจะเข้าใจผิดว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคม คือเจ้าของธุรกิจที่ทำกิจกรรม CSR

การส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม

ในการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม มีแนวทางในการดำเนินการคือ สร้างวัฒนธรรมด้านกิจการเพื่อสังคม การพัฒนาศักยภาพของกิจการเพื่อสังคม การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการเปิดโอกาสให้ทำงานกับองค์กรภาครัฐ ซึ่งในการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมให้เข้มแข็งจำเป็นต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายกิจการเพื่อสังคม ช่วยผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

สร้างธุรกิจเพื่อขับเคลื่อนสังคม

การเริ่มต้นธุรกิจด้วยแนวคิดว่ายากทำงานเพื่อสังคม ถือว่าเป็นเรื่องที่ดีซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจแบบยั่งยืน แต่ถ้าจะต้องรอการสนับสนุนปัจจัยจากแหล่งเงินทุน อาจจะไม่เพียงพอต่อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อการส่งต่อไปถึงสังคม จำเป็นที่ต้องสร้างธุรกิจที่เลี้ยงตัวเองได้ โดยการหารายได้ภายใต้เงื่อนไขการใส่ใจปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งนำรายได้ดังกล่าวกลับคืนสู่สังคม ชุมชน และสนับสนุนองค์กรไม่หวังผลกำไร

แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

ในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน จะอาศัยภาคธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม ทำกิจกรรม CSR กันอย่างมากมายในปัจจุบัน แม้ว่า CSR นั้น จะเป็น CSR ที่ตอบกลับสังคมอย่างแท้จริงก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยกิจการเพื่อสังคม ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาสังคมที่มีความเข้มข้นกว่าการทำกิจกรรม CSR เพียงอย่างเดียว

เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน

นวัตกรรมชาวบ้าน เป็นการใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่น ใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น สร้างกระบวนการเรียนรู้ในท้องถิ่น เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาให้เหมาะสมกับท้องถิ่นนั้น ในการพัฒนาโดยใช้เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน ถือเป็นรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของชาวบ้านได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีกรณีศึกษาที่จังหวัดบุรีรัมย์ที่ได้ใช้นวัตกรรมแก้ปัญหาความยากจนของชาวบ้าน จนประสบความสำเร็จ รู้จักกันในนาม บริษัทเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย

แพทย์แผนไทยสู่มาตรฐานระดับโลก

การดำเนินงานของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนมากของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยเป็นผู้บุกเบิกค้นคว้าวิจัยและศึกษาด้านสมุนไพร โดยอาศัยความรู้ที่ได้จากชาวบ้าน นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมารวบรวมไว้ และนำสมุนไพรจากชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือเศรษฐกิจชุมชน นอกจากนั้นยังนำสมุนไพรมาเป็นเครื่องมือพัฒนาสังคม สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน และได้ขยายการส่งเสริมการใช้สมุนไพร จนได้รับการรับรองมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของสังคมและใช้ทดแทนยาจาก

ต่างประเทศ ซึ่งการดำเนินการเพื่อสังคมดังกล่าว ได้ดำเนินการในรูปแบบของ “มูลนิธิ” โดยใช้ชื่อว่า มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การร่วมทุนองค์กรชั้นนำระดับโลก

กรณีศึกษาระดับโลกในการดำเนินการเพื่อสังคม คือ บริษัท กรามีน ดาโนเน ฟู้ดส์ (Grameen Danone Foods) เป็นกิจการร่วมทุนระหว่างองค์กรชั้นนำของโลก คือ ดาโนเนจากฝรั่งเศส กับ ธนาครกรามีนจากบังคลาเทศซึ่งเป็นธนาครเพื่อคนจน โดยมีโมเดลธุรกิจที่ยึดเป้าหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจสำคัญ การวัดความสำเร็จของธุรกิจไม่ได้ใช้ตัวเลขทางการเงินเป็นตัววัด แต่ใช้พฤติกรรมทางสังคม เช่น สุขภาพอนามัยของเด็กที่ดีกว่าเดิม เป็นต้น

3. บทสรุปวิจารณ์หนังสือ

กล่าวได้ว่า หนังสือเล่มนี้มีคุณค่าต่อผู้นำหรือผู้บริหารองค์กร ในการที่จะพัฒนาองค์กรให้มีความยั่งยืน โดยใช้กระบวนการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ไม่ได้มุ่งหวังแต่ผลกำไรที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังคำนึงถึงสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในมิติต่างๆของกระบวนการธุรกิจ ซึ่งเป็นไปตามองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่ประกอบด้วย การพัฒนาด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เนื้อหาของหนังสือได้กล่าวถึง สาระสำคัญของประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กลยุทธ์สู่องค์กรที่เป็นมิตรกับสังคม และผู้ประกอบการเพื่อสังคม และได้สอดแทรก ตัวอย่างหรือกรณีศึกษาขององค์กรที่ประสบความสำเร็จจากการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบต่างๆ อยู่ในประเด็นสำคัญทุกประเด็น ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างของกลยุทธ์หรือวิธีการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของประเด็นสำคัญทั้งสาม จากนั้นจึงจะกล่าวถึงองค์กรที่ประสบความสำเร็จในแต่ละประเด็น ให้เป็นกรณีศึกษา ทำให้ผู้อ่านหนังสือเล่มนี้ทำความเข้าใจได้ง่ายจากเนื้อหาสาระที่มีความชัดเจน เห็นเป็นรูปธรรม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเองได้เป็นอย่างดี