

มติสมัชชา วิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี 2566

วันที่ 6 – 7 กรกฎาคม 2566

ณ ห้องออ디เทอเรียม ชั้น 5
หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
และผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์



คำนำ

กระบวนการสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ถือเป็นกลไกหนึ่งในการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 เพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาการประกอบกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคมรวมถึงการสร้างความร่วมมือ และประสานงานระหว่างภาครัฐ และเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสถาบันการเงิน เพื่อส่งเสริม และพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคม

ในปี พ.ศ. 2566 คณะกรรมาธิการบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในฐานะ ที่มิวิชาการโครงการจัดงานประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี พ.ศ. 2566 โดยที่คณะผู้จัดทำโครงการฯ ต้องการผลักดันมติสมัชชาจากการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ให้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบนิเวศของ วิสาหกิจเพื่อสังคม ผลักดันให้เกิดข้อเสนอเชิงนโยบายต่อหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำพาวิสาหกิจ เพื่อสังคมให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

มติสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี 2566 นี้จะทำให้เห็นถึง ประเด็นเนื้อหาที่พิจารณา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และกระบวนการเชิงระบบ ซึ่งจะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนำไปพัฒนาวิสาหกิจ เพื่อสังคมในประเทศไทย เพื่อผลักดันให้เกิดเป็นนโยบายระดับชาติ และสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจ เพื่อสังคมต่อไป

คณะผู้จัดทำ



บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

“งานประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี พ.ศ. 2566” เป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมในปัจจุบัน โดยใช้หลักการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนระบบนิเวศของวิสาหกิจเพื่อสังคม และผลักดันให้เกิดข้อเสนอเชิงนโยบายต่อหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง อันจะนำวิสาหกิจเพื่อสังคมไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

ทางคณะผู้จัดทำ โดยมีคณาจารย์จากคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในฐานะทีมวิชาการ ได้เริ่มจากการจัดกิจกรรมการสนทนากลุ่มย่อยแบบออนไลน์ (Online Focus Group) ขึ้นระหว่างวันที่ 25 – 27 เมษายน 2566 จำนวน 4 ครั้ง ตามขนาดของวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวน 3 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมขนาดย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ตามเกณฑ์รายได้ของวิสาหกิจเพื่อสังคม ส่วนอีก 1 กลุ่มเป็น กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรูปแบบสนทนากลุ่มย่อย และใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการกำหนดประเด็นการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคมในปี นี้ โดยประเด็นพิจารณาที่กำหนดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการสนทนากลุ่มย่อยแบบออนไลน์ (Online Focus Group) ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้ แนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และแนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building)

ในวันประชุมสมัชชาวันที่ 6 กรกฎาคม 2566 ประกอบด้วยผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดจำนวน 263 คน โดยที่ประชุมได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมในแต่ละประเด็นเพื่อให้การพิจารณามีความละเอียดและครบถ้วนมากขึ้น และมีมติเป็นเอกฉันท์ขอเพิ่มเติมประเด็นพิจารณา “การสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม” เนื่องจากเป็นเรื่องที่สำคัญ และเป็นปัญหาที่วิสาหกิจเพื่อสังคมเผชิญในปีที่ผ่านมา คณะผู้จัดทำจึงนำไปรวมกับประเด็นที่ 4 เนื่องจากมีความใกล้เคียงกัน ที่ประชุมจึงมีมติให้พิจารณาแนวทางทั้ง 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 แนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นที่ 2 แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นที่ 3 แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นที่ 4 แนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากประเด็นทั้ง 4 ประเด็นข้างต้น ในวันประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม เปิดโอกาสให้ที่ประชุมได้เสนอความคิดเห็น และแนวทางแก้ปัญหา รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย อย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่จะสามารถนำไปเป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนระบบนิเวศของวิสาหกิจเพื่อสังคมไปในทิศทางที่ดีและ



ยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต โดยจัดให้มีรูปแบบการหมุนเวียนผู้เข้าร่วมประชุมสู่ห้องสนทนากลุ่มย่อย (Gallery Walk) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนได้มีส่วนร่วม ครบทั้ง 4 ประเด็น ในการเสนอความคิดเห็น และแนวทางแก้ปัญหา รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยแต่ละห้องจะมีอาจารย์ประจำกลุ่มเพื่อรวบรวมประเด็นและบันทึกการประชุม โดยในทุก ๆ รอบของการประชุม เริ่มต้นจากการให้ที่ประชุมนำเสนอปัญหาที่พบเจอในปีที่ผ่านมา และร่วมกันเสนอแนวทางแก้ปัญหาโดยวิสาหกิจเพื่อสังคม หากเป็นประเด็นที่ต้องแก้ปัญหาเชิงนโยบายอาจารย์ประจำกลุ่มจะให้ที่ประชุมช่วยกันนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

โดยมติที่ประชุม และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากการประชุมสมาชิกวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี พ.ศ. 2566 มีรายละเอียดโดยสรุป ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 แนวทางการสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ประชุมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยให้วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียตามกลุ่มเป้าหมาย (Segment) และจัดทำสื่อ และแนวทางประชาสัมพันธ์แยกตามกลุ่มเป้าหมาย (Segment) โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย คือ ควรสร้างการรับรู้ และตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมให้กับเยาวชน เพื่อให้เห็นความสำคัญของรูปแบบทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผลักดันให้มีเนื้อหารายวิชาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในหลักสูตร ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา และมีมัธยมศึกษา

ประเด็นที่ 2 แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ประชุมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องรูปแบบ และวิธีการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทั้งในฝั่งของผู้ที่ต้องการแหล่งเงินทุน และเจ้าของแหล่งเงินทุน โดยมีข้อเสนอแนะนโยบายที่สำคัญ คือ การปรับเปลี่ยนเงื่อนไขที่เฉพาะเจาะจงสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมมีลักษณะเฉพาะ และมีความแตกต่างจากธุรกิจโดยทั่วไป

ประเด็นที่ 3 แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคมสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ประชุมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยมุ่งเน้นการฝึกอบรม สร้างความรู้ความเข้าใจวิธีการประเมินสร้างผลกระทบเพื่อสังคมให้วิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย คือ นำเกณฑ์การประเมินเพื่อสร้างผลกระทบทางสังคมมาใช้ในการสร้างแรงจูงใจ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 4 แนวทางสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ประชุมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของคนทำงานในธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กำลังคนเข้าสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย คือ ภาครัฐควรปลูกฝังเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม ลงในสื่อการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา และ เพิ่มเติมสิทธิหรือสวัสดิการสำหรับบุคลากรในวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อเป็นแรงจูงใจ



สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	
ประเด็นที่ 1 แนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม	7
ประเด็นที่ 2 แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม	10
ประเด็นที่ 3 แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม	14
ประเด็นที่ 4 แนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม	17
ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ	20
ภาคผนวก 1 ประกาศ เรื่อง การประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี พ.ศ. 2566	24



ประเด็นที่ 1

แนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม



ประเด็นที่ 1

แนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นปัญหาที่พบ

- ภาคประชาชน: ประชาชนขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ความสับสนเกี่ยวกับคำศัพท์ที่ใช้ เช่น วิสาหกิจเพื่อสังคมมักจะสับสนกับวิสาหกิจเพื่อชุมชนและมีความเข้าใจผิดว่าเป็นธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไร
 - ปัญหาของการสื่อสารข้อมูลหรืออารมณ์ในการสื่อสารก่อให้เกิดความสับสนมากกว่าที่จะสนับสนุนธุรกิจ เช่น การโฆษณาของวิสาหกิจเพื่อสังคมบางแห่ง แสดงถึงความน่าสงสารของเด็กด้อยโอกาส ธุรกิจมองว่าภาพลักษณ์ที่ออกมาควรเป็นในทางบวกหรือกลางมากกว่า
 - การสื่อสารที่ผิดก่อให้เกิดปัญหาที่ทำให้คนทั่วไปคิดว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม จะต้องรับเงินบริจาค
 - จากข้อคิดเห็นของสื่อที่ร่วมงาน (Echo) สนับสนุนว่ายังมีความคลุมเครือในการสื่อสารของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ภาครัฐและเอกชน: ยังไม่เข้าใจวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งอาจจะมาจากการไม่ได้รับข้อมูลที่ทั่วถึงหรือมีเหตุผลแอบแฝงที่ไม่ให้การสนับสนุนหรือไม่ให้ความไว้วางใจ นอกจากนี้ ภาครัฐให้การสนับสนุนการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มากกว่าการกล่าวถึงวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยกัน: การรับรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยกัน ยังมีน้อยหรือแทบไม่มี แม้แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมที่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน ยังไม่มีโอกาสในการเชื่อมโยงการทำงานต่อกัน

เสนอที่ประชุมเพื่อพิจารณา

- 1) แนวทางการแก้ปัญหาการสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มติที่ประชุม ที่ประชุมพิจารณาแล้ว มีข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาการสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังต่อไปนี้

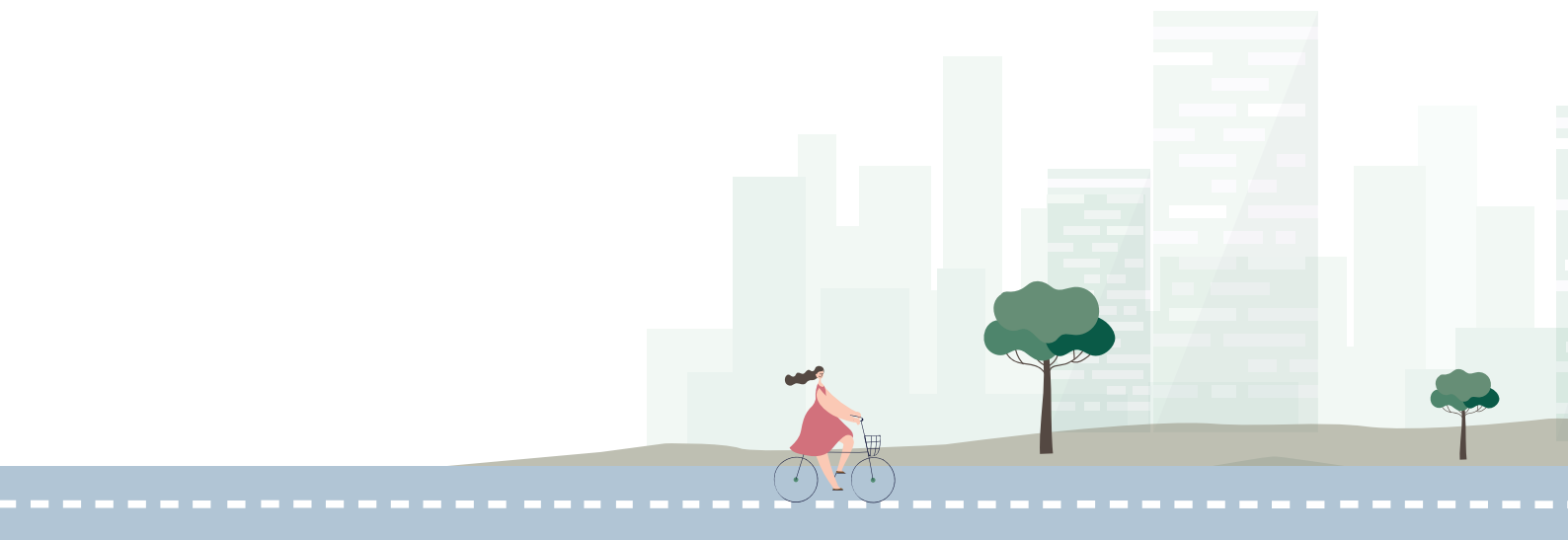


1) ความคิดเห็น และแนวทางการแก้ปัญหาการสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลและเพิ่มการมีส่วนร่วมของบุคคลภายนอกโดยการใช้สื่อต่างๆเข้าช่วย
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ควรเพิ่มการอบรมให้ความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ และการจัดทำบัญชี
- การส่งเสริมกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) หรือกิจกรรมการสร้างเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจหรือท้องถิ่น เพื่อให้แต่ละธุรกิจได้รู้จักกันมากขึ้น
- สร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐในการประสานข้อมูล
- จัดทำชุดข้อมูลรายชื่อ (Directory List) ของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- ภาครัฐ ควรเพิ่มหลักสูตรเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมของสถานศึกษา ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และปริญญาตรี เนื่องจากจะช่วยสร้างการตระหนักรู้ (Awareness) และความเข้าใจ (Perception) เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมมากยิ่งขึ้น



ประเด็นที่ 2

แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม



ประเด็นที่ 2

แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นปัญหาที่พบ

1. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

- ในปัจจุบันสถาบันการเงินทุกแห่งยังคงมีเงื่อนไขการขอสินเชื่อของกิจการโดยพิจารณาจากกำไรของกิจการ ตามกฎเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลสถาบันการเงิน ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวเป็นหลักประกันความสามารถในการชำระคืนสินเชื่อของกิจการผู้ขอกู้ ดังนั้นในประเด็นนี้จึงยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้
แม้ในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ มีโครงการสินเชื่อ/บริการที่สามารถช่วยเหลือสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ แต่อย่างไรก็ดี ธนาคารยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมและพนักงานในสาขาของธนาคารทั่วประเทศได้ทราบโดยทั่วกัน
- คุณสมบัติบางประการที่จำเป็นต่อการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินของวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ กิจการต้องมีกำไรอย่างน้อย 1 ปีก่อนหน้าที่จะขอกู้ยืม ซึ่งเป็นการยากที่วิสาหกิจเพื่อสังคม จะสามารถดำเนินการได้ หรืออาจต้องใช้เวลานานกว่าที่จะมีคุณสมบัติตามที่สถาบันการเงินกำหนด
หน่วยเศรษฐกิจฐานรากอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคม มีโอกาสในการเข้าถึงเงินทุนน้อย
 - ผู้ประกอบการไม่ทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ธนาคารจัดให้มีไว้เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยตรง
 - พนักงานสาขาของธนาคารในต่างจังหวัดไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารตนเองที่สนับสนุนการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคม จึงไม่สามารถช่วยเหลือ หรือให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- วิสาหกิจเพื่อสังคมมีพัฒนาการหลายระดับ ทั้งขั้นแนวคิด ขั้นเริ่มต้น ขั้นเติบโต และขั้นอยู่รอด ทำให้ความต้องการเงินทุนของกิจการแต่ละระดับแตกต่างกัน
- การพิจารณาสินเชื่อของวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจพิจารณาจากผลการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) เพื่อนำไปใช้ในการประเมินเพื่อขอยืมกู้ได้
- การเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เช่น การทำบัญชีเอกสารการเงินที่เกี่ยวข้อง
- แต้มต่อจากภาครัฐในเรื่องการสนับสนุนทางการเงิน



- การขาดประชาสัมพันธ์การประกันสินเชื่อและการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการขอสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

2. กรณีการขอทุนสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)

- ขาดความเข้าใจต่อกฎเกณฑ์การให้/ขอรับทุนสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)
- ความหมายของคำว่า นวัตกรรม อาจไม่ได้หมายความเพียงเฉพาะการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่อาจเป็นรูปแบบการคิดต่อกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แบบใหม่

3. กรณีการเข้าถึงกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE)

- ขาดข้อมูลความก้าวหน้าของหลักเกณฑ์และระเบียบในการขอรับการสนับสนุนทางการเงินจากกองทุน ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE)
- ขาดข้อมูลการเข้าถึงกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม

เสนอที่ประชุมเพื่อพิจารณา

- 1) แนวทางการแก้ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มติที่ประชุม ที่ประชุมพิจารณาแล้ว มีข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังต่อไปนี้

1.) ความคิดเห็น และแนวทางการแก้ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.1 การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม รวบรวมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการกู้เงิน ส่งชื่อไปยังสถาบันการเงินต่าง ๆ เป็นการจับคู่ (Bank Matching) ระหว่างสถาบันการเงินกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในการช่วยเหลือแหล่งเงินทุน
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ส่งรายชื่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ให้แก่สถาบันการเงิน เพื่อให้สถาบันการเงินนำส่งไปยังสาขาทั่วประเทศ พร้อมโครงการสินเชื่อที่สถาบันการเงินแห่งนั้นมีไว้ให้บริการแก่วิสาหกิจเพื่อสังคมโดยตรง
- จัดให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเข้าถึงแหล่งเงินทุนรูปแบบที่เหมาะสมกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในแต่ละขั้นของการพัฒนาธุรกิจ
- ผลการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) ยังไม่



ถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ อย่างไรก็ตาม การแก้ไขอาจมีการผลักดันให้นำผลการประเมินมาประกอบการพิจารณาสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคต เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นกิจการที่มีลักษณะเฉพาะ จึงควรมีหลักเกณฑ์จำเพาะที่เหมาะสม

- จัดให้มีการอบรม/ทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม ในการขอกู้เงินจากธนาคาร เช่น
 - แนะนำแนวทางทำบันทึกบัญชีรายรับรายจ่าย
 - การเก็บใบเสร็จรายการซื้อขาย อย่างน้อย 6 เดือนก่อนยื่นคำขอกู้ยืม
 - การเตรียมสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนเพื่อเสริมสภาพคล่อง ป้องกันปัญหาการขาดแคลนเงินระยะสั้น
- การจัดตั้งงบประมาณเพื่อให้การช่วยเหลือสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม ด้านการประกันสินเชื่อแก่กลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มากขึ้น

1.2 กรณีการขอกู้เงินสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)

- การชี้แจงคุณสมบัติด้านนวัตกรรม และรายละเอียดทุนของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทราบ
- การทำความเข้าใจและการขยายความคำว่า “นวัตกรรม” ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) ให้สอดคล้อง/เอื้ออำนวยต่อการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.3 กรณีการเข้าถึงกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE)

- ขณะนี้ยังอยู่ในขั้นตอนร่างหลักเกณฑ์ และระเบียบต่าง ๆ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปีงบประมาณ 2566

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- พิจารณาส่งไปยังหน่วยงาน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือ กระทรวงการคลัง เพื่อพิจารณาการปรับลดเงื่อนไขดังกล่าวให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยเหตุที่วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่มีลักษณะเฉพาะ



แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม



ประเด็นที่ 3

แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นปัญหาที่พบ

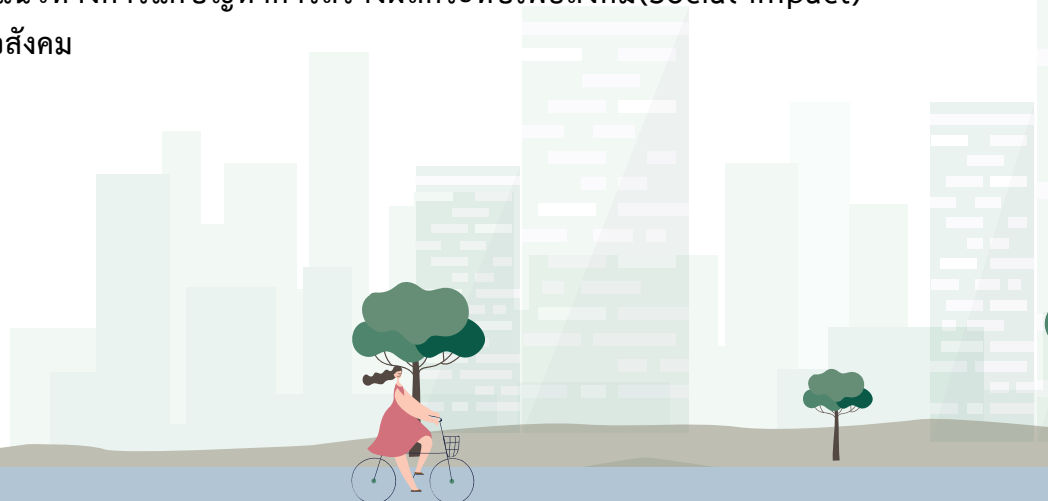
- วิสาหกิจเพื่อสังคมขนาดเล็กขาดความรู้เรื่องการวัดผลกระทบทางสังคม
- วิสาหกิจเพื่อสังคมแต่ละแห่งมีการทำเพื่อสังคมที่ต่างกัน ทำให้ไม่ทราบวิธีการวัดผลกระทบทางสังคม
- ขาดข้อมูลค่ากลางของการวัดผลลัพธ์ทางสังคม และประโยชน์ หรือความจำเป็นต้องนำมาใช้อย่างไร ในกรณีที่ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน รวมถึงจะมีแนวทางอย่างไรที่ผลลัพธ์ที่ออกมาจะเป็นที่น่าเชื่อถือ
- หากวิสาหกิจเพื่อสังคมมีการประเมินผลกระทบทางสังคมแล้ว จะได้รับประโยชน์อย่างไรที่เป็นรูปธรรมการสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของ วิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีการผลการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) จะสร้างความได้เปรียบอย่างไร
- เจ้าภาพทั้งด้านการกำหนดเกณฑ์ การเป็นผู้ตรวจประเมิน การให้ความรู้ หรือ แม้กระทั่งผู้ที่จะมาสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการตรวจการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment)
- หากวิสาหกิจเพื่อสังคมมีการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมแล้ว ขาดหน่วยงานที่จะทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง (Audit) ของการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น

เสนอที่ประชุมเพื่อพิจารณา

- 1) แนวทางการแก้ปัญหาการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มติที่ประชุม ที่ประชุมพิจารณาแล้ว มีข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังต่อไปนี้

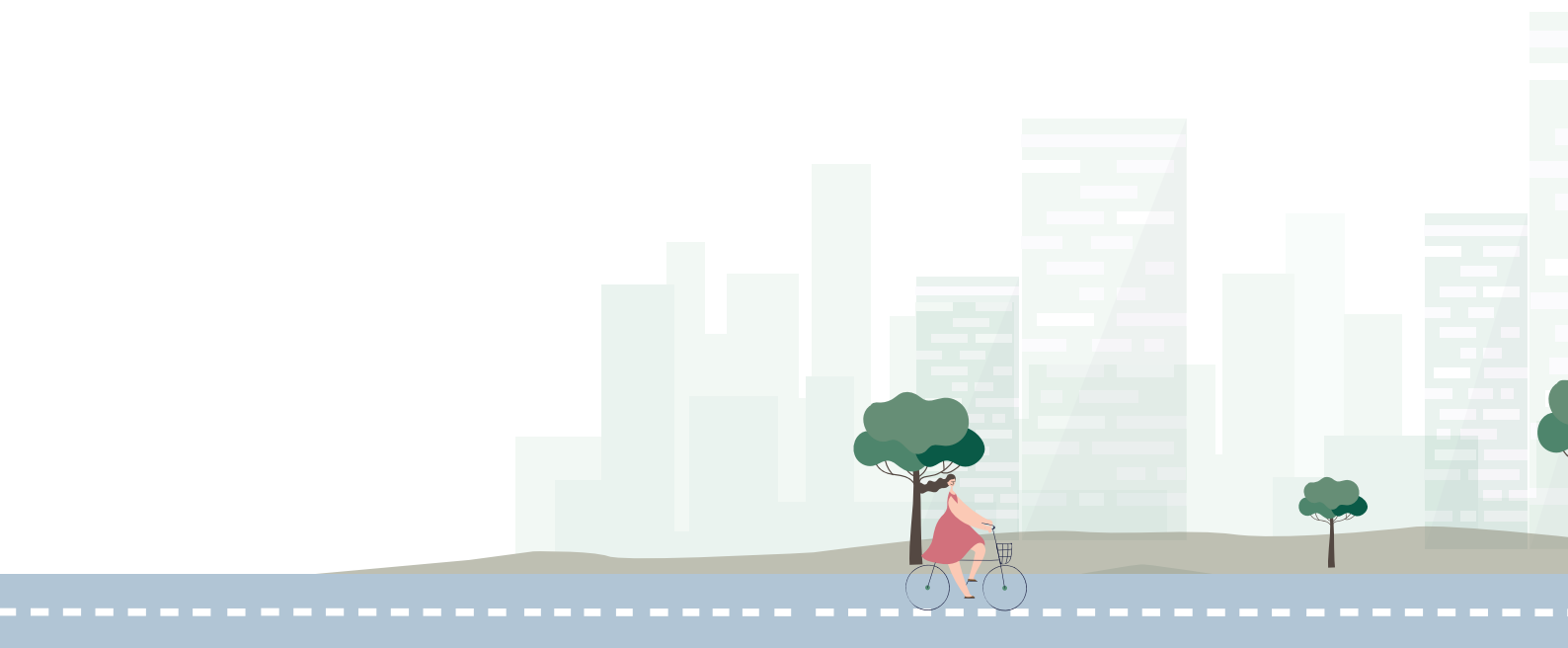
- 1) **ความคิดเห็น และแนวทางการแก้ปัญหาการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม(Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม**



- ควรจัดอบรมการประเมินผลกระทบทางสังคมให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคมขนาดเล็ก (Small SEs) แบ่งตามรุ่น และหากเป็นไปได้ควรจัดโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เนื่องจากค่าอบรมปกติจากภายนอกมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ควรจัดอบรมการประเมินผลกระทบทางสังคม เช่น การอบรมการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) ที่เป็นเครื่องมือวัดผลที่เป็นสากล โดยแบ่งตามประเภทของธุรกิจตามกลุ่มผู้อบรม
- พยายามสร้างความเข้าใจถึงการแสดงผลการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) ว่ามีความสำคัญให้กับทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ต้องเป็นแม่ข่ายในการสร้างเครื่องมือวัดผลกระทบทางสังคมที่เป็นมาตรฐานเดียวกันสำหรับทุก ๆ ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาคเกษตร ภาคสังคม หรือแม้กระทั่งภาคสิ่งแวดล้อม โดยที่หาการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายมาสนับสนุน เช่น ให้มหาวิทยาลัยช่วยสนับสนุนการจัดโครงการอบรมการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) อย่างต่อเนื่อง
- สร้างภาคีสำหรับการเป็น พี่เลี้ยง หรือ ผู้แทนในการตรวจประเมินการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) ตามภูมิภาคต่าง ๆ

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- ผลักดันให้เกิดประโยชน์กับภาคเอกชนที่สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีการแสดงผลการวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI: Social Return On Investment) หรือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA: Social Impact Assessment) เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี หรือ สิทธิประโยชน์เรื่องการเข้าถึงเงินทุน สร้างเงื่อนไขให้กับบริษัทต่าง ๆ ให้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีการแสดงผลกระทบทางสังคม



ประเด็นที่ 4

แนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้
วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้าง
เครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม



ประเด็นที่ 4

แนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

ประเด็นปัญหาที่พบ

- ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติของคนในสังคมเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม
 - คนในองค์กรยังมองและนึกถึงประโยชน์ส่วนตนก่อนประโยชน์ส่วนรวม
 - สมาชิกในองค์กรเข้าร่วมแบบไม่ต่อเนื่อง คนนอกยังไม่รู้จักว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมคืออะไร จึงทำให้หาพนักงานได้ยาก
 - คนในองค์กรยังขาดความเข้าใจถึงวิสาหกิจเพื่อสังคมในเชิงลึก
 - ขาดงบประมาณสนับสนุนอย่างจริงจังทำให้บุคลากรหมดกำลังใจในการเข้ามาทำวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ขาดเครือข่าย หรือนักวิจัยที่จะช่วยในการวิจัยหรือต่อยอดผลิตภัณฑ์เนื่องจากไม่มีเงินทุนที่มากพอ
- องค์กรหรือกิจการขนาดเล็กไม่สามารถจ้างแรงงานที่มีประสบการณ์และความสามารถได้ เพราะมีทุนน้อย
- ขาดความเป็นเครือข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยกันเอง กล่าวคือ วิสาหกิจเพื่อสังคมไม่รู้จักกัน และขาดการส่งเสริม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

เสนอที่ประชุมเพื่อพิจารณา

- 1) แนวทางการแก้ปัญหาการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มติที่ประชุม ที่ประชุมพิจารณาแล้ว มีข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังต่อไปนี้

- 1) **ความคิดเห็น และแนวทางการแก้ปัญหาการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม**
 - 1.1 ด้านความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของคนในสังคมเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม



- ควรมีสื่อและประชาสัมพันธ์เพื่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเน้นการสื่อสารในเรื่องความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม และประโยชน์ของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมแรงจูงใจทางบวก เช่น การจัดงานมอบรางวัลบุคคลหรือหน่วยงานวิสาหกิจเพื่อสังคมดีเด่นเพื่อเป็นแรงจูงใจ หรือการจัดงานรวมวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วประเทศ
- การประชาสัมพันธ์และสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องไม่เป็นหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเพียงหน่วยงานเดียว หน่วยงานราชการอื่นควรจะเข้ามามีส่วนร่วมเช่นกัน เช่น อบจ.ประจำจังหวัดที่มีหน่วยงานอื่นในเครือข่ายจำนวนมากควรเป็นตัวกลางในการนำดำเนินงาน

1.2 ด้านเครือข่าย หรือนักวิจัย

- ควรมีระบบการจับคู่คณาจารย์/นักวิจัย (Academic Matching) ระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมและมหาวิทยาลัยเพื่อช่วยพัฒนาสินค้า หรือบริการของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการงานวิจัยสนับสนุน

1.3 องค์กรขาดแรงงานที่มีประสบการณ์เนื่องจากเงินทุนไม่มากพอ

- ส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมทำการตลาดโดยใช้ผลกระทบทางสังคม (Social Impact) มาเป็นแรงขับเคลื่อนให้คนยอมสละเงินเดือนเพื่อแลกกับความสุขในการทำงาน
- ควรมีการสื่อสารเรื่องโครงการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีร่วมกับสถาบันการศึกษาสายอาชีพถึงสิทธิประโยชน์การนำค่าใช้จ่ายมาลดหย่อนภาษีได้
- มีระบบการจับคู่ (Matching) นักศึกษา/นิสิต กับวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยเริ่มจากการให้มหาวิทยาลัยส่งนักศึกษา/นิสิต มาฝึกงานที่วิสาหกิจเพื่อสังคม

1.4 ความเป็นเครือข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยตนเอง

- ทำเว็บไซต์ที่เป็น Market place ของกิจการเพื่อสังคมโดยเฉพาะ โดยมีการแบ่งเป็นชุดข้อมูล (Directory) เช่น สินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นต้น
- ทำกิจกรรมการสร้างเครือข่าย เช่น SE Event หรือ SE Night ที่จะทำให้ผู้ประกอบการนั้นสามารถมาเจอเพื่อพูดคุย และทำความรู้จักกันได้อย่างต่อเนื่อง

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

- ปลุกฝังเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านในสื่อการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษา



- มีโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนหรือผลิตแรงงานเข้าสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเฉพาะ
- ทาวิธีที่เอื้ออำนวยต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีความสะดวกในการขออนุญาตต่าง ๆ มากขึ้น เช่น การขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- ควรพิจารณาเพิ่มสิทธิและสวัสดิการสำหรับบุคลากรในวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ทำนโยบายที่สร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SME) ผันตัวมาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) เช่น เงินกู้ดอกเบี้ยพิเศษ โดยจะต้องกำหนดนโยบายลงมาตั้งแต่ระดับนโยบาย
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมควรมีหน่วยงานย่อยในแต่ละภูมิภาคเพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเข้าถึงบริการของหน่วยงานได้ง่ายขึ้น

1.2 ขาดเครือข่าย หรือนักวิจัย

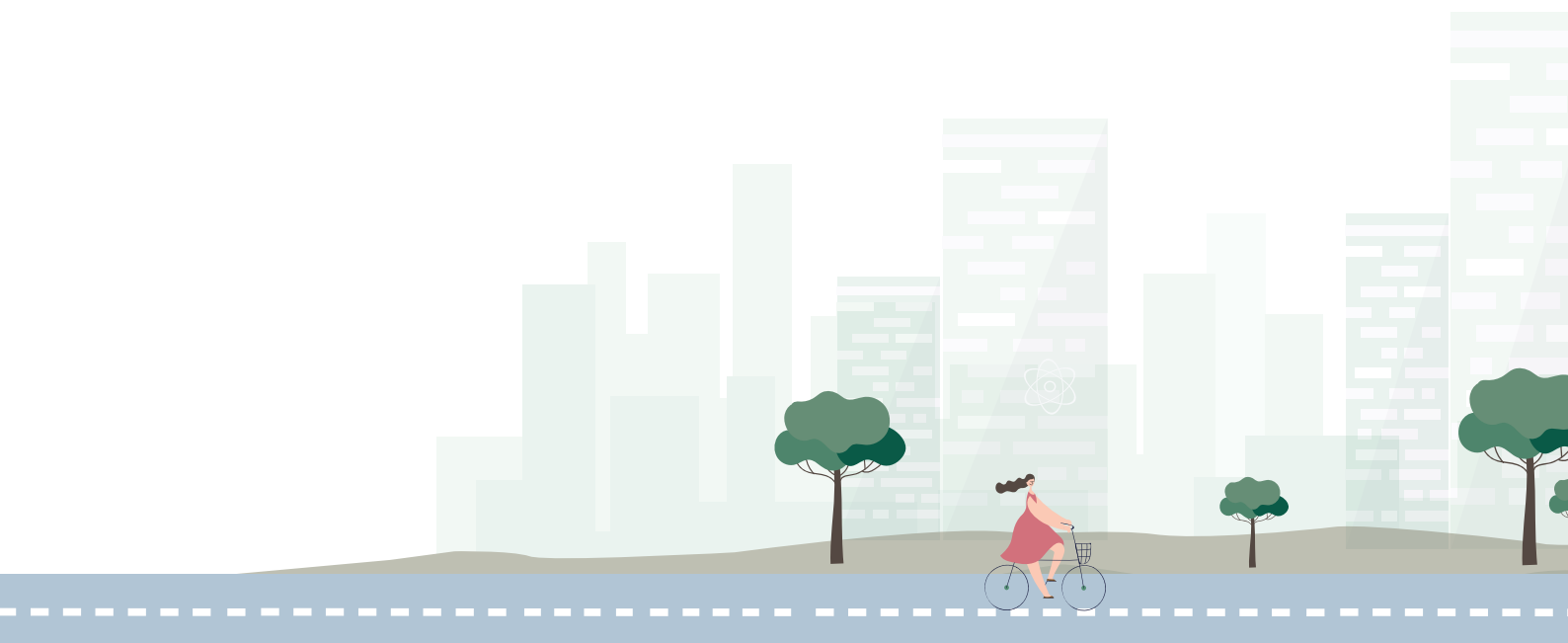
- ควรมีระบบการจับคู่ (Matching) คณาจารย์/นักวิจัย ระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมและมหาวิทยาลัยเพื่อช่วยพัฒนาสินค้า หรือบริการของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการงานวิจัยสนับสนุน
- มีความช่วยเหลือจากมหาวิทยาลัยในการบูรณาศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

1.3 องค์กรขาดแรงงานที่มีประสบการณ์เนื่องจากเงินทุนไม่มากพอ

- ภาครัฐมีการให้ทุนแก่วิสาหกิจเพื่อสังคมและปลูกฝังให้คนเห็นว่าการทำางานในวิสาหกิจเพื่อสังคม นั้นเป็นอาชีพที่มีเกียรติ
- ภาคการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาจะต้องมีกิจกรรมหรือโครงการที่จะปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.4 ความเป็นเครือข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคม

- มีการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคมในหลากหลายกลุ่มมากขึ้น เช่น สถานศึกษา กลุ่มคนผู้สูงอายุ



ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

แนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

เนื่องจากปัญหาการรับรู้ เป็นประเด็นปัญหาที่วิสาหกิจเพื่อสังคมหลายแห่งได้พบเจอในปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นประเด็นเดียวกับการประชุมสมัชชาในปี พ.ศ. 2565 ดังนั้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับประเด็นนี้อย่างมาก โดยอาจกำหนดแนวทางการสร้างการรับรู้ไว้เป็น 2 แนวทางหลัก ดังต่อไปนี้

1. แนวทางสร้างการรับรู้เชิงระบบ (ระยะยาว)

- 1.1 ควรเริ่มจากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียตามกลุ่มเป้าหมาย (Segment) ต่าง ๆ ได้แก่ ภาคประชาชน ผู้ซื้อสินค้าและบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคม องค์กรภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชน เป็นต้น เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม มีประเด็นที่ต้องการสื่อสารออกไปในบริบทที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น
 - ก. ภาคประชาชนผู้ซื้อสินค้า หรือบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจต้องนำเสนอในมุมที่ผู้ซื้อสินค้า หรือใช้บริการ ได้รับประโยชน์อย่างไรจากการซื้อสินค้า หรือบริการ จากวิสาหกิจเพื่อสังคม
 - ข. ภาครัฐ ควรสื่อสารในเรื่องการใช้จ่ายจัดจ้างสินค้าและบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยวิธีเฉพาะเจาะจง
 - ค. ภาคเอกชน ควรสื่อสารในเรื่องการใช้สินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคม องค์กรธุรกิจสามารถสร้างประโยชน์ให้กับ สังคม สิ่งแวดล้อม ได้อย่างไร ผ่านการซื้อสินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 1.2 การเลือกใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ (Segment) ควรตรงตามกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ช่องทางผ่าน Facebook หรือ Line Application สำหรับกลุ่ม Gen X หรือ Gen Y แต่หากเป็นเยาวชนรุ่นใหม่ อาจต้องใช้ TikTok หรือ Instagram จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า
- 1.3 ในระยะยาว การสร้างการรับรู้ และตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมควรเริ่มตั้งแต่เยาวชน เพื่อให้เห็นความสำคัญของรูปแบบทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผลักดันให้มีเนื้อหารายวิชาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ในหลักสูตร ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา



2 แนวทางสร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรม / โครงการเพื่อเพิ่มหรือกระตุ้นให้เกิดการรับรู้สำหรับประชาชนทั่วไป (ระยะสั้น)

- 2.1 การเพิ่มแพลตฟอร์ม (Platform) หรือ ปรับปรุงฐานข้อมูลที่มีอยู่แล้วให้สามารถเข้าถึงวิสาหกิจเพื่อสังคมได้อย่างเหมาะสม
- 2.2 การปรับปรุงฐานข้อมูลที่ธุรกิจหรือบุคคลภายนอกสามารถเข้าไปศึกษา เช่น Website, Social Media รวมทั้ง Application ที่นำไปสู่การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคมทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของเครือข่ายและสามารถส่งต่อความรู้หากันได้
- 2.3 การจัดงานเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องเช่น งานสัมมนา, conference, Webinars, Podcasts, หรือ workshops เพื่อเพิ่มความรู้ให้กับบุคคลภายนอกและเป็นโอกาสให้วิสาหกิจเพื่อสังคมได้มีโอกาสเจอกันมากขึ้น

การแก้ปัญหาแนวทางสร้างการรับรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งสองแนวทางข้างต้น ถือเป็นโจทย์ใหญ่ที่สำคัญโจทย์หนึ่ง ซึ่งหากสามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่การช่วยแก้ปัญหาอื่น ๆ ตามมา เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจาก สถาบันการเงินจะมีความเข้าใจในวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมจะง่ายขึ้น หรือการหาล้างคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) จะทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจาก ประชาชนทั่วไปเริ่มเห็นความสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม และอยากเข้าสู่ธุรกิจนี้กันมากขึ้น

แนวทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

แนวทางการแก้ปัญหการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจต้องพิจารณาดำเนินการจาก 2 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายผู้ขอสินเชื่อ หรือผู้ลงทุน และฝั่งผู้ให้สินเชื่อ หรือผู้ให้ทุน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ฝ่ายผู้ขอสินเชื่อ หรือผู้ลงทุน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างความรู้ความเข้าใจ และการเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการขอสินเชื่อ หรือแหล่งทุน ประกอบด้วย
 - 1.1 ประสานกับผู้ให้สินเชื่อ หรือแหล่งทุน เพื่อให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม ในเรื่องของเงื่อนไขการให้สินเชื่อ หรือการให้ทุน การจัดเตรียมข้อมูลทางการเงินเพื่อใช้ในการขอสินเชื่อ การจัดเตรียมข้อมูลประกอบการขอทุนจากแหล่งทุนต่าง ๆ



- 1.2 ประสานกับมหาวิทยาลัยเพื่อจัดเตรียมองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ความรู้ทางการเงิน การบัญชี หรือภาษี เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถจัดเตรียมข้อมูล และใช้ในการสื่อสารกับผู้ให้สินเชื่อ หรือการให้ความรู้ด้านการวัดผลกระทบทางสังคม หรือองค์ความรู้ด้านการวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาการขอทุน
2. ผังผู้ให้สินเชื่อ หรือผู้ให้ทุน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ควรเดินสายให้ความรู้กับผู้บริหาร และพนักงานสถาบันการเงิน หรือผู้ให้ทุน ถึงความสำคัญและความจำเป็นในการจัดหาเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม

แนวทางการสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Social Impact) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

เนื่องจากในปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้พัฒนาเครื่องมือในการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคมเสร็จสิ้นแล้ว แต่ยังไม่ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย จึงอาจวางแนวทางการนำเครื่องมือดังกล่าวมาใช้ ดังนี้

1. เป็นเงื่อนไขประกอบการพิจารณาจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคมรายใหม่ เพื่อให้ลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีความชัดเจน และโดดเด่นจากธุรกิจทั่วไป หรือธุรกิจที่อ้างว่าเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่ไม่สามารถสร้างผลกระทบที่ดีให้แก่สังคมได้อย่างแท้จริง
2. ส่งเสริมให้เกิดการใช้เครื่องมือนี้ในการวัด และรายงานผลเป็นประจำทุกปี เช่นเดียวกับการรายงานงบการเงินประจำปี หรือ one report ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากจะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมได้ทบทวนวิธีการดำเนินงานของตนเองว่ายังสร้างผลกระทบที่ดีให้กับสังคมได้อยู่หรือไม่ หรือเพิ่มขึ้น/ลดลง จากปีก่อนอย่างไร
3. สร้างแรงจูงใจในการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคมให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม ให้วิสาหกิจเพื่อสังคมได้รับประโยชน์จากการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคม โดยอาจเป็นการขับเคลื่อนและผลักดันเชิงนโยบาย ให้สถาบันการเงิน หรือเจ้าของแหล่งทุน ใช้เครื่องมือวัดและประเมินผลกระทบทางสังคมเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการพิจารณาเงินกู้ หรือเงินทุน หรือให้สิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นด้านการจัดซื้อจัดจ้างสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ได้วัดและประเมินผลกระทบทางสังคม

แนวทางทั้งสามข้อข้างต้น จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการ คือ ประการที่ 1 วิสาหกิจเพื่อสังคมต้องมีความรู้ด้านการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคมอย่างดีพอ โดยอาจหารือกับมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างความร่วมมือเชิงวิชาการในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ประการที่ 2 ควรมีหน่วยงานกลางที่ขับเคลื่อนและสร้างมาตรฐานการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคม เนื่องจาก



กระทบทางสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จะนำการวัดและประเมินผลกระทบทางสังคมมาใช้กับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น

แนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

แนวทางการสร้างกำลังคนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจเพื่อสังคม (Capacity Building) และการสร้างเครือข่ายสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

1. ในระยะยาว ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างการรับรู้วิสาหกิจเพื่อสังคม ตั้งแต่เยาวชนโดยบรรจุเนื้อหาการเรียนการสอน ด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หรือการสร้างผลกระทบที่ดีต่อสังคม ในบทเรียนตั้งแต่ชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษา จนถึงระดับอุดมศึกษา เนื่องจากการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และทำให้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทวิสาหกิจเพื่อสังคมในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไปพร้อม ๆ กัน
2. ในระยะสั้น ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างแรงจูงใจให้เข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือการเป็นพนักงานในวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น
 - การเพิ่มวิธีการสื่อสารโดยเน้นการสื่อสารข้อมูลในเชิงบวกมากขึ้น เช่น การใช้กรณีศึกษาของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จ (Success Story) เพื่อจูงใจให้คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญ และอยากเข้าสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม
 - การทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถยื่นมือช่วยเหลือในการกระจายข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งจะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือนิสิต/นักศึกษา ระดับมหาวิทยาลัยที่กำลังจะจบการศึกษา เพื่อให้เข้าสู่ธุรกิจนี้ หรือเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม
 - การทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยทำงานวิจัยที่สามารถช่วยเหลือวิสาหกิจเพื่อสังคมด้านสินค้าหรือบริการได้ เนื่องจากงานวิจัยที่สามารถช่วยเหลือวิสาหกิจเพื่อสังคมด้านสินค้าหรือบริการได้สำเร็จจะสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกได้อย่างมาก



สวส.

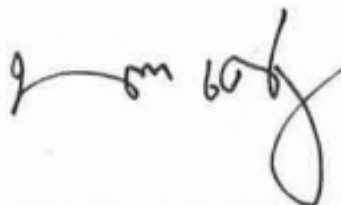
ประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เรื่อง การประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖

ด้วยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม กำหนดจัดการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือ และพัฒนาเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อได้มาซึ่งแนวทางในการกำหนดนโยบายและการส่งเสริมและพัฒนาการประกอบกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคม และกลุ่มกิจการเพื่อสังคม โดยกำหนดจัดงานในวันที่ ๖ - ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องออติทอเรีย ชั้น ๕ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (ระเบียบวาระการประชุมปรากฏตามเอกสารแนบท้ายประกาศหมายเลข ๑)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้จัดรูปแบบของการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖ เป็น ๒ รูปแบบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุม โดยท่านสามารถเข้าร่วมการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖ ได้ ณ ห้องออติทอเรีย ชั้น ๕ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หรือ ประชุมผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (แอปพลิเคชัน Zoom) ทั้งนี้ การประชุมดังกล่าวสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมได้ตามเอกสารแนบท้ายประกาศหมายเลข ๒

จึงประกาศเพื่อทราบโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(นางนภา เศรษฐกร)

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

เอกสารแนบท้ายประกาศ

ระเบียบวาระการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖

แนบท้ายประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ลงวันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

ระเบียบวาระ

การประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖

ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖

วันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๓๐ – ๑๖.๐๐ น.

ณ ห้องออডিทอเรียม ชั้น ๕ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องแจ้งที่ประชุมทราบ

ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องเพื่อพิจารณา

๒.๑ เลือกตั้งประธานการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖

๒.๒ พิจารณาประเด็นการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม

ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

ระเบียบวาระ

การประชุมสมัชชาวิชาชีพเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖

ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖

วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๖.๐๐ น.

ณ ห้องออติทอเรียน ชั้น ๕ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ระเบียบวาระที่ ๑

เรื่องแจ้งที่ประชุมทราบ

ระเบียบวาระที่ ๒

เรื่องเพื่อพิจารณา

๒.๑ พิจารณาประเด็นการนำเสนอแนวทางการส่งเสริมวิชาชีพเพื่อสังคม

๒.๒ สรุปผลการประชุมสมัชชาวิชาชีพเพื่อสังคม

ระเบียบวาระที่ ๓

เรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

เอกสารแนบท้ายประกาศ

ระเบียบวาระการประชุมสมัชชาวิชาชีพเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖

แนบท้ายประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ลงวันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

งานประชุมสมัชชาวิชาชีพเพื่อสังคม ประจำปี ๒๕๖๖



SE ASSEMBLY 2023

Empowering Sustainable Future
รวมพลัง SE สร้างสรรค์อนาคต สู่ความยั่งยืน



6 - 7 กรกฎาคม 2566

ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร



ลงทะเบียน
เข้าร่วมประชุม

