

รายงานสถานการณ์/โอกาสในการส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ - Social Enterprise ในเยอรมนี

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

Social Enterprise ในเยอรมนี

Social Enterprise คืออะไร

บริษัท Social Enterprise (SE) ในภาษาเยอรมนี เรียกว่า Sozialunternehmertum หรือ soziales Unternehmertum มีความหมายคล้ายกับ บริษัท Social Enterprise ในภาษาอังกฤษ คือ บริษัทที่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาด้านสังคมต่างๆ ผ่านนวัตกรรมใหม่ๆ แก้ปัญหาอย่างตรงจุด ไม่อ้อมค้อม และพยายามที่จะทำให้เป็นการแก้ปัญหาได้ในระยะยาว โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพยายามเปลี่ยนแปลงสังคมให้ไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยบริษัท จะถูกเรียกว่าเป็น “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ในภาษาไทย โดยผู้ประกอบการธุรกิจผ่านบริษัท เรียกตัวเองว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม (social Entrepreneur) ซึ่งผู้ประกอบการ จะดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมหลายๆ ด้าน อย่างเช่น ด้านการศึกษา การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการรักษาสิทธิมนุษยชน เป็นต้น ซึ่งการสร้างผลกำไร ไม่ใช่จุดมุ่งหมายหลักของกลุ่ม social Entrepreneur ทำให้บริษัท SE จำนวนมาก เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร (non profit organisation) หรือมีการบริหารจัดการบริษัททางนิตินัย แบบไม่แสวงหากำไรเป็นหลัก ในบางครั้ง เศรษฐกิจเชิงสังคม (Social Economy) ก็มักจะถูกนำไปใช้เป็นการจำกัดความหลักในการเรียกรวมรูปแบบขององค์กร แบบที่สาม (Voluntary sector; สมาคม สมาพันธ์ ฯลฯ) และเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการประกอบกิจกรรมขององค์กรเชิงเศรษฐกิจการตลาด โดยมีจุดหมายอยู่ที่การพัฒนาสังคมเข้าไว้ด้วยกัน เป็นต้น ซึ่งภายใต้เศรษฐกิจเชิงสังคม ก็จะมีบริษัท SE รวมอยู่ด้วย โดยในช่วงปี 2000 เป็นช่วงที่มีการเริ่มใช้คำจำกัดความอย่าง Social Entrepreneurship, Eco - Entrepreneurship, Sustainable Entrepreneurship รวมถึง Sustainability Entrepreneurship เพิ่มมากขึ้น ซึ่งคำจำกัดความ เป็นการรวมกันของเป้าหมายของบริษัท ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำกำไรในองค์กรโดยตรง เช่น การพัฒนาแรงงาน การศึกษาเพิ่มเติม ขยายด้านนวัตกรรม และการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ล่าสุด มีองค์กรที่ให้ความสำคัญ



กับการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural Heritage) รวมเพิ่มเข้าไป โดยเป็นองค์กรที่เน้นการรักษาดูแลรักษาสถานที่ และสิ่งก่อสร้างเชิงสังคม และอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นหลัก โดยบ่อยครั้งในเวลา นี้ มีการนำโครงการที่เป็นกิจกรรมธรรมดาต่างๆ ไป เช่น โครงการที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ศิลปะ หรือ การรีไซเคิล มาผูกโยงไว้กับแนวคิด “เศรษฐกิจเชิงสังคม” ที่มีมาช้านานอยู่เรื่อยๆ ซึ่งความพยายามที่จะประเมินผลที่เกิดจาก SE เชิงวิเคราะห์ และหาผลลัพธ์ที่เกิดจาก “การบริการเพื่อสังคม” ให้เห็นเป็นรูปธรรม ในเวลานี้ ยังไม่มีการรวมรูปแบบวิธีการประเมินผลแบบใดแบบหนึ่งไว้ จนสามารถนำมาเป็นมาตรฐานหลัก เพื่อที่จะสามารถนำมาใช้งานได้



คุณสมบัติ และลักษณะของ Social Enterprise

Social Entrepreneur ถูกตีความหมายตามหลักบรรณานุกรมว่า เป็นผู้ประกอบการแบบ

- ทหาทางที่จะแก้ไขปัญหาในสังคม ด้วยนวัตกรรม โดยจุดประสงค์หลักอยู่ที่การเพิ่มมูลค่าให้กับสังคม
- จุดประสงค์หลัก ไม่ได้อยู่ที่การทำกำไร และไม่ได้แบ่งผลกำไรหลัก ให้กับนักลงทุน
- มีรายได้จากการปฏิบัติหน้าที่จริง ไม่ได้อยู่ได้ด้วยจากการสนับสนุนโดยรัฐ หรือหน่วยงานต่างๆ
- ทำงานเพื่อที่จะสร้างองค์กรที่เหมาะสมขึ้นมา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทางสังคมอย่างยั่งยืน
- ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน และระบอบประชาธิปไตย
- พร้อมที่จะร่วมงานกับบุคคล หรือกลุ่มคนที่พร้อมจะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และปฏิบัติงานร่วมกัน
- สามารถระดมทุนทรัพย์ หรือวัตถุดิบได้ โดยไม่ต้องพึ่งอาศัยนายทุน และเกิดภาวะผูกพันขึ้นมา

ประวัติศาสตร์การพัฒนาตัวมาเป็น SE

ในประวัติศาสตร์ มีการกล่าวถึง องค์กร หรือบุคคลที่กระทำการช่วยเหลือสังคมมาช้านาน ที่ได้ช่วยเหลือด้วยทรัพย์สิน หรือแรงกาย หรือรวบรวมสะสมผ่านการบริจาคต่างๆ เช่น

- Florence Nightingale ผู้ก่อตั้งมูลนิธิ Florence Nightingale และโรงเรียน Nightingale School of Nursing
- Robert Qwen ผู้ก่อตั้งสหกรณ์ในสหราชอาณาจักร

• Vinoba Bhave ผู้ก่อตั้งกลุ่มผู้เคลื่อนไหวสนับสนุนการยกพื้นที่ทำกิน ให้กับผู้ยากไร้ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจชาวเยอรมัน ในอดีต ที่มีชื่อเสียง อย่างเช่น นาย Friedrich Wilhelm Raiffeisen, Herrmann Schulze-Delitzsch หรือ Adolph Kolping เมื่อมองในมุมมองในปัจจุบัน ก็เรียกได้ว่าเป็นหนึ่งใน social Entrepreneur ที่ผู้ประกอบการเชิง SE อย่างไรก็ตาม ในประเทศเช่น ประเทศกำลังพัฒนา ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และในประเทศอุตสาหกรรม ที่มีรากฐานจากระบบแองโกล-แซกซัน ประเทศเหล่านี้ มีระบบรักษาความปลอดภัยในการใช้ชีวิตไม่สูงมากนัก ทำให้มีการก่อตั้งองค์กร SE และเผยแพร่แนวคิดเพื่อสังคมในประเทศกลุ่มนี้มาก และรวดเร็วกว่าในประเทศเยอรมนี ที่มีรัฐสวัสดิการที่สูงพอ ที่จะรองรับปัญหาทางสังคมได้ในระดับหนึ่ง จึงเป็นจุดที่ส่งผลให้ ไม่มีการก่อตั้งองค์กร SE ในประเทศเยอรมนี มากเท่ากับกลุ่มประเทศข้างต้น โดยภายในรัฐสวัสดิการ อย่างเช่น ประเทศเยอรมนี ก็เป็นพื้นที่ให้การช่วยเหลือเชิงสังคมเป็นจำนวนมาก กว่า 1 ใน 3 ของ SE ในประเทศเยอรมนี เป็นการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษา การดูแลเด็ก กีฬา และการช่วยเหลือด้านสังคม ซึ่งไม่ได้แค่เพียงกระทำ การต่างๆ ตามทรัพยากร และทุนทรัพย์ที่ได้มา เท่านั้น แต่ social Entrepreneur จำนวนมาก ก็ได้ใช้ ทรัพยากร และแรงงานส่วนตัว และทำการ Lobby ภาคการเมืองอีกด้วย ซึ่งเป็นการทำงานแบบผสม “hybrid” ที่ในเวลา นี้ องค์กรเพื่อสังคมจำนวนมาก ก็เริ่มให้ความสำคัญ และนำมาปรับใช้กับองค์กร ไป ด้วยในเวลาเดียวกัน

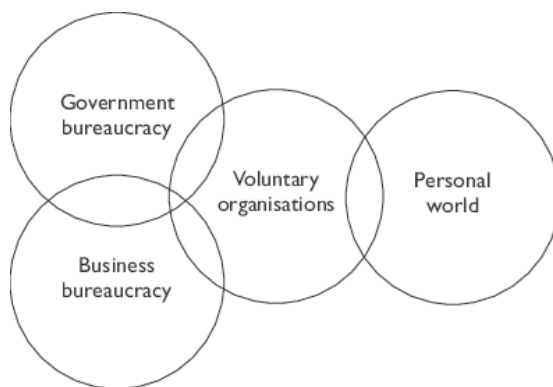


ตั้งแต่ปี 1998 เป็นต้นมา แนวคิดด้าน SE ก็เริ่มเป็นที่แพร่หลายในประเทศเยอรมนี ซึ่งในปีดังกล่าวมีการก่อตั้ง มูลนิธิ Schwab Foundation ผ่านสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum, WEF) ขึ้นมา และตั้งแต่ช่วงปี 2005 ก็มี SE เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในหลายๆ ประเทศ อย่างเช่น Arbeitsgemeinschaft Schweizer Sozialfirmen (ASSOF) ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทที่สนับสนุนให้มีการจ้างงาน ผู้พิการ และผู้เสียเปรียบในตลาดแรงงาน แม้ว่าจะมีการยุบตัวลงไปในปี 2013 ก็ตาม แต่ในปี 2019 ก็มีการร่วมมือระหว่าง Bundesverband Deutsche Startups ร่วมกับ Social Entrepreneurship Network Deutschland (SEND) ที่มีสมาชิก กว่า 350 บริษัท ร่วมกัน ผลักดันด้าน SE ในประเทศเยอรมนี มากขึ้น

ขอบเขตของ Social Enterprise อยู่ที่ไหนบ้าง

ในประเทศเยอรมนี ก็ไม่ได้มีการระบุขอบเขตที่ชัดเจนระหว่าง SE กับ Social Business ในบางครั้ง ก็มักจะนำ Social Business เข้าไปเป็นส่วนพิเศษส่วนหนึ่งของ SE แต่โดยปกติ Social Business จะขึ้นอยู่กับองค์กรเพื่อสังคมแบบดั้งเดิม ที่ส่วนใหญ่ สร้างรายได้เอง หรือมีรายได้จากองค์กรลูก ซึ่ง

องค์กรที่ถูกก่อตั้งขึ้นตามกฎหมาย เป็นองค์กรแบบที่สาม (Voluntary sector; สมาคม สมาพันธ์ ฯลฯ) หรือเป็นบริษัท แบบที่ไม่หวังผลกำไร (บางส่วน) จึงไม่สอดคล้องกับคำจำกัดความเชิง Entrepreneurship เพราะองค์กรเหล่านี้ ต้องพึ่งพารายได้จากหน่วยงานประกันสังคม หรือหน่วยงานช่วยเหลือทางสังคมของรัฐ ซึ่งหมายความว่า บริษัทจึงมีความเสี่ยงน้อยกว่า



Entrepreneurship ตามคำนิยาม จึงตอบสนองกับบริษัทที่ทำงานแบบปราศจากความเสี่ง ในการสนับสนุนด้านการเข้าถึงตลาดแรงงาน การศึกษาเพิ่มเติม หรือการปฏิบัติหน้าที่ด้านสังคมสงเคราะห์ ซึ่งในเยอรมนี บริษัทจำนวนมาก ได้รับความสนับสนุนการช่วยเหลือด้านสังคมแบบองค์กรแบบที่สามเป็นส่วนใหญ่

อีกหนึ่งขอบเขตที่จะสามารถแบ่ง SE ให้มีความชัดเจนขึ้น ได้แก่ กำลังดำเนินนวัตกรรมผ่านการประกอบธุรกิจ SE ซึ่งนวัตกรรมนี้ เป็นได้ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่จับต้องไม่ได้ หรือเป็นรูปแบบการประกอบธุรกิจ หรือรูปแบบการจัดการองค์กรก็ได้ โดยสินค้า และบริการที่มีนวัตกรรมด้านสังคมสูง และอยู่ในเชิงป้องกัน ไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในอนาคตในมุมมองต่างๆ รวมไปถึง การทำงานเชิงอาสาสมัครในระยะยาว เพื่อที่จะลดรายจ่ายในระยะยาว หรือลดการขอความช่วยเหลือผ่านระบบสังคมสงเคราะห์ของรัฐ โดยเน้นการช่วยเหลือตนเอง ผ่านการสนับสนุนโดยทรัพย์สิน และความรู้ต่างๆ รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับเกณฑ์ต่างๆ เช่น ด้านจริยธรรม หรืออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการผลิตสินค้าและบริการ (Fair Trade, พลังงานทางเลือก ฯลฯ) สิ่งเหล่านี้ ก็เป็นเกณฑ์ที่จะนำมาแยก SE ออกจากรูปแบบการจัดการองค์กรรูปแบบอื่นๆ ได้เช่นกัน

ขอบเขตสุดท้ายในการแบ่ง SE ให้ชัดเจน ได้แก่ การได้มาซึ่งรายได้ (earned income) โดยองค์กรที่อยู่ได้จากการบริจาค หรือจากโครงการที่ได้รับการสนับสนุนโดยรัฐ องค์กรกลุ่มนี้ ไม่ควรที่จะเรียกตัวเองว่าเป็น องค์กร Social Entrepreneurship แม้ว่า โครงการจำนวนมากในด้านการช่วยเหลือสังคม จะสร้างผลประโยชน์ให้กับบุคคลที่สาม และมีการสร้างมูลค่าเพิ่มก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง (value capturing problem) บ่อยครั้ง มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้น การขาดกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย หรือการประหยัดที่เกิดขึ้น ผ่านการขอความช่วยเหลือจากรัฐที่ลดลง ไม่ได้ตกมาอยู่ที่องค์กร ทำให้ Social Entrepreneurship ในเยอรมนี เกิดขึ้นได้ยาก เพราะยากที่จะปลีกตัวออกจากห่วงโซ่การผลิตในประเทศเยอรมนี ได้อย่างจริงจัง และยากที่จะแก้ปัญหาด้านการตลาด ของประเทศเยอรมนี เชิงโครงสร้างได้ อย่างไรก็ตาม การใช้ขอบเขตระหว่างรายได้มาซึ่งรายได้ด้วยตัวเอง ปราศจากบริจาค หรือ

การสนับสนุนโดยรัฐ ก็ยังเป็นขอบเขตที่ดี ในการการนำมาระบุความเป็น Social Entrepreneurship ในประเทศเยอรมนีได้ เช่น ประเด็นด้านการรักษาพยาบาลในเยอรมนี ที่ไม่น่าจะมีปัญหาไปได้เลย เพราะค่ารักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายการดูแลผู้ป่วย และผู้ทุพพลภาพ ได้ถูกระบุไว้อย่างชัดเจนแล้ว นั่นเอง

การวัดผลและตรวจสอบความสำเร็จ



บันไดการวัดผล แสดงให้เห็นการแยกตัว ระหว่าง Output, Outcomes และ Impact ให้เห็นชัดเจนขึ้น เป็นขั้นๆ ดังนี้

1. โครงการและการทำงานเกิดขึ้นดังที่วางแผนไว้
2. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
3. กลุ่มเป้าหมายยอมรับข้อเสนอ
4. กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทักษะ
5. กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
6. สถานการณ์ในชีวิตของกลุ่มเป้าหมายดีขึ้น
7. มีการเปลี่ยนแปลงในสังคมเกิดขึ้น

Social Entrepreneur ด้านสังคม มักจะถูกตั้งความคาดหวังจากนักลงทุน และ Stakeholder ไว้ว่า หลังจากที่มีการปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดขึ้นแล้ว จะต้องมีความสำเร็จออกมาให้เห็น ในด้าน social impact และเกิดผลกระทบ (เชิงบวก) กับสิ่งที่กระทำ หรือกับหัวข้อที่ทำไป ออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยสิ่งสำคัญ ได้แก่ การแยกระหว่าง Output (เช่น จำนวนผู้ดองงานวัยรุ่น) และ Outcomes (เช่น จำนวนวัยรุ่นที่มีงานทำ หลังจากนั้น) ออกจากกันให้ชัดเจน โดยปัญหาหลักของการกำหนด Outcomes หรือ social impact ภายใต้อกรอบห่วงโซ่มูลค่า (impact value Chain) ก็คือ คุณลักษณะ (Attribution)

ซึ่งต้องมีการตั้งคำถาม ให้ถูกต้องว่า Output ถูกกำหนดไปยังเป้าหมายได้ขนาดไหน พอหรือยัง และมีปัจจัยอะไร ที่สามารถเข้ามากระทบกับการบรรลุเป้าหมายได้บ้าง รวมไปถึง การตั้งคำถามว่า จะสามารถประสพผลได้ตามเป้าหมาย โดยไม่มีมาตรการที่ตั้งขึ้น ของ social Entrepreneur ได้หรือไม่ เช่น แรงงานวัยรุ่น จะสามารถหางานทำได้ โดยปราศจากมาตรการการช่วยเหลือที่ตั้งขึ้น ของ social Entrepreneur หรือไม่ ซึ่งสามารถทำการตรวจสอบได้ ผ่านการทำวิจัยตรวจสอบกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น



การรวมตัวขององค์กร SE ในเยอรมนี

ปัจจุบันในเยอรมนี มีการรวมตัวของ social Entrepreneur ผ่าน Bundesverband Deutsche Startups กับ Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) ที่มีสมาชิกกว่า 350 บริษัท ร่วมกันผลักดันด้าน SE ในประเทศเยอรมนี มากขึ้น ซึ่งเป็นสมาคมที่ใหม่มาก โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นบริษัท Start Ups และบริษัทที่เน้นการทำงานด้านนวัตกรรม เป็นหลัก โดยตั้งอยู่ใน กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี

Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V.
c/o Bundesverband Deutsche Startups e. V.
im Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin
โทร: 030-64477658

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de