

แนวทางการพัฒนา “ธุรกิจเพื่อสังคม”
Social Business

1

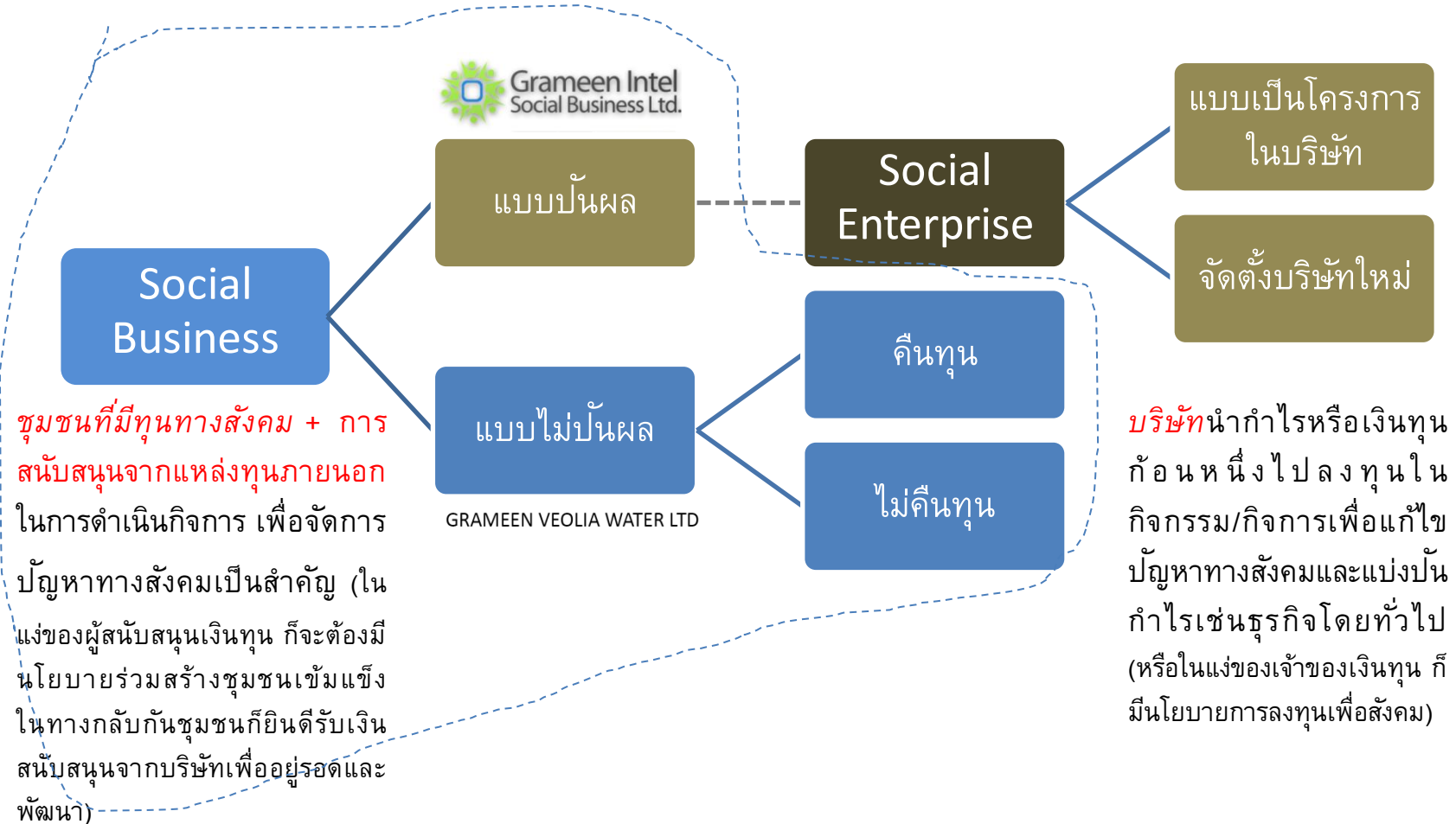
The Character of Social Business

Social Business/Social Enterprise

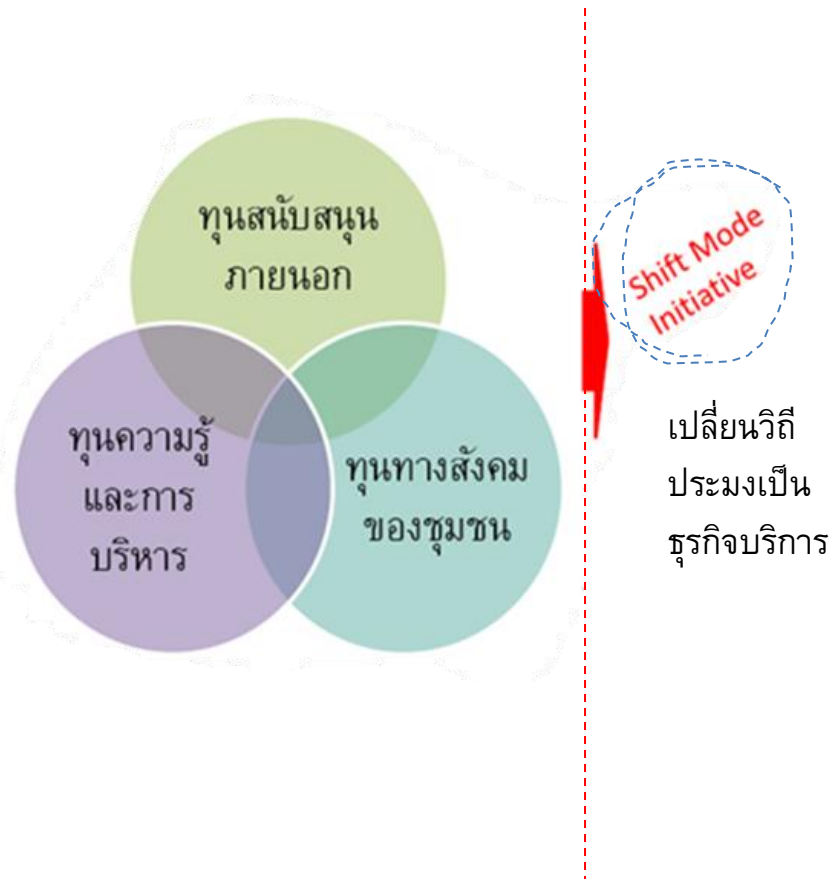
มุ่งจัดการประเด็นของสังคม

จัดการให้เป็นธุรกิจ

สอดคล้องกับความยั่งยืน



ตัวอย่างธุรกิจเพื่อสังคมที่ “สลักคอก” เกาะช้าง / ตราด



เรือคายัค



เรือมาด

การจัดการธุรกิจและหุ้นส่วน

- ระดมทุนผ่านการขายหุ้นจำนวน 2,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท เพื่อนำเงินมาลงทุนทำกิจกรรมเรือคายัค โดยในปีแรกมีนายพิทยา (คนนอกชุมชน) เป็นผู้บริหารและมีแนวทางว่า จะกันเงิน 100 บาทที่ลงหุ้นในโอกาสแรกที่มีผลประโยชน์ (กันไว้หากเกิดขาดทุน) หลังจากการบริหารในปีแรกจึงปล่อยมือให้ชุมชนบริหารจัดการกันเอง โดยนายพิทยาลดบทบาทเป็นที่ปรึกษา
- เพิ่มราคาหุ้นเป็นหุ้นละ 120 บาท และเพิ่มเป็น 150 บาทในปีต่อมา
- ปัจจุบันมีสมาชิก 123 คน จะปันผลกำไรให้สมาชิกเป็นจำนวนร้อยละ 80 ส่วนอีกร้อยละ 20 จะนำไปใช้ในการบริหารองค์กร ใช้ซ่อมแซมเรือ รวมทั้งงานสงเคราะห์คนชราและเด็กในชุมชน และกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่นและการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม
- **ในแต่ละวัน** จะจัดลำดับ**คนแจวเรือ**นำเที่ยว - สร้างความยุติธรรมสำหรับผู้แจวเรือ

เศรษฐกิจใหม่ที่จัดการแบบบริษัทกับการรวมกลุ่มชุมชน

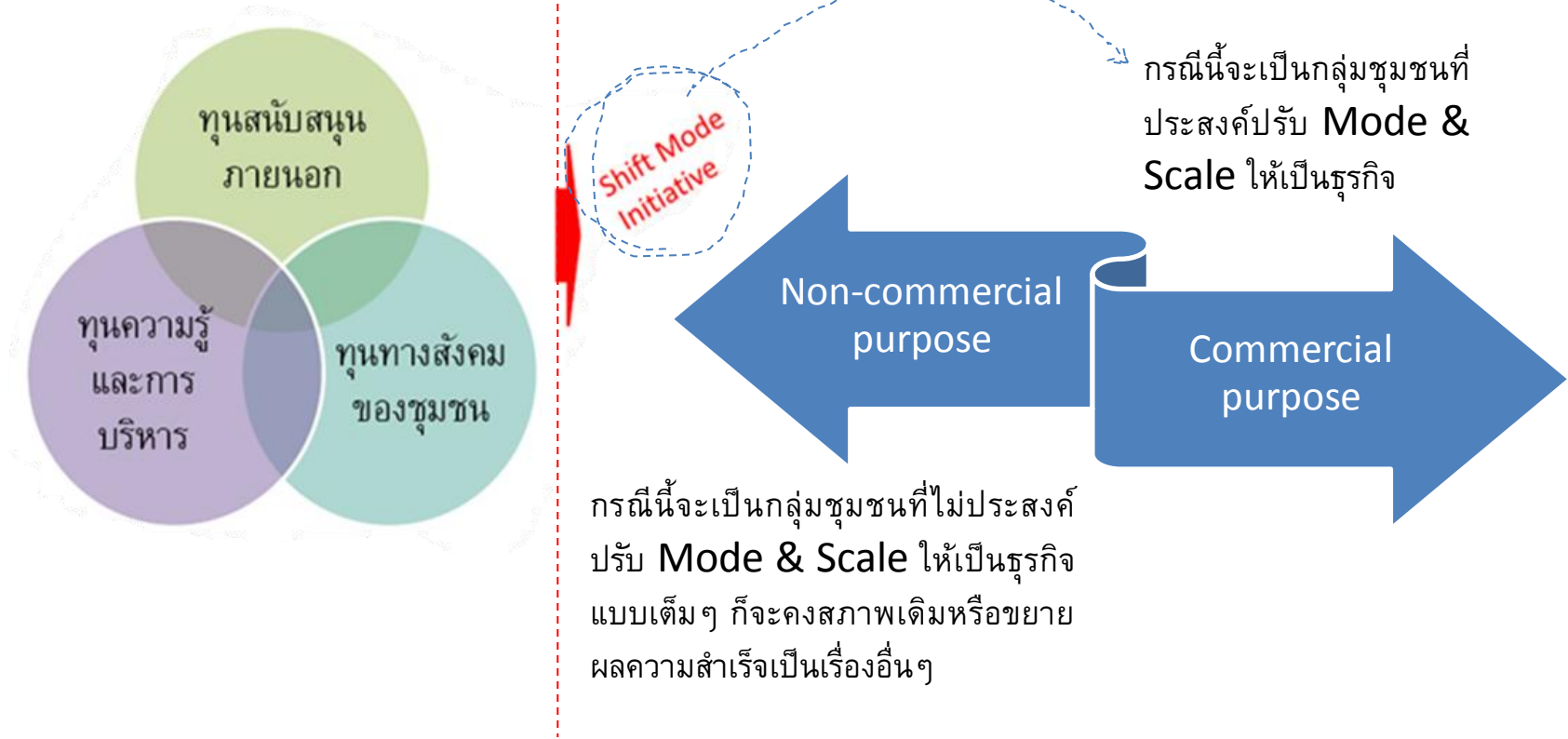
บทบาทของสมาชิกชุมชน	เป็นผู้ร่วมลงทุน	ผู้ร่วมบริหาร	ร่วมจัดการชุมชนในเรื่องต่าง ๆ แบบมีส่วนร่วม กับกลุ่มอื่นๆในชุมชน
แบบการบริหาร	มีการจัดตั้งกรรมการ ประธาน ผู้จัดการ และที่ปรึกษา		
การจ้างงาน/แรงงาน	จัดจ้างแรงงานที่มาร่วมบริการ เช่น ค่าแจวเรือ ค่าบำรุงรักษา ดูแลซ่อมแซมเรือ ฯลฯ		
การจัดการกำไร	นำเอากำไร 80 % ไปจัดปันผลต่อผู้ร่วมลงทุน 20 % ไปใช้จ่ายเพื่อปรับปรุงเรือ เครื่องมือ การจัดการ รวมทั้งการร่วมงาน CSR ให้กับชุมชน		



How to manage

1. เอาโครงการ/กิจกรรมของ พช. ที่มีอยู่มาวิเคราะห์ เพื่อค้นหาศักยภาพของ “ธุรกิจ” – จัดลำดับ/ Matching เพื่อชักชวน/กระตุ้นความสนใจสนับสนุนจากบริษัทเอกชน

Community Enterprise Development



2. “ยกระดับ” ทุนชุมชน/ประสานทุนและความร่วมมือจากภายนอก

The Role of Ministry of Interior

ต่อยอดความ

เข้มแข็งของชุมชน

ให้พัฒนาไปสู่งาน

ธุรกิจ

Community-
Based
Organizations

คณะกรรมการ/
คณะทำงานขับเคลื่อน
Social Business

Government

Business

นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ
ฐานรากและการเชื่อมโยง
เศรษฐกิจชุมชน/เศรษฐกิจ
กระแสหลัก

พัฒนางานเพื่อสังคม/เพื่อ
การกุศล ที่มีอยู่ให้
สามารถสร้างผลผลิตและ
ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ

ทุนทางสังคม

ทุนความรู้/การจัดการ

ทุนการเงินจากภายนอก

3. สื่อสารทำความเข้าใจกับบุคลากรและเครือข่ายงานของกระทรวงมหาดไทย กิจการเอกชน เป้าหมาย และสาธารณชนในวงกว้าง พร้อมทั้งจัดระบบงานบริหารกำกับ

Communications/Collaborations

Communications

1. ทำความเข้าใจกับบุคลากรของ กระทรวงมหาดไทย
2. เจาะกลุ่มบริษัทเอกชนที่มีศักยภาพ/ เป้าหมายที่จะร่วมสนับสนุน
3. สื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนใน วงกว้างถึงคุณลักษณะของ **Social Business** ที่กระทรวงมหาดไทย สนับสนุน ทั้งแบบปันผล / ไม่ปันผล ฯลฯ

Collaborations

1. เอาเรื่อง **Social Business** เสนอ เป็น **Agenda** สำคัญของงานตาม ความรับผิดชอบของ กรอ. และกรอ. จังหวัด
2. จัดให้มี “หน่วยประสาน” (ภายใต้ คณะกรรมการ/คณะทำงาน ฯ) เพื่อ กำกับและช่วยพัฒนา / **Matching** ของกรมพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการ ปกครองส่วนท้องถิ่น และ จังหวัด ฯลฯ