

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)

ดวงรัตน์ ประจักษ์ศิลป์ไทย

วิทยาการปฏิบัติการ

กลุ่มงานบริการวิชาการ 2 สำนักวิชาการ

ระบบทุนนิยมหรือการดำเนินธุรกิจแบบมุ่งกำไรเป็นหลัก อาจจะไม่ดีอีกต่อไป หากเป็นการมุ่งแสวงหากำไรที่คิดถึงแต่ตนเอง โดยไม่คำนึงถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในสังคม เห็นได้จากปัญหาทางสังคมในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นตามรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้น เช่น ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ปัญหาความยากจน และปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยระบบทุนนิยมดังกล่าวอาจเรียกว่าเป็นทุนนิยมสามัญ (มุฮัมมัด วรณันท์ รอมฎอน บุนนาค, 2551) จึงมีกลุ่มคนที่ต้องการหารูปแบบธุรกิจทางเลือกที่ไม่ได้ทำเพื่อแสวงหากำไรแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังช่วยเหลือสังคมได้ด้วย โดย “วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise” ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ได้รับความสนใจ โดย นายบวรศักดิ์ อุวรรณโณ รองประธานสภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) ให้ความเห็นว่าวิสาหกิจเพื่อชุมชนจะช่วยกำจัดทุนสามัญดังกล่าวได้ (“บวรศักดิ์ ชงวิสาหกิจเพื่อสังคมขจัดทุนสามัญ”, 2557)

วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นองค์กรที่ต้องการเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้ากับจุดประสงค์ทางสังคม เป็นองค์กรที่ทำธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั่วไปไม่ทำเพราะผลกำไรไม่คุ้มกับต้นทุน หรือธุรกิจที่องค์กรเพื่อสังคมทั่วไปทำได้ไม่มีประสิทธิภาพพอ (Wronka, 2013) โดย เว็บไซต์ socialenterprise.org.uk ได้ระบุลักษณะที่สำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษไว้ 6 ประการ¹ ได้แก่ (1) มีจุดประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักขององค์กรที่ชัดเจน (2) รายได้หลักมาจากการขายสินค้าและบริการ (3) ผลกำไรส่วนใหญ่ต้องนำไปลงทุนตามวัตถุประสงค์มิใช่ไปปันผลให้ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ (4) มีความเป็นอิสระ (5) ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารงานเพื่อประโยชน์ของสังคม (6) เป็นองค์กรอิสระที่มีความน่าเชื่อถือ (Accountable)

วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นอาจมีแนวคิดคล้ายกับคำว่า “บริษัทบริหาร กิจกรรมเพื่อสังคม หรือ CSR (Corporate Social Responsibility)” และคำว่า “ธุรกิจเพื่อสังคม หรือ Social Business” คือ มีจุดประสงค์ในการแก้ไขปัญหาสังคม อย่างไรก็ตาม แนวความคิดทั้ง 3 นี้ก็มีความแตกต่างกันอยู่ ทั้งในด้านกลไกการขับเคลื่อน หลักการ และกลยุทธ์ที่นำมาใช้

¹ (1) Have a clear social and/or environmental mission set out in their governing documents

(2) Generate the majority of their income through trade

(3) Reinvest the majority of their profits

(4) Be autonomous of state

(5) Be majority controlled in the interests of the social mission

(6) Be accountable and transparent

CSR ในความหมายที่คนทั่วไปยอมรับคือ การทำสิ่งดี ๆ เพื่อคนงาน สังคมท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งทรัพยากรส่วนเล็ก ๆ ให้แก่สังคม แต่ต้องไม่ขัดกับจุดประสงค์หลักขององค์กรคือการมุ่งแสวงกำไรสูงสุด เพื่อนำมาปันผลให้ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของบริษัท ดังนั้น CSR จึงเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมหลังจากธุรกิจมั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว ในขณะที่ธุรกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นจะมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาสังคมเป็นจุดประสงค์หลักของการก่อตั้งองค์กร ดังนั้น บริษัทที่ทำ CSR จึงมีจุดประสงค์หลักของบริษัทแตกต่างจากวิสาหกิจหรือธุรกิจเพื่อสังคม (Ezgi & Ceyda, 2013; Thai CSR Network, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้ ธุรกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) ซึ่งมี Muhammad Yunus ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพ พ.ศ. 2549 เป็นผู้กำหนดขึ้นนั้น ต้องทำธุรกิจและแสวงหากำไร เพื่อที่จะให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองโดยเฉพาะด้านการเงิน องค์กรจึงได้มีความเป็นอิสระและมั่นคงในการมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาสังคม ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคมจึงแตกต่างจากมูลนิธิ (Charity) ที่รายได้หลักมาจากการรับบริจาค ส่วนกำไรที่ได้มานั้นต้องคงอยู่ในบริษัทเพื่อนำไปพัฒนาองค์กรหรือช่วยเหลือสังคมไม่ได้คืนให้ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของบริษัท โดยการแก้ไขปัญหาสังคมอาจทำได้โดยการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่ถูกลง หรือให้โอกาสคนยากจนหรือคนด้อยโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมและได้รับผลกำไรด้วย (Muhammad, 2007) ขณะที่คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)” นั้น จะมีความหมายที่กว้างกว่าธุรกิจเพื่อสังคม เพราะจะรวมถึงการประกอบการที่มีใช้การค้า จึงมีรูปแบบองค์กรที่แสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไรก็ได้ และหากมีกำไรจะนำกำไรนั้นไปขยายหรือลงทุนในกิจการเพื่อสังคมต่อหรือจะแบ่งปันคืนให้เจ้าของก็ได้ (ClearlySo, n.d.) ดังนั้น รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมอาจเป็นรูปแบบที่ธุรกิจทั่วไปนิยมมากกว่ารูปแบบที่เป็นธุรกิจเพื่อสังคม เพราะมีความยืดหยุ่นในแง่ของการปันผลกำไรมากกว่า (Thai CSR Network, ม.ป.ป.) โดยเหตุผลหลักที่ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างและดำเนินกิจการในองค์กรลักษณะนี้ ได้แก่ ประโยชน์แก่สังคมโดยรวมที่องค์กรได้สร้างขึ้น (Collective Benefits) (Laville & Nyssens, 2001)

อย่างไรก็ตาม รูปแบบองค์กรและคำจำกัดความของธุรกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นอาจมีการนำมาใช้แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือกฎหมาย ข้อบังคับของแต่ละที่ (Eversole, 2013) ดังนั้น จึงอาจมีการใช้ที่แตกต่างกัน เช่น จากคอสมัน มุมมองสองวัย : วิสาหกิจเพื่อสังคม โดย บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และ อีสริยาภรณ์ อุวรรณโณ (2557) ผู้เขียนก็ได้ใช้คำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมในการอธิบายลักษณะขององค์กรที่ (1) ต้องทำธุรกิจและหากำไร (2) นำกำไรไปสู่สังคมหรือเพื่อสิ่งแวดล้อมและไม่ได้นำมาแบ่งปันกันในหมู่ผู้ถือหุ้น หรือ ให้นำเงินในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ซึ่งจะตรงกับนิยามของธุรกิจเพื่อสังคมมากกว่า เป็นต้น

ในปัจจุบันมีการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้นมากมายทั่วโลก เช่น ในประเทศอังกฤษมีวิสาหกิจเพื่อสังคมขนาดเล็กและขนาดย่อม² ที่ถูกจัดตั้งขึ้นแล้วราว 217,400 ถึง 349,500 แห่ง ในปี 2012 ซึ่งสร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศอังกฤษเป็นจำนวนมาก (BMG Research, 2013) โดยจะมีรูปแบบองค์กรที่มีการรับรองตามกฎหมายหลากหลายรูปแบบให้เลือกทั้งที่ไม่จดทะเบียน (Unincorporated Forms) เช่น กิจการเจ้าของคนเดียว (A Sole Trader) หรือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ (Partnership) หรือเป็นแบบจดทะเบียน (Incorporated Forms) เช่น บริษัทจำกัด (Limited Companies) Community Interest Companies (CICs) Industrial and Provident Societies (IPs) หรือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Liability Partnerships: LLPs)³ (Department for Business Innovation & Skills, 2011) นอกจากประเทศอังกฤษแล้ว แนวความคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในอีกหลายประเทศ เช่น แคนาดา สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย เป็นต้น (สุนิต เศรษฐธา, 2556)

ในส่วนของประเทศไทย ตัวอย่างของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จะมีการจัดตั้ง ได้แก่ วิสาหกิจเพื่อสังคมที่นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรผู้นำยุคใหม่ในระบอบประชาธิปไตย รุ่นที่ 4 (ปนป.4) ร่วมกับกรมราชทัณฑ์ จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือนักโทษชั้นดีในเรือนจำเปิดเขากิ่ง จังหวัดเพชรบุรี ให้กลับคืนสู่สังคมได้อย่างดี ซึ่งจะตั้งเป็นบริษัทจำกัดโดยระดมทุนจากนักศึกษา ปนป. และมูลนิธินักศึกษาสถาบันพระปกเกล้าเพื่อสังคมและจะโอนหุ้นให้กรมราชทัณฑ์ถือไว้ร้อยละ 49 และมูลนิธิถือหุ้นร้อยละ 51 โดยบริษัทจะซื้อผลิตภัณฑ์จากเรือนจำดังกล่าวแล้วนำไปจำหน่ายต่อ และจะจ้างผู้พ้นโทษมาเป็นพนักงานผู้ผลิตของบริษัทดังกล่าวด้วย (ปัจจุบันมีการเสนอโดยตั้งชื่อว่า บริษัท พลเมืองดี จำกัด⁴) ขณะที่กำไรของบริษัทจะถูกจัดสรรเป็นแรงจูงใจของพนักงานซึ่งคือผู้พ้นโทษ และนำไปพัฒนาผู้ต้องขัง (วรศักดิ์ อูวรรณโณ และ อีสริยาภรณ์ อูวรรณโณ, 2557) จากตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นว่าเป็นบริษัทที่ทำประโยชน์เพื่อสังคมและสามารถพึ่งพาตนเองทางการเงินได้ นอกจากนี้ยังมีกองทุนจากต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาให้การสนับสนุนกิจการเพื่อสังคม ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมาก เพราะนอกจากจะช่วยเหลือด้านเงินทุนแล้ว ยังให้ความรู้และเป็นพี่เลี้ยงให้ (“สกส.กระตุ้นรัฐออก กม.หนุน SE ยก ACTS เป็นแบบอย่างขับเคลื่อน”, 2557)

สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น งานวิจัยโดย Wronka (2013) ได้ระบุปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยวิเคราะห์จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อระบุปัจจัยแห่งความสำเร็จที่น่าจะเป็นไปได้ แล้วจึงให้ผู้ทำแบบสอบถามซึ่งเป็นตัวแทนจาก

² วิสาหกิจดังกล่าวจะถูกจำแนกเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ต้องมีลักษณะดังนี้

- (1) ต้องระบุด้านเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม
- (2) ไม่ควรปันผลกำไรมากกว่าร้อยละ 50 ให้เจ้าของหรือผู้ถือหุ้น
- (3) ไม่ควรมีรายได้ที่มาจากบริการหรือเงินช่วยเหลือเกินกว่าร้อยละ 75
- (4) ไม่ควรมีรายได้จากการค้าขายน้อยกว่าร้อยละ 25
- (5) ควรยอมรับว่าเป็นกิจการที่มีจุดประสงค์ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และกำไรที่ได้จากการประกอบการส่วนใหญ่จะถูกนำไป

ลงทุนเพื่อขยายกิจการหรือเพื่อช่วยเหลือสังคมมากกว่าที่จะปันผลคืนให้แก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้น

³ ข้อมูลจากปี 2011 ซึ่งปัจจุบันอาจมีบางรายการเพิ่มขึ้นมาได้

⁴ http://thainews.prd.go.th/centerweb/news/NewsDetail?NT01_NewsID=TNSOC5711220010034

วิสาหกิจเพื่อสังคมต่าง ๆ ใน The Silesian Voivodeship ให้คะแนน ได้ข้อสรุปว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ (1) ภาวะความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่ง (2) แรงบันดาลใจและความมุ่งมั่น (Commitment) ของพนักงาน (3) สภาพแวดล้อมด้านกฎหมายและข้อบังคับที่เอื้อกุล (4) ความน่าสนใจและชัดเจนของกรอบความคิดใหม่ ๆ (5) ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ (6) ลักษณะที่ดีของการให้บริการ (7) การร่วมมือกับภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ (8) ทูทางสังคม (Social Capital) (9) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และ (10) การจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องแม่นยำ

จะเห็นว่าสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายและข้อบังคับเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของวิสาหกิจเพื่อสังคม อีกทั้งรูปแบบการจัดการระบบสวัสดิการ แบบแผนทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของรูปแบบองค์กรเพื่อสังคมที่จัดตั้งขึ้นในประเทศนั้น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน โดย นายณัฐพงษ์ จารุวรรณพงศ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเสริมสร้างกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ได้ให้ความคิดเห็นว่าประเทศไทยยังไม่มีกฎระเบียบและแรงจูงใจจากภาครัฐที่ชัดเจน และภาครัฐควรปรับระเบียบเรื่องการมอบอำนาจให้หน่วยงานที่จะเข้ามาสนับสนุนเรื่องนี้ (“สกส.กระตุ้นรัฐออก กม.หนุน SE ยก ACTS เป็นแบบอย่างขับเคลื่อน”, 2557) นอกจากนี้ การออกกฎหมายรับรองวิสาหกิจเพื่อสังคมก็ได้รับการสนับสนุนโดยสภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) ซึ่ง นพ.พลเดช ปิ่นประทีป สมาชิกสภาปฏิรูปแห่งชาติ เปิดเผยว่าจะมีการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้น ซึ่งจะให้ออกชนที่มีความสนใจเป็นผู้ประกอบธุรกิจและประกาศว่าเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร กล่าวคือรายได้ทั้งหมดหลังหักค่าใช้จ่ายจะนำไปทำประโยชน์คืนให้สังคม โดยจะต้องมีการออกกฎหมายมารองรับเพื่อให้มีสถานะเป็นนิติบุคคลและทำการค้าได้ (“ตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม สปช.ชงเป็นของขวัญปีใหม่-ชวนภาคเอกชนร่วมคืนกำไร”, 2557) อย่างไรก็ตาม สถาบันไทยพัฒนาเห็นว่าผู้ประกอบการสังคมยังมีรูปแบบของกิจการเพื่อสังคมทางเลือกอื่นที่เอื้อต่อการทำงานเพื่อสังคม โดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับหรือรอการออกกฎหมายใหม่มารองรับก็ได้ เช่น การดัดแปลงห้างหุ้นส่วนสามัญ (Ordinary Partnership) มาเป็น ห้างหุ้นส่วนเพื่อสังคม (Social Partnership) คือการที่นิติบุคคลตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไปตกลงร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรและความเชี่ยวชาญของแต่ละองค์กรที่ส่งเสริมกันเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยมีต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายเหมือนธุรกิจเพื่อสังคม เป็นต้น (“หน้าต่าง CSR: มาเป็นหุ้นส่วนเพื่อสังคมกัน”, 2557)

อาจกล่าวได้ว่า “Using business to create social change⁵” หรือ “การใช้ธุรกิจเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม” นั้นเป็นคำจำกัดความที่เหมาะสมกับคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเมื่อคนมีจิตสำนึกคิดถึงผู้อื่นมากขึ้น ในระยะยาว วิสาหกิจเพื่อชุมชนนี้จะสามารถช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเล็ก ๆ ในระยะสั้นได้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าหากวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จจะสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้ ทั้งนี้ ต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนหลายอย่าง ซึ่งการสนับสนุนจากภาครัฐก็เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นตัวกำหนดการพัฒนาของวิสาหกิจเพื่อสังคมก็คือรูปแบบของสังคม (Social Structures) และสถาบันทางสังคม (Social Institutions) ที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ ทำให้รูปแบบการจัดการองค์กรดังกล่าวมีความแตกต่างกัน (Kerlin, 2010)

⁵ โดย Socialenterprise.org.uk

อีกทั้ง งานวิจัยโดย Defourny&Nyssens (2012) พบว่าในยุโรป สถาบันทางสังคมหรือภาครัฐไม่ได้เป็นผู้กำหนดความเป็นไปของวิสาหกิจเพื่อสังคมเพียงฝ่ายเดียว ในทางกลับกันวิสาหกิจเพื่อสังคมก็เป็นผู้กำหนดหรือมีอิทธิพลต่อสถาบันทางสังคมซึ่งรวมถึงนโยบายภาครัฐด้วย ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบทางกฎหมายที่เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมและการช่วยเหลือจากภาครัฐที่แตกต่างกันในยุโรปนั้นก็เกิดจากตัววิสาหกิจเพื่อสังคมเองที่ส่งสัญญาณถึงความต้องการการช่วยเหลือดังกล่าว สัญญาณเหล่านี้จึงเป็นเหมือนสิ่งที่รับประกันเบื้องต้นว่าความช่วยเหลือจากรัฐบาลจะไม่สูญเปล่า หรือเป็นแค่เพียงการแบ่งปันผลประโยชน์ในหมู่ผู้ถือหุ้นและเจ้าของเหมือนธุรกิจทั่วไป ดังนั้น รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับประเทศไทย อาจแตกต่างจากตัวอย่างจากต่างประเทศก็ได้ จึงควรมีการศึกษาหารูปแบบการช่วยเหลือจากภาครัฐที่เหมาะสมอย่างละเอียดก่อนนำไปใช้จริง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม สปช.ชงเป็นของขวัญปีใหม่-ชวนภาคเอกชนร่วมคืนกำไร. (11 ธันวาคม 2557).

กรุงเทพธุรกิจ, น. 1, 16.

“บวรศักดิ์”ชงวิสาหกิจเพื่อสังคมขจัดทุนสามานย์. (22 พฤศจิกายน 2557). สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2557

จาก <http://m.posttoday.com/article/331623/1000>

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, และ อีสริยาภรณ์ อุวรรณโณ. (1 ตุลาคม 2557). มุมมองสองวัย: วิสาหกิจเพื่อสังคม.

เดลินิวส์(กรอบข่าย), น. 8.

มุฮัมมัด วรนนท์ รอมฎอน บุนนาค. (2551). *ทุนนิยมสามานย์ในสังคมไทย*. สืบค้น 4 กุมภาพันธ์ 2558

จาก <https://www.gotoknow.org/posts/188141>.

สกส.กระตุ้นรัฐออก กม.หนุน SE ยก ACTS เป็นแบบอย่างขับเคลื่อน. (22 ธันวาคม 2557). *ASTVผู้จัดการ*

รายวัน, น.1.

สุนิต เศรษฐธา. 25 สิงหาคม 2556. *วิสาหกิจเพื่อสังคม*. สืบค้น 4 กุมภาพันธ์ 2558 จาก

<http://www.thaipost.net/tabloid/250813/78301>.

หน้าต่าง CSR: มาเป็นหุ้นส่วนเพื่อสังคมกัน. (24 เมษายน 2557). *กรุงเทพธุรกิจ*, น. 20.

Thai CSR Network. (ม.ป.ป.). *อย่าสับสน CSR กับ Social Enterprise*. สืบค้น 30 มกราคม 2558 จาก

<http://www.thaicrs.com/2010/06/csr-social-enterprise.html>.

_____. (ม.ป.ป.). *Social Enterprise vs. Social Business*. สืบค้น 3 กุมภาพันธ์ 2558 จาก

<http://www.thaicrs.com/2010/07/social-enterprise-social-business.html>.

ภาษาอังกฤษ

BMG Research. (2013, May). *Social Enterprise: Market Trends Based Upon the BIS Small*

Business Survey 2012. Retrieved 4 February 2015 from [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205291/Social_Enterpri](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205291/Social_Enterprises_Market_Trends_-_report_v1.pdf)

[ses_Market_Trends_-_report_v1.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205291/Social_Enterprises_Market_Trends_-_report_v1.pdf).

[ses_Market_Trends_-_report_v1.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205291/Social_Enterprises_Market_Trends_-_report_v1.pdf).

- ClearlySo. (n.d.). *What is Social Business and Enterprise?*. Retrieved 4 February 2015 from <http://www.clearlyso.com/resources/what-is-social-business-and-enterprise.html>.
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2012). *The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective*. Retrieved 5 February 2015 from http://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/147181/1/EMES%20WP%2012_03%20JD%20MN.pdf
- Department for Business Innovation & Skills. (2011). *A Guide to Legal Forms for Social Enterprise*. Retrieved 4 February 2015 from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf.
- Eversole, R. (2013). Social Enterprises as Local Development Actors: Insights from Tasmania. *Local Economy*, 28(6), 567-579.
- Ezgi, Y.S., & Ceyda, U. (February 2013). Corporate Social Responsibility versus Social Business. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(1), 62-65.
- Kerlin, J.A. (2010). *A Comparative Analysis of the Global Emergence of Social Enterprise*. Retrieved 6 February 2015 from <http://www.beitberl.ac.il/centers/ISERC/articles/Documents/Kerlin.pdf>.
- Laville J.L., & Nyssens M. (2001). *The Social Enterprise: Towards a theoretical socio-economic approach*. Retrieved 30 January 2015 from <http://www.ssc.wisc.edu/~wright/Social%20Economy%20PDFs/THE%20EMERGENCE%20OF%20SOCIAL%20ENTERPRISE/TEOSE-17.pdf>.
- Muhammad, Y. (2007, December 25). *Social Business*. Retrieved 2 February 2015 from <http://www.muhammadyunus.org/index.php/social-business/social-business>
- Wronka, M. (2013). *Analyzing the Success of Social Enterprises – Critical Success Factors Perspective*. Retrieved 1 February 2015 from <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-02-4/papers/ML13-296.pdf>.