



งานนี้เผยแพร่ภายใต้ลิขสิทธิ์ Creative Commons แบบ Attribution Non-commercial Share Alike (by-nc-sa) โดยผู้สร้างอนุญาตให้ทำซ้ำ แจกจ่าย แสดง และสร้างงานดัดแปลงจากส่วนใดส่วนหนึ่งของงานนี้ได้โดยเสรี แต่เฉพาะในกรณีที่ให้เครดิตผู้สร้าง ไม่นำไปใช้ในทางการค้า และเผยแพร่งานดัดแปลงภายใต้ลิขสิทธิ์เดียวกันเท่านั้น

รายงาน Social Capital Market 2009

โดย สฤณี อาชวานันทกุล, <http://www.fringer.org/>

ตีพิมพ์ครั้งแรกในหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ ประชาชาติธุรกิจ, 19-25 กันยายน 2552

1. ผู้ประกอบการเพื่อสังคม

“ปกติเวลาไปงานสัมมนา กระเป๋าแจกจะเป็นสิ่งแรกที่พวกเราโยนทิ้งใช่ไหมครับ แต่ที่งานนี้ กระเป๋าแจกของเรามาจากกองขยะ ...ผมขอให้กระเป๋าใบนี้เป็นทั้งคำอุปมาและเครื่องเตือนใจให้พวกเราทุกคนระลึกอยู่เสมอว่า ทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้เกิดขึ้นจากความคิด การมองเห็นว่าเรามีพลังสร้างความเปลี่ยนแปลง และการตัดสินใจลงมือทำ.”

คนที่พูดประโยคเปิดงานนี้คือ Kevin Jones หนึ่งในทีมผู้จัดงาน “ตลาดทุนเพื่อสังคม” หรือ Social Capital Markets 2009 (SoCap) ซึ่งมีขึ้นระหว่างวันที่ 1-3 กันยายน 2009 ที่ผ่านมา ณ กรุงเทพมหานคร สหรัฐอเมริกา ผู้เขียนได้ไปร่วมงานนี้ในฐานะที่ปรึกษาของสถาบัน ChangeFusion สถาบันสนับสนุนกิจการเพื่อสังคมของไทย

งาน SoCap ปีนี้จัดขึ้นเป็นปีที่สองเท่านั้น แต่ก็มีผู้มาร่วมงานถึง 1,000 คน เพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าจากปีที่แล้ว ซึ่งมีผู้มาร่วมงาน 400 คน ผู้มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นชาวอเมริกัน มีชาวยุโรป เอเชีย แอฟริกา และอเมริกาใต้ปะปนอยู่ประปราย ตลอดงานนี้มีวงเสวนามากกว่า 45 วง จัดพร้อมกันคราวเดียว 10 วงก็มี ผู้ร่วมงานต้องเลือกห้องฟังตามอัธยาศัย ในบทความสองตอนฉบับนี้ ผู้เขียนจะรายงานตามหัวข้อหลักที่กระจัดกระจายไปตามวงเสวนาต่างๆ เพื่อความชัดเจน

วัตถุประสงค์หลักของ SoCap คือการนำเอานักธุรกิจเพื่อสังคมกับนักลงทุนเพื่อสังคมมาพบปะสังสรรค์กัน สร้างเครือข่าย และเสวนาเรื่องราวทิศทางของวงการกระแสรองที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วท่ามกลางความสับสนงวยงงและวิกฤตของการเงินกระแสหลัก ความที่ยังใหม่มากทำให้วงการนี้ยังมีหลายชื่อเรียกขาน

ตั้งแต่ “impact investing,” “blended value investing” ไปจนถึง “triple-bottom-line investing” มี ‘ผู้เล่น’ มากมายหลายรูปแบบ ตั้งแต่กองทุนร่วมลงทุนที่ก่อตั้งขึ้นมาลงทุนในกิจการเพื่อสังคมโดยเฉพาะ ไปจนถึงองค์กรไม่แสวงหากำไรอย่างเช่นมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่างๆ ที่ลงทุนเพราะหวังผลด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลักอยู่แล้ว



กระเป๋าแจกทำจากกองขยะที่ Jones พุดถึงในประโยคเปิดงาน นับเป็นรูปธรรมของแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการจัดงาน และวงการการลงทุนเพื่อสังคมโดยรวม กระเป๋าแต่ละใบมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ทำโดย XSProject

(<http://www.xsprojectgroup.com/>) ริเริ่มโดย Ann Wizer ศิลปินชาวออสเตรเลียในปี 2004 ที่มุ่งนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เธอจะรับซื้อพลาสติกใช้แล้ว (ส่วน

ใหญ่จะเป็นขวดทั้งหลาย) จากคนเก็บขยะในอินโดนีเซีย ด้วยค่าจ้างสูงกว่าราคาตลาด (เพื่อให้พอให้เลี้ยงครอบครัวได้) แล้วก็เอาพลาสติกไปล้าง ออกแบบตัดเย็บให้เป็นกระเป๋า นำไปขายผ่านเว็บไซต์ วิธีนี้นอกจากจะช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของคนจนแล้ว ยังช่วยฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและทำให้ผู้ใช้กระเป๋าตระหนักในปัญหาการบริโภคอย่างสิ้นเปลือง กองขยะ และความยากไร้ในโลก Wizer สรุปแนวคิดของเธอว่า “ในเมื่อนักช้อปปิ้งไม่มีทางไปที่กองขยะเอง ฉันจึงต้องเอาดีไซเนอร์ไปตรงนั้นแทน”

แนวทางส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมของรัฐบาลอเมริกัน และเสียงตอบรับ

งานสัมมนาเปิดฉากด้วยสุนทรพจน์ของ Sonal Shah ผู้อำนวยการสำนักนวัตกรรมสังคม (Office of Social Innovation) หน่วยงานรัฐใหม่ที่ประธานาธิบดี Obama เพิ่งลงนามก่อตั้งไปเมื่อไม่กี่เดือนก่อน Shah บอกว่า เป้าหมายของสำนักงานนี้คือการค้นหาโครงการหรือกิจการเพื่อสังคมในภาคธุรกิจหรือภาคประชาสังคมที่ส่งผลกระทบสูง (high impact) และขยายขนาดกับทำซ้ำได้ เสร็จแล้วก็ให้รัฐลงทุน คือใช้ทรัพยากรของรัฐเป็น ‘คานงัด’ (leverage) ให้โครงการเหล่านั้นขยายขนาดหรือทำซ้ำได้จริง

Sonal อ้างคำพูดของประธานาธิบดีโอบามาที่ว่า ตอนนี้อเมริกาเปรียบเสมือนเรือที่กำลังเผชิญพายุร้าย ทุกคนต้องช่วยกันคนละไม้คนละมือ (“all hands on deck”) รัฐบาลไม่สามารถแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ นานาได้โดยลำพัง และในขณะเดียวกันลำพังกิจกรรมในตลาดหรือภาคเอกชนเองก็แก้ไม่ได้ สำนักงานนี้จะช่วยสร้าง ‘สะพาน’ เชื่อมระหว่างโลกเหล่านี้ สร้างแนวร่วมกับมูลนิธิ เอ็นจีโอ นักธุรกิจ เพื่อสังคม นักนวัตกรรม ฯลฯ

นอกจากจะทำหน้าที่สร้าง 'สะพาน' สำนักงานนี้ก็ยังบริหาร "Social Innovation Fund" ขนาด \$50 ล้าน ที่จะลงทุนใน "โครงการที่มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อทำซ้ำความสำเร็จในชุมชนอื่นๆ ทั่วประเทศที่กำลังเผชิญกับความท้าทายเดียวกัน เราจะมุ่งเน้นไปที่โครงการไม่แสวงหากำไรที่ส่งผลกระทบสูงและเดินด้วยผลลัพธ์ เพื่อให้มั่นใจว่าทรัพยากรของภาครัฐจะถูกใช้ไปในทางที่มีประสิทธิผล มีความรับผิดชอบ และคู่ควรกับความไว้วางใจของประชาชน" ในคำพูดของ Michelle Obama สุภาพสตรีหมายเลขหนึ่ง

หลังจากที่ Shah พุดจบ เธอก็ไปขึ้นเวทีร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากภาคไม่แสวงหากำไรสามคน คือ REDF, New Profit Inc. และ Root Cause ซึ่งล้วนแต่เป็นองค์กรที่ใช้นวัตกรรมและวิธีการทำงานแบบธุรกิจ แตกต่างจากมูลนิธิดั้งเดิม เช่น New Profit ใช้ขั้นตอนการประเมินโครงการที่จะให้เงินอุดหนุนที่คล้ายกับกระบวนการของ venture capital กระแสหลัก และรูปแบบของเงินที่ให้ก็ไม่ได้ให้เป็นเงินให้เปล่าอย่างเดียว แต่บางทีก็ 'ลงทุน' ในรูปนี้หรือหุ้น เพื่อสร้าง 'วินัย' ในการใช้จ่ายเงินให้กับโครงการที่ได้รับการสนับสนุนตามหลักการเงินทั่วไป

ผู้ร่วมวงต่างรู้สึก 'ตื่นเต้น' ที่ในที่สุดก็ 'ได้ยินรัฐบาลพูดภาษาเดียวกันกับพวกเรา' คือประมาณว่ารัฐบาลที่ผ่านๆ มาไม่เคยคิดจะอยากทำงาน 'ร่วม' กับเอ็นจีโอ อยากทำอะไรก็จะทำเอง หรือไม่ก็ 'สั่ง' ให้ทำ ทุกคนก็เลยรู้สึกว่าจะมีความหวังว่าจะได้เห็นรัฐขับเคลื่อนขบวนการธุรกิจเพื่อสังคม/การลงทุนเพื่อสังคมในไม่ช้านี้ เพราะถ้ารัฐไม่ขยับเขยื้อน ก็ยากที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงในระดับที่จำเป็นต้องเกิด

ผู้ร่วมวงสนทนาจาก REDF ยกประเด็นน่าสนใจว่า การเป็น 'พันธมิตร' กันนั้นฟังดูดี แต่ในทางปฏิบัติไม่มีทางทำได้ถ้าทุกคนยังพูดกันคนละภาษา (ธุรกิจก็ยังไม่พูดภาษาธุรกิจ เอ็นจีโอก็พูดภาษาเอ็นจีโอ) มีเพียงรัฐบาลเท่านั้นที่จะสร้าง 'สะพาน' ที่เชื่อมโลกแสวงหากำไรเข้ากับโลกไม่แสวงหากำไรเข้าด้วยกัน ด้วยการสร้างโครงสร้างต่างๆ ที่จำเป็น เช่น กฎหมาย และกฎเกณฑ์ต่างๆ

สื่อเพื่อสังคม

ในงาน SoCap มีงานสัมมนาเล็กๆ ชื่อ "Micro Media Conference" แทรกตัวอยู่ในงานสัมมนาใหญ่ตลอดวันที่สอง งานนี้เชิญนักสร้าง "สื่อเพื่อสังคม" (social media หมายถึงสื่อที่นำเสนอประเด็นสังคมหรือผลักดันการเคลื่อนไหวทางสังคม) มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์

นอกจากวงการนี้จะกำลังเติบโตอย่างน่าตื่นเต้น ยังเป็นวงการที่นักลงทุนเพื่อสังคมกำลังให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะสื่อเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการกระตุ้นให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และอยู่ได้อย่างยั่งยืนทางการเงินด้วย



ผู้กล่าวสุนทรพจน์เปิดงานย่อย Micro Media Conference คือ Adam Werbach ผู้อำนวยการของ Saatchi & Saatchi S องค์การที่เน้นการตลาดเกี่ยวกับความยั่งยืน บริษัทลูกของ Saatchi & Saatchi เอเยนซีชื่อดัง Werbach โด่งดังเป็นพลุแตกครั้งแรกตอนที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้บริหารของ Sierra Club เอ็นจีโอด้านสิ่งแวดล้อมที่เก่าแก่ที่สุดในอเมริกา ที่อายุน้อยที่สุดในประวัติศาสตร์ คือ 23 ปี โด่งดังเป็นพลุแตกอีกรอบเมื่อเขารับทำงานให้กับบริษัทใหญ่ๆ หลายแห่งในอเมริกาอย่าง Wal-Mart และ GE เพื่อแปลงโฉมบริษัทให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ท่ามกลางเสียงประณามจากเพื่อนนักสิ่งแวดล้อมบางคนว่า ได้ ‘ขายวิญญาณ’ ให้กับบริษัทใหญ่ไปแล้ว

Werbach กล่าวว่า ยุคสมัยของ greenwashing (หมายถึงการโฆษณาว่าสินค้าอะไรก็ตาม ‘เขียว’ โดยที่ไม่เขียวจริง) ได้เปิดฉากลงแล้วอย่างน้อยก็ในโลกตะวันตก เพราะผู้บริโภคสมัยนี้รู้ทันผู้ผลิตแล้ว เขายกตัวอย่างกรณีน้ำดื่มยี่ห้อ Fiji ที่ส่งตรงมาจากหมู่เกาะฟีจีในมหาสมุทรแปซิฟิกได้ โฆษณาว่า “every drop is green” ทั้งที่ไม่มีวันเขียวจริงเพราะบินมาส่งอเมริกาจากอีกครึ่งโลก หลังจากที่บริษัทโฆษณาแบบนี้ก็ถูกประณามจากบรรดาผู้บริโภคผู้ทันในเว็บจำนวนมาก มีคนออกมาแฉด้วยว่าขวดพลาสติกของน้ำยี่ห้อนี้ใช้พลาสติกมากกว่ายี่ห้ออื่นกว่าสองเท่า ทำให้ยอดขายตกฮวบลงอย่างรวดเร็ว

Laren Poole หนึ่งในสามผู้กำกับหนังสารคดีเรื่อง Invisible Children

(<http://www.invisiblechildren.com/>) มาถ่ายทอดประสบการณ์การทำ

ภาพยนตร์เกี่ยวกับชีวิตแร้นแค้นของเด็กๆ ในคองโก ประเทศในทวีปแอฟริกาที่มีสงครามต่อเนื่องยาวนานที่สุดในทวีป (กว่า 23 ปี) เด็กวัยรุ่นและก่อนวัยรุ่นต้องตายในฐานะเหยื่อสงคราม หรือไม่ก็ถูกกองทัพลักพาตัวไปเป็นทหาร

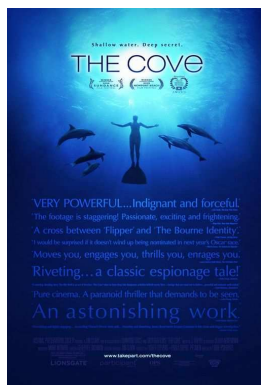
สารคดีเรื่องนี้ถ่ายทำในปี 2003 ขณะที่ทีมผู้กำกับ 3 คนมีอายุเพียง 19 ปี พวกเขา

กล้าไปเที่ยวแอฟริกาเพราะอยากถ่ายทำสารคดีผจญภัยตามประสาวัยรุ่น แต่เมื่อต้องตกอยู่ในภาวะสงครามไม่คาดฝัน จึงตัดสินใจว่าจะบันทึกภาพประสบการณ์มาถ่ายทอด เพื่อรณรงค์ให้คนทั่วโลกตระหนักในปัญหาและกดดันผู้นำทางการเมืองให้เลิกสงคราม



ภายในเวลาไม่กี่ปี ภาพยนตร์สารคดีมือสมัครเล่นต้นทุนต่ำ ความยาวเพียง 56 นาที สามารถชนะใจคนทั่วโลกจนมีคนดูกว่า 5 ล้านคน จนทีมผู้กำกับต้องก่อตั้งมูลนิธิเพื่อเคลื่อนไหวรณรงค์อย่างเป็นระบบ ภาพยนตร์เรื่องนี้สามารถระดมเสียงสนับสนุนมหาศาลจากสาธารณชน จนนักการเมืองในอเมริกากับ

อังกฤษต้องออกมาแสดงจุดยืน และกดดันกองทัพสองฝ่ายในอุกกันดาจนเจรจาสัญญาสงบศึกได้จริง ระหว่างปี 2006-2008 ก่อนที่สงครามจะปะทุขึ้นอีกครั้งหนึ่ง



ภาพยนตร์สารคดีอีกเรื่องหนึ่งที่สร้างการเปลี่ยนแปลงได้จริงๆ คือ The Cove (<http://www.thecovemovie.com/>) จาก Participant Media สตูดิโอที่สร้างภาพยนตร์ดังเรื่อง Inconvenient Truth เรื่อง The Cove เป็นการ ‘แอบถ่าย’ มหกรรมฆ่าปลาโลมาที่ชาวประมงญี่ปุ่นกลุ่มหนึ่งทำกันอย่างลับๆ ในถ้ำแห่งหนึ่ง เป็น ‘พิธีกรรม’ ประจำปีต่อเนื่องมาหลายสิบปี เนื่องจากมองว่าปลาโลมาเป็นสัตว์ร้ายที่กินปลาที่ชาวประมงจับขาย ก็เลยต้องฆ่าทิ้ง แต่ปัญหาคือรัฐบาลญี่ปุ่นยอมให้ฆ่าปลาโลมาอย่างโหดร้ายโดยที่ประชาชนชาวญี่ปุ่นเองไม่เคยระแคะระคาย

โปรดิวเซอร์จาก Participant Media เล่าว่าวันก่อนงานสัมมนาเป็นวันที่ปกติจะมีมหกรรมฆ่าปลาโลมาประจำปี ทีมที่แอบถ่ายในภาพยนตร์ไปรอแอบถ่ายอีกรอบ แต่ปรากฏว่าปีนี้ไม่มีชาวประมงโผล่มาเลย มีแต่สื่อรวมทั้งสื่อญี่ปุ่นมาทำข่าว แสดงว่าการฉายหนังเรื่องนี้สามารถหยุดการฆ่าปลาโลมาได้จริงๆ

นักสร้างสื่อคนหนึ่งสรุปหัวใจของสื่อเพื่อสังคมว่า “รากของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอยู่ที่การที่มนุษย์คนหนึ่งจะเข้าใจหัวใจของมนุษย์อีกคนหนึ่ง” โดยเฉพาะคนต่างวัฒนธรรม ดังนั้น สื่อเพื่อสังคมที่ดีจึงต้องสามารถดึง ‘ความเป็นมนุษย์’ ที่เป็นสากลออกมา ทำให้เราเกิดความเห็นอกเห็นใจเพื่อนมนุษย์และอยากทำอะไรสักอย่างเพื่อช่วยเหลือพวกเขา

นวัตกรรมสังคม และ “นวัตกรรมก่อคุณ”

ไฮไลต์หนึ่งของงาน SoCap คือการโซว์กิจการเพื่อสังคมจำนวนไม่น้อยที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหัวใจในการขับเคลื่อน อาทิเช่น Kiva.org เว็บไซต์ที่จับคู่ระหว่างเจ้าหนี้รายย่อยกับลูกหนี้ไมโครไฟแนนซ์, All for Good ที่จับคู่อุปสงค์กับอุปทานในตลาดงานอาสาสมัคร, และ Carrotmob ที่ระดม ‘พลังก่อการดี’ ของผู้บริโภคไปอุดหนุนบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประเด็นนำคิดที่วิทยากรเห็นพ้องต้องกันคือ “นวัตกรรมสังคม” รุ่นล่าสุดบนเว็บอาจเรียกว่าเป็นเว็บแบบ “Web 3.0” ไม่ใช่ในความหมายของ Semantic Web ที่คนในแวดวงไอทีเข้าใจกัน แต่ในความหมายของเว็บยุคใหม่ที่เพิ่ม “พฤติกรรมออนไลน์” เข้าไป ล้ำยุคกว่า Web 2.0 ที่ให้คนมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันผ่านเน็ต โจทย์ข้อสำคัญของ Web 3.0 คือ จะสร้างฐาน ‘แฟนประจำ’ อย่างไรให้มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างแท้จริง

ทางออกและหัวใจของ Web 3.0 อยู่ที่การสร้าง

“ประสบการณ์” ที่ดีให้กับผู้ใช้ เว็บ Carrotmob

(<http://carrotmob.org/>) เป็นตัวอย่างที่ดีมาก งาน SoCap

มี Brent Shulkin หนึ่งในทีมผู้ก่อตั้งมาแล้ววิศกรคิดให้ฟังว่า

แทนที่จะรณรงค์ให้ผู้บริโภคคอยคัดค้านค้าที่ไม่

รับผิดชอบต่อสังคม (ทำลายสิ่งแวดล้อม ใช้แรงงานเด็ก

ฯลฯ) เหมือนที่ผ่านมา Carrotmob รณรงค์ให้คนแห่กันไป

“บายคอตต์” (boycott) แทน คือแห่กันไปซื้อของในร้านที่

คนเห็นพ้องต้องกันว่า “รับผิดชอบต่อสังคม” เช่น เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วิธีการให้คนโหวตก็เปลี่ยนไป

เรื่อยๆ ล่าสุด Brent บอกว่าเขาไปถ่ายวิดีโอเจ้าของร้านชำสามเจ้าในเมืองเดียวกัน ให้แต่ละคนอธิบายว่า

จะทำอะไรบ้างให้ร้านของตัวเอง ‘เขียว’ (= รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม) เสร็จแล้วก็ให้คนเข้าไปดูและโหวตว่า

จะไปบายคอตต์ร้านไหนดี พอถึงวันเวลาที่นัดหมายก็แห่กันไปอุดหนุนร้านที่ชนะโหวต



ส่วนกรณีของ Kiva (<http://www.kiva.org/>) ประสบความสำเร็จด้วยการทำให้คนรู้สึกสนุกกับประสบการณ์

ที่ได้รับเวลาปล่อยกู้ให้กับคนจนในประเทศห่างไกล มากกว่าจะคิดว่านี่เป็นการลงทุนชนิดหนึ่ง

นอกจากจะใช้อินเทอร์เน็ตผลักดันนวัตกรรมสังคมแล้ว กิจกรรมเพื่อสังคมอีกหลายแห่งที่มาโซว์ผลงานใน

SoCap ก็ประสบความสำเร็จด้วยการคิดค้น “นวัตกรรมก่อกวน” (disruptive innovation) ซึ่งหมายถึง

นวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสูงมากจนทำให้ระบบเดิมปั่นป่วน และโมเดลอุตสาหกรรมเดิมอาจล่มสลายได้

เช่น โครงการ Ripple Effect ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง IDEO บริษัทออกแบบเพื่อสังคมชั้นนำ กับ

Acumen Fund กองทุนเพื่อสังคมชั้นนำเช่นกัน มีเป้าหมายที่การเพิ่มอัตราการเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาด

ด้วยการให้ทุนและทรัพยากรสนับสนุนนวัตกรรมสังคมในอินเดียและเคนยา ส่วน FrontlineSMS ก็ส่งผู้

ก่อตั้งมาแล้วโมเดลการนำส่งข้อมูลสุขภาพผ่านมือถือในประเทศยากจน และตัวแทนจาก NComputing ก็

มาแล้วกระบวนการออกแบบและผลิตคอมพิวเตอร์พีซีต้นทุนต่ำ (มีวางให้ใช้ฟรีหลายเครื่องตลอดงาน)

วิทยากรทุกคนเห็นตรงกันว่าสิ่งที่เรียกว่า “นวัตกรรมก่อกวน” นั้น ไม่ใช่ตัวผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาออกแบบ ใน

กรณีของ Ripple Effect นวัตกรรมก่อกวนคือโมเดลการร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่าย – มี

มูลนิธิ Bill & Melinda Gates เป็นแหล่งทุน บริหารจัดการร่วมโดย Acumen Fund กับ IDEO และทำงาน

ร่วมกับบริษัทหรือองค์กรนำระดับท้องถิ่น (ทั้งที่เป็นธุรกิจเพื่อสังคมและที่เป็นเอ็นจีโอ) 20 แห่งในอินเดีย

และเคนยา

ในกรณีของ FrontlineSMS นวัตกรรมก่อนหน้านี้อาจเป็นเครือข่ายอาสาสมัครที่ทำงานร่วมกับคลินิกแพทย์และศูนย์อนามัยในประเทศยากจนทั่วโลก เพื่อร่วมกันสร้างเทคโนโลยีและป้อนข้อมูลให้กับ FrontlineSMS ว่า จะต้องปรับปรุงอะไรบ้าง ส่วนนวัตกรรมก่อนหน้าของ NComputing อยู่ที่การใช้ปัญหาในการศึกษาชั้น พื้นฐานของอเมริกาเป็น 'คานงัด' (สร้างความชอบธรรม) เพื่อเผยแพร่คอมพิวเตอร์ไปตามโรงเรียน กรณีศึกษาเหล่านี้ทั้งหมดพิสูจน์ให้เห็นว่า ลำพังการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่เพียงพอที่จะทำให้กิจการเพื่อสังคมประสบความสำเร็จจนขยายขนาดได้ – จะต้องคิดให้ลึกเรื่องโมเดลธุรกิจ เครือข่ายการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย

หัวใจของความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมอีกประการหนึ่งคือ การลงไปทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้ใช้ซึ่งเป็นคนจน รวมถึงการออกแบบวิธีแก้ปัญหาที่ผู้ใช้ซื้อได้และใช้ได้เหมาะสม ยกตัวอย่างเช่น กระบวนการออกแบบของ IDEO ที่เรียกว่า Human Centered Design ซึ่งเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลางนั้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ หรือโครงการอะไรก็ได้ ส่วนเทคโนโลยีของ FrontlineSMS กับ NComputing ก็ใช้งานและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้จริงๆ

Lucky Gunasekara แห่ง FrontlineSMS สรุปว่า – “คุณต้องลงไปมือเปื้อนในพื้นที่จริงๆ ก่อนที่จะเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าคุณค่าของคุณต้องการอะไร”

2. นักลงทุนเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคมไม่ต่างจากธุรกิจกระแสหลักในแง่ที่ต้องอาศัยเงินทุนและทรัพยากรอื่นๆ ในการขยายกิจการ แต่ในเมื่อเป้าหมายเพื่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อมของกิจการเพื่อสังคมทำให้ไม่อาจเข้าถึงตลาดการเงินกระแสหลักได้โดยง่าย จึงต้องอาศัย 'นักลงทุนเพื่อสังคม' ที่คำนึงถึงผลตอบแทนด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมมารองรับ

ถึงแม้ว่าตอนนี้โลกจะยังไม่มี “ตลาดทุนเพื่อสังคม” (social capital market) ที่แท้จริง เพราะยังไม่มีกลไกมาตรฐาน สถาบันตัวกลาง กฎหมาย ฯลฯ ที่จำเป็น แต่ ‘วงการ’ ที่มุ่งจัดสรร “ทุนสังคม” (social capital) ก็เกิดขึ้นแล้วอย่างแน่นนอน และกำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในเมื่อวิกฤตการเงินกำลังผลักดันให้นักการเงินจากวอลล์สตรีทหลายคนเข้าสู่วงการ ส่วนนักลงทุน โดยเฉพาะนักลงทุนรายย่อย ก็กำลังเริ่มมองเห็น และ ‘ให้มูลค่า’ ต่อคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ไม่อยู่ในรูปตัวเงิน

งาน Social Capital Markets (SoCap) ประจำปี 2009 สาธิตความซับซ้อนของนักลงทุนเพื่อสังคมที่มีความหลากหลายไม่แพ้กิจการเพื่อสังคมที่พวกเขาสนับสนุน อาทิ Root Capital กองทุนเพื่อสังคมไม่แสวงหากำไรที่ปล่อยกู้ให้กับนักธุรกิจขนาดจิ๋วในแอฟริกา, NewSchools Venture Fund กองทุนรับเงินบริจาคที่ปล่อยกู้หรือให้กับกิจการเพื่อสังคมในภาคการศึกษา, Aavishkar Goodwill กองทุนร่วมลงทุนเพื่อสังคม (social venture capital fund) ที่ลงทุนในสถาบันไมโครไฟแนนซ์ในอินเดีย, IGNIA กองทุนร่วมลงทุนเพื่อสังคมจากเม็กซิโกที่ต้องการผลตอบแทนสูงทั้งด้านการเงินและสังคม และ Uhuru Capital Management กองทุนเฮดจ์ฟันด์ที่บริจาคต่าไว้ในสัดส่วนสูงให้กับกิจการเพื่อสังคมและมูลนิธิต่างๆ

ผลกระทบของวิกฤตการเงินต่อการลงทุนเพื่อสังคม

Shari Berenbach จาก Calvert Foundation หนึ่งในมูลนิธิที่ใหญ่ที่สุดในอเมริกา ลงทุนในรูปแบบนี้และเงินให้เปล่าในกิจการเพื่อสังคม บอกว่าประสบการณ์ของมูลนิธิในช่วงปีแห่งวิกฤตที่ผ่านมา (2008) นั้นค่อนข้างดี มีคนขอถอนเงินลงทุนน้อยมากและยังเติบโตได้ เธอบอกว่าในวงการนี้ ชื่อเสียงและผลงานที่ผ่านมาเป็นปัจจัยสำคัญมาก Calvert ไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากวิกฤตเพราะลงทุนอย่างระมัดระวัง ที่ผ่านมามีอัตราส่วนหนี้เสียไม่ถึง 0.20% และนำส่งผลตอบแทนกว่า 3% ต่อปีให้กับนักลงทุน (ซึ่งสูงกว่ากองทุน money market)

อย่างไรก็ดี ประสบการณ์ของกองทุนเพื่อสังคมในช่วงวิกฤตแตกต่างกันไปตามสาขาที่เน้นการลงทุน เช่น ตัวแทนจากกองทุนรายหนึ่งที่เน้นการลงทุนรูปหุ้นในกิจการชุมชนและ SMEs บอกว่าเขาประสบปัญหาค่อนข้างมากเพราะกิจการที่ไปลงทุนเหล่านี้ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในวิกฤตเศรษฐกิจ

Don Shaffer จาก RSF Finance มองว่า ประเด็นสำคัญที่ผู้จัดการกองทุนต้องสื่อสารให้นักลงทุนเข้าใจคือการลงทุนเพื่อสังคมเป็นทางเลือกในการลงทุนที่เป็นเรื่องส่วนบุคคล (เพราะเป็นการสะท้อน 'คุณค่า' ที่เราแต่ละคนมีในใจ) และมองระยะยาว ต่างจากการลงทุนทั่วไปที่มองระยะสั้นและไม่เป็นส่วนตัว เขาบอกว่ากองทุนของเขามีกระบวนการ "สร้างมูลค่าร่วมกัน" (co-creation process) ระหว่างกองทุนกับลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่ค้นหาร่วมกันว่าลูกค้าสนใจคุณค่าหรือสาขาอะไรบ้าง แบบนี้สำคัญว่าการพยายามคำนวณผลกระทบด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมให้ออกมาเป็นตัวเลข เพราะตัวเลขมักจะไม่ใช่สิ่งแรกที่อยู่ในใจของนักลงทุนที่สนใจจะลงทุนเพื่อสังคม

การลงทุนในกิจการสร้างผลกระทบสูงในประเทศกำลังพัฒนา

ตัวอย่างของกองทุนที่เน้นการลงทุนในกิจการเพื่อสังคมในประเทศกำลังพัฒนาคือ LGT Group เน้นการลงทุนในกิจการเริ่มแรก (start-up) เงินลงทุน 200,000 – 1 ล้านเหรียญ ลงทุนไปแล้ว 8 กิจการ เงินลงทุนเฉลี่ยแห่งละครึ่งล้านเหรียญ รูปแบบการลงทุนให้นำหนักตัดเทียมกันระหว่างเงินให้เปล่า หนี้ กับหุ้น

ผู้จัดการ LGT Group เปิดเผยว่า ในประสบการณ์ของเขา การขาดแคลนผู้บริหารมืออาชีพในกิจการเพื่อสังคมเป็นปัญหาใหญ่ LGT พยายามแก้ปัญหาในส่วนหนึ่งด้วยการริเริ่มโครงการ fellowship ในองค์กร ถือเป็นการถ่ายโอนทรัพย์สินทางปัญญาจากกองทุนไปสู่ผู้ประกอบการมือใหม่

ตัวแทนจาก Oasis Fund กองทุนเพื่อสังคมชั้นนำ ประกาศในงาน SoCap ว่าองค์กรเพิ่งอนุมัติเงินลงทุนจำนวน 1.4 ล้านดอลลาร์ในธุรกิจเพื่อสังคมชื่อ VidaGas ในประเทศโมซัมบิก ประเทศที่มีคนใช้ไฟฟ้าเพียง 8% ของทั้งประเทศ โมเดลธุรกิจของ VidaGas คือขายก๊าซโพรเพนสำหรับใช้ในคลินิก และเป็นเชื้อเพลิงสะอาดแทนถ่านหินสำหรับบ้านคนและธุรกิจแบบ SME จุดเด่นของกิจการนี้คือมีระบบโลจิสติกส์และเครือข่ายจัดจำหน่ายที่ดีมาก อัตราการเติบโตสูงถึง 5 เท่าตั้งแต่ปี 2002 จนตอนนี้เป็นบริษัทก๊าซโพรเพนที่ใหญ่ที่สุดทางตอนเหนือของประเทศ

ทางออกจากการลงทุน (exit strategy) ของ Oasis จะอยู่ที่การขายหุ้นใน VidaGas ให้กับบริษัทก๊าซรายใหญ่ในประเทศ สอดคล้องกับนโยบายของกองทุนที่ใช้แนวทางเดียวกันกับกองทุนร่วมลงทุนกระแสหลัก แต่เลือกเฉพาะโครงการที่นำส่งผลตอบแทนด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อมสูงในประเทศยากจน



จุดเด่นของดีลที่น่าสนใจคือ Oasis สามารถใช้เครือข่ายสถาบันไมโครไฟแนนซ์ของ Blue Orchard (บริษัทบริหารสินทรัพย์ชั้นนำที่สร้างเครื่องมือทางการเงินให้นักลงทุนกระแสหลักสามารถลงทุนในสถาบัน

ไมโครไฟแนนซ์ได้ มีผู้ก่อตั้งเดียวกันกับ Oasis) ในการปล่อยสินเชื่อขนาดจิวให้กับผู้ค้าปลีกรายย่อยของ VidaGas นับเป็นการเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนให้กับตัวเองทางอ้อม

สิ่งที่ทำให้กิจการเพื่อสังคมเป็นวงการที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ก็คือการอาศัยช่องทางต่างๆ ทำนองนี้ที่ใช้ฝ่ายต่างๆ ในเครือข่ายความสัมพันธ์ (หลายคนเรียกว่า “ระบบนิเวศ”) ให้เป็นประโยชน์

นวัตกรรมของนักลงทุนเพื่อสังคมรุ่นบุกเบิก

วงเสวนาวางหนึ่งในวันที่สองนำเสนอความซับซ้อนและกลุ่มลึกลับของนักลงทุนเพื่อสังคม ผ่านการถ่ายทอดประสบการณ์ของตัวแทนองค์กรลงทุนเพื่อสังคมสามองค์กรที่ล้วนแต่เป็นผู้บุกเบิกโมเดลธุรกิจเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครและยังไม่มีใครเหมือน เรียงตามอายุบริษัทคือ Ecotrust Forest Management, E+Co (อ่านว่า อีแอนดีโค) และ Microplace

Ecotrust องค์กรแม่ของ Ecotrust Forest Management เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ก่อตั้งในปี 1991 ในเมืองพอร์ตแลนด์ มลรัฐโอเรกอน โดยกลุ่มนักสิ่งแวดล้อมซึ่งมี Spencer Beebe เป็นแกนนำ ปัจจุบัน Ecotrust เป็นที่รู้จักในฐานะกิจการและนักลงทุนเพื่อสังคมชั้นนำที่พิสูจน์ให้เห็นว่าเป้าหมายของขบวนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการเติบโตทางเศรษฐกิจสามารถเดินทางเดียวกันได้และแม้แต่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ด้วยการก่อตั้งกองทุนชื่อ Natural Capital Fund ในปี 1994 เพื่อลงทุนในโครงการหรือบริษัทที่ฟื้นฟูหรืออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมดีเด่นและโดดเด่นด้านการใช้นวัตกรรมสังคมทั่วโลก ตั้งแต่มลรัฐโอเรกอนบ้านเกิด แคนาดา ไปไกลถึงออสเตรเลียและโบลิเวีย

ในช่วงเวลาเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา Ecotrust มีผลงานโดดเด่นมากมาย อาทิ จับมือกับธนาคาร ShoreBank ก่อตั้งธนาคารเพื่อสิ่งแวดล้อมแห่งแรกในโลก คือ ShoreBank Pacific และ Shorebank Enterprise Cascadia ซึ่งได้เติบโตจนเป็นธนาคารขนาดกลางที่มีทรัพย์สินกว่า 300 ล้านดอลลาร์ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดชายฝั่งตะวันตกของอเมริกา ตั้งแต่อะแลสกาถึงแคลิฟอร์เนีย, ก่อตั้งกองทุนเพื่อชาวประมงในมลรัฐโอเรกอน วอชิงตัน และอะแลสกาชื่อ North Pacific Fisheries Trust ขนาด 6 ล้านดอลลาร์, ลงทุนในบริษัทสถาปนิกที่ประสบความสำเร็จในการฟื้นฟูอาคารประวัติศาสตร์ชื่อ Jean Vollum Natural Capital Center ให้ตรงตามมาตรฐาน LEED-gold (อาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สุด) เป็นแห่งแรกในอเมริกา, ส่งเสริมและสนับสนุนชาวอินเดียนแดงในฐานะชุมชนท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์, ทำแผนที่ป่าเขตร้อนทางชายฝั่งตะวันตกของอเมริกาสำเร็จจนได้รับการยอมรับว่าเป็นป่าประเภทนี้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก, สร้างเครือข่ายอาหารที่เชื่อมผู้ผลิตอาหารปลอดสารพิษกับผู้บริโภคเข้าด้วยกัน, ก่อตั้ง Ecotrust Forests LLC กองทุนแรกในโลกที่ลงทุนในระบบนิเวศป่า ปัจจุบันบริหารจัดการพื้นที่ป่านับหมื่นไร่ ด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการแบบใหม่ที่มุ่งบริหาร ‘งบดุล’ ของป่า

คือความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่า แทนที่จะมองป่าเป็น ‘งบกำไรขาดทุน’ ที่คนจะตัดดวงกำไรรายปีจากการตัดไม้เพียงอย่างเดียวดังเช่นในอดีต, ไม่นับการเป็นที่ปรึกษาให้กับบริษัทป่าไม้ การผลิตงานวิจัย หนังสือ และบทความหลายร้อยชิ้นเกี่ยวกับแนวคิด “เศรษฐกิจอนุรักษ์” ของ Beebe ที่สร้างความเจริญทางเศรษฐกิจบนฐานของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

Bettina von Hagen รองผู้อำนวยการ Ecotrust Forest Management (EFM) เล่าว่า ประโยชน์ของกองทุน Natural Capital Fund ขององค์กรไม่ได้จำกัดอยู่แค่ผลตอบแทนทางการเงิน แต่ที่สำคัญกว่านั้นคือ Ecotrust ใช้กองทุนนี้เป็นเครื่องมือในการสร้างแนวร่วม เธอบอกว่า หลายครั้ง Ecotrust จะตัดสินใจลงทุนต่างๆ ที่รู้ดีว่าวิธีแก้ปัญหาไม่สมบูรณ์แบบ เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมของผู้มีส่วนได้เสียฝ่ายต่างๆ สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และผลักดันเชิงนโยบาย ปัจจุบันองค์กรนี้มีองค์กรบริษัทลูก 12 แห่ง มีรูปแบบที่หลากหลาย ตั้งแต่บริษัทที่แสวงกำไรอย่าง EFM ไปจนถึงโครงการไม่แสวงกำไร ใช้เครื่องมือในการลงทุนที่หลากหลาย ตั้งแต่สินเชื่ออัตราตลาด หุ่น ไปจนถึงเงินให้เปล่า

ในมุมมองของ von Hagen นวัตกรรมทั้งหมดของ Ecotrust มีรากมาจากความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทั้งในระบบนิเวศและอุตสาหกรรมป่าไม้ ยกตัวอย่างเช่น ต้นไม้ในป่าตะวันตกเฉียงเหนือของอเมริกา ‘มีความสุข’ (คือเนื้อไม้มีคุณภาพดีที่สุด) เมื่อโตได้ถึง 60-70 ปี แต่ที่ผ่านมาบริษัทป่าไม้โค่นต้นไม้ลงเร็วกว่านั้นมาก ดังนั้น Ecotrust จึงศึกษาจนค้นพบวิธีที่จะทำให้ผลประโยชน์ของบริษัทป่าไม้สอดคล้องกับประโยชน์ของธรรมชาติ บริหารจัดการป่าไม้ในทางที่สามารถส่งมอบไม้คุณภาพสูงให้กับบริษัทป่าไม้ และนำสิทธิประโยชน์ทางภาษีของภาครัฐมาชดเชยรายได้ที่หายไประหว่างทาง

Anne Murray จาก E+Co (อ่านว่า “อีแอนด์โค”) บริษัทที่ก่อตั้งปี 1994 ด้วยจุดมุ่งหมายที่จะลงทุนในพลังงานสะอาดในประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดจิ๋ว กล่าวเสริมเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจของ E+Co ว่า ปัจจุบันบริษัทมีข้อตกลงกับ Goldman Sachs บริษัทวาณิชธนกิจชั้นนำของอเมริกา ในการขายคาร์บอนออฟเซต เพื่อพยายามหารายได้จากคาร์บอนให้ตัวบริษัทเองและกิจการที่ไปลงทุนมีความยั่งยืนทางการเงินมากกว่าเดิม แต่จากประสบการณ์ที่ผ่านมา กระบวนการนี้เป็นไปอย่างเชื่องช้าและไม่ได้มีรายได้ดีเท่ากับที่บริษัทคาด Murray คิดว่าเป็นเพราะตลาดคาร์บอนยังมีอุปสงค์มากกว่าอุปทาน เกิดเป็นภาวะ “คนจำนวนมากวิ่งหาเงินจำนวนน้อย”

Ashwini Narayanan ผู้จัดการทั่วไปของ MicroPlace ในฐานะตัวแทนสถาบันลงทุนเพื่อสังคมน้องใหม่ และธุรกิจเพื่อสังคมที่ eBay เป็นเจ้าของ กล่าวว่า MicroPlace ต้องการที่จะสร้าง ‘เวที’ (platform) สินเชื่อขนาดจิ๋วหรือไมโครไฟแนนซ์ที่มีความยั่งยืน คนที่เข้าเว็บไซต์ MicroPlace จะลงทุนได้ที่ละอย่างน้อย 20 เหรียญสหรัฐ และได้รับดอกเบี้ยจากการลงทุนเหมือนเจ้าหน้าที่ทั่วไป

Narayanan บอกว่า “นวัตกรรม” ในความคิดของเธอหมายถึงการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสำเร็จ ไมโครไฟแนนซ์เป็นความคิดที่ได้รับการยอมรับแล้วว่าดี MicroPlace ต้องการต่อยอดด้วย “นวัตกรรม” คือใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของ eBay ที่ลดต้นทุนในการบริหารจัดการธุรกรรมนับพันล้านรายการลงอย่างฮวบฮาบ

โครงสร้างพื้นฐานของตลาดการลงทุนเพื่อสังคม

วงเสวนาใหญ่วงหนึ่งในงานตั้งคำถามว่า โครงสร้างพื้นฐานของตลาด (market infrastructure) ที่กองทุนเพื่อสังคมขนาดใหญ่หลายองค์กำลังจับมือกันสร้างนั้นมีอะไรบ้าง และมันจะปิดช่องว่างระหว่างการลงทุนเพื่อสังคมกับตลาดทุนกระแสหลักได้อย่างไร วงนี้มีผู้ร่วมเสวนา 3 คน คือ Chris Park จาก Deloitte Touche, Andrew Kassoy จาก B Lab และ Brian Trelsted จาก Acumen Fund

บทสนทนาเริ่มต้นด้วยการตั้งข้อสังเกตจากผู้ดำเนินรายการว่า ตอนนี้เราเห็นกิจกรรมการลงทุนเพื่อสังคมจำนวนมากและหลากหลายที่เติบโตอย่างรวดเร็ว แต่โลกยังไม่มี “ตลาดทุนเพื่อสังคม” จริงๆ ในความหมายที่เข้าใจกัน คือมีระบบ กฎเกณฑ์ และมาตรฐานสากลด้านการประเมินผลประกอบการ การเปิดเผยและรายงานข้อมูล ตลอดจนสถาปัตยกรรมกลางอย่างเช่นโบรกเกอร์ในตลาดทุนกระแสหลัก

Brian Trelsted CIO ของ Acumen อธิบายว่าตั้งแต่ปี 1997 กองทุนได้เริ่มทำงานร่วมกับ Google.org, B Lab และ Deloitte เพื่อพัฒนาชุดเครื่องมือบริหารจัดการพอร์ตลงทุนเพื่อสังคมชื่อ PULSE ซึ่งจะสามารถใช้งานได้บนเว็บผ่าน Salesforce.com และนำไปผนวกเข้ากับชุดมาตรฐานก่อนหน้านี้ชื่อ Impact and Investment Standards (IRIS) ได้ ปัจจุบัน PULSE อยู่ระหว่างการเตรียมการ จะเปิดให้ลูกค้า 8-10 ราย เริ่มทดลองใช้ในเดือนตุลาคม 2009 เพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับปรุงต่อไป

ถึงแม้ว่าจะอยู่ในขั้นเริ่มต้น PULSE ก็มีแนวโน้มว่าจะเป็นเครื่องมือ “มาตรฐาน” ชุดแรกที่นักลงทุนสถาบันเพื่อสังคมทุกรูปแบบจะสามารถใช้ในการประเมินและเปรียบเทียบการลงทุนในสาขาต่างๆ เพราะมีทีมผู้พัฒนาที่แข็งแกร่ง อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิขนาดใหญ่เช่น Rockefeller และ Skoll นอกจากนี้ PULSE ยังเข้ากันได้กับ B certification – ระบบการดีตรารับรองบริษัทที่ผ่านเกณฑ์วัดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เรียกว่า “B Corporation” ปัจจุบันมีจำนวน 235 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในสหรัฐอเมริกา มีรายได้รวมกันกว่าร้อยละ 75 ของจีดีพีทั้งประเทศ และจะสอดคล้องกับระบบการจัดอันดับชื่อ GIIRS (for Global Impact Investing Rating System) ซึ่งเครือข่ายนักลงทุนเพื่อสังคม Global Impact Investment Network (GIIN) กำลังพัฒนา

Andrew Kassoy จาก B Lab อธิบายว่า นักลงทุนโดยมากไม่อยากรู้ข้อมูลในรายละเอียด นั่นเป็นหน้าที่ของสถาบันการเงินตัวกลางอย่าง Acumen ดังนั้นข้อมูลที่เปิดเผยต่อนักลงทุนจะต้องเป็นข้อมูลที่เข้าใจง่าย

เช่น จำนวนงานที่กิจการสร้าง ปริมาณคาร์บอนที่ลด ฯลฯ ในขณะที่เดียวกัน ชุดเครื่องมือล้ำยุคอย่าง GIIRS ก็สำคัญสำหรับสถาบันตัวกลาง ในการจัดอันดับและเปรียบเทียบการลงทุน ทำให้ทุนไหลเวียนระหว่าง กองทุนได้

Kassoy มองว่าวงการลงทุนเพื่อสังคม “เป็นพื้นที่ที่ถูกแบ่งเป็นส่วนเล็ยวต่างๆ ตามความรุ่มร้อนของคน” (fragmented by people’s passions) และดังนั้น บางครั้งเราจะต้องสะกดหรือยอมทิ้งความรุ่มร้อน บางส่วนที่อยากเห็นโลกที่ดีกว่าเดิม เพื่อสร้างมาตรฐานที่ทุกฝ่ายยอมรับได้และดึงดูดเม็ดเงินใหม่ๆ

Chris Park ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีจาก Deloitte กล่าวว่า ลูกค้าของ Deloitte เองมองว่าเป็นเรื่องยากขึ้นเรื่อยๆ ที่จะแยกผลประกอบการด้านการเงินออกจากผลประกอบการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นในแง่หนึ่ง ความสนใจของ Deloitte ก็มาจากความต้องการของลูกค้า บริษัทเชื่อว่าปัจจุบันสาธารณชน สนับสนุนแนวคิด triple bottom line และเชื่อว่าในอนาคตอันใกล้นี้ เราจะมีวิธีประเมินและบังคับใช้ผลประกอบการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลประกอบการของกองทุนเพื่อสังคม ที่รัดกุมและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลไม่ต่างจากมาตรฐานบัญชีอย่าง IRS โดยชุดมาตรฐานที่จะเกิดขึ้นนี้อาจอยู่ในรูปของกฎเกณฑ์ที่ภาครัฐบังคับ ข้อตกลงร่วมกันของผู้เล่นในวงการ หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน

เขาตั้งข้อสังเกตว่า ความเร็วที่เรื่องนี้จะเกิดขึ้นขึ้นอยู่กับว่า วาระการปฏิรูประบบกำกับดูแลภาคการเงินนั้นมีเรื่อง triple bottom line อยู่ด้วยมากน้อยเพียงใด

Kassoy จาก B Lab ย้ำว่า เนื่องจากโครงการพื้นฐานเหล่านี้ยังเป็นเรื่องใหม่มาก เราจะต้องเข้าใจว่ามันจะไม่ทำอะไร “ถูกต้อง” ตั้งแต่แรก การทดลองเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ยังไม่ใช่ปลายทาง

Trelsted กล่าวเสริมว่า เมื่อได้ข้อมูลแล้ว องค์กรไม่แสวงหากำไรที่เห็นชัดว่ามีผลงานแยกก็ควรจะถูกยุบทิ้ง ทุนจะได้ไหลไปยังสถาบันที่มีประสิทธิผลสูงกว่า

ผู้ร่วมเสวนาทุกคนเห็นตรงกันว่า ปัจจุบันถึงแม้ว่าโลกจะยังไม่มี “ตลาดทุนเพื่อสังคม” อย่างเป็นทางการ แวดวงการลงทุนเพื่อสังคมก็กำลังอยู่ในยุคของการทดลองและโอกาสมากมายมหาศาล มีบรรยากาศที่ตื่นตื่นไม่แพ้ยุคบุกเบิกของธุรกิจร่วมลงทุน (venture capital) ในทศวรรษ 1960 และอนาคตของอุตสาหกรรมนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสำเร็จในการพัฒนาชุดเครื่องมือและมาตรฐานต่างๆ และเผยแพร่มันให้เข้าสู่โลกของการลงทุนกระแสหลักอย่างกว้างขวาง.

3. อนาคตตลาดทุนเพื่อสังคม

หนึ่งในหัวข้อใหญ่ของงาน Social Capital Markets (SoCap) 2009 คือการเชิญนักลงทุนเพื่อสังคมชั้นแนวหน้ามา ‘มองไปข้างหน้า’ ว่าอนาคตของวงการนี้น่าจะเป็นเช่นใด

อุปสรรคสำคัญบางประการที่นักลงทุนเพื่อสังคมหลายคนมองว่าวงการต้องข้ามให้พ้น ก่อนที่ตลาดทุนเพื่อสังคมจะถือกำเนิด ‘บุก’ หรือหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของตลาดทุนกระแสหลักได้ ได้แก่ –

การวัดผลและภาษา

กิจการเพื่อสังคมจะต้องสามารถสื่อสารเรื่องราวของพวกเขาแก่นักลงทุนในภาษาที่ทุกคนเข้าใจและยอมรับ ด้วยมาตรฐานสากล (เช่น วิธีวัดและรายงาน “ผลตอบแทนด้านสังคม”) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะต้องสามารถนำเสนอโมเดลในทางที่รับผิดชอบ พิสูจน์ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่วัดได้ และมีความโปร่งใส

นักลงทุนเองต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบมาตรฐานและมาตรวัดต่างๆ ที่พวกเขาใช้ วิเคราะห์ความเสี่ยงเสียใหม่ วิฤตการณ์รอบนี้พิสูจน์ให้เราเห็นแล้วว่ามาตรวัดเก่าๆ ใช้การไม่ได้ (ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ ไม่มีใคร ‘มองเห็น’ วิฤตการณ์เมื่อ 10 ปีที่แล้ว ตอนที่ตัวเลขทุกอย่างดูดีมาก) เราจะต้องออกแบบมาตรวัดใหม่ที่ครอบคลุม “ต้นทุนทั้งหมด” ของกิจการ (หมายถึงต้องรวมต้นทุนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย) และรวมประโยชน์ด้านสังคมที่กิจการสร้างเข้าไปด้วย

แก้มายาคติของคน

คนทั่วไปมักจะมีความเชื่อผิดๆ สองข้อเกี่ยวกับคนจน คือ 1) คนจนไม่มีกำลังซื้อ และ 2) คนจนไม่มีทางเลือก

ความเชื่อผิดๆ สองข้อนี้ทำให้คนเข้าใจผิดไปด้วยว่า “ทุนสังคม” และ “ตลาดคนจน” ทำงานอย่างไร ทำให้ไปคิดว่าตลาดนี้มี ‘ความเสี่ยง’ สูงมาก ความเสี่ยงที่คนประเมินสูงเกินจริงนี้ทำให้ภาคสังคมไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนกระแสหลักได้

ในภาพใหญ่ Charly Kleissner จาก KL Felicitas Foundation มองว่ามี “เหตุการณ์สำคัญ” สามอย่างที่จำเป็นต้องเกิดเพื่อย้ายการลงทุนเพื่อสังคมเข้าสู่โลกของการลงทุนกระแสหลักอย่างเต็มตัว

1. แนวคิด ‘การพัฒนาอย่างยั่งยืน’ แบบองค์รวม

ศักยภาพของโลกใบนี้ในการรองรับมนุษย์ปัจจุบันกำลังถูกกดดันอย่างหนักจากจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และสถานการณ์ก็จะเลวร้ายลงอีกอย่างแน่นอนในอนาคต ในเมื่อคงไม่มีใครปฏิเสธว่าความยั่งยืนเป็นกุญแจสำคัญแห่งความอยู่รอดของมนุษยชาติในระยะยาว เราก็จะต้องพยายามเคลื่อนย้ายกระแสต่างๆ ที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ให้สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ภาวะทรัพยากรหายากในปัจจุบันเปิดโอกาสให้นักขวยโอกาสทั้งหลายทำกำไรสูงสุดแต่ทำให้ความยั่งยืนระยะยาวหดหาย ธรรมชาติของเงินจะวิ่งเร็วเท่าที่มันจะวิ่งได้เสมอ – ตอนนี้โลกมี “ทุนซ้ำ” น้อยมาก เราจะต้องร่วมกันตัดทานกระแสที่ยากลำบากนี้ด้วยการผลักดันการลงทุนเพื่อสังคมให้เติบโตกว่าเดิมอีก

2. การผนวกรวมการลงทุนเพื่อสังคมเข้าในทฤษฎีบริหารจัดการการลงทุน

ทฤษฎีบริหารจัดการการลงทุนสมัยใหม่ไม่เคยหลีกเลี่ยงการลงทุนเพื่อสังคม (ที่ผ่านมามองเห็นแต่ผลตอบแทนทางการเงิน) วิกฤตการเงินปัจจุบันทำให้นักลงทุนจำนวนมากหวาดกลัวและนั่งมองมูลค่าของสินทรัพย์กระแสหลักทั้งหลายลงต่อหน้าต่อตา ผู้นำในพื้นที่ทุนสังคมจะต้องขวยโอกาสนี้ระดมความสนใจของผู้คนและกระตุ้นให้พวกเขามีส่วนร่วมในการลงทุนเพื่อสังคม ภายในปี 2015 ผู้จัดการการลงทุนหลายรายเชื่อว่าการลงทุนเพื่อสังคมจะมีขนาด 5-15% ของสินทรัพย์ภายใต้การบริหารจัดการทั้งหมด (จากปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 1-2%) และวงการนี้จะเข้าสู่จุดเปลี่ยน (tipping point)

3. การข้ามพ้นวิธีคิดแบบขาว/ดำ

เราทุกคนจะต้องมองเห็นและใช้พลังของ “และ” แทนที่จะยอมอยู่ภายใต้เผด็จการของ “หรือ” – คนทั่วไปยังมอง “การลงทุน” กับ “การให้ (บริจาค)” ว่าเป็นสองเรื่องที่แยกจากกันอย่างสิ้นเชิง คือถ้าไม่ “ให้” (ไม่หวังผลตอบแทนทางการเงิน) ก็ “ลงทุน” (หวังผลตอบแทนทางการเงินสูงสุดเท่าที่จะหาได้)

หลังจากที่ตลาดหุ้นทั่วโลกดิ่งเหวและทำให้คนนับล้านสูญเสียเงินบำนาญและความมั่งคั่ง ลำพังสามัญสำนึกก็บอกเราได้แล้วว่าต้องทบทวนสมมติฐานดั้งเดิมของตลาดและทฤษฎีการลงทุนสมัยใหม่ เราจะต้องข้ามพ้นวิธีคิดแบบ “หรือ” ให้ได้ คือคิดแบบ “ฉันจะทำกำไรสูงสุด หรือไม่ก็บริจาคเงินไปหมด” ตลาดทุนเพื่อสังคมมอบโอกาสให้นักลงทุนได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน ขณะที่สร้างผลกระทบด้านบวกให้กับสังคมไปในเวลาเดียวกัน หรือพูดอีกอย่างคือ ได้รับผลตอบแทนที่เป็น “องค์รวม” จากการลงทุนมากกว่าเดิม” วงการลงทุนเพื่อสังคมจะต้องผลักดันนักบริหารเงินกระแสหลักมากกว่านี้

Amit Bouri จากเครือข่ายกองทุนเพื่อสังคมชื่อ Global Impact Investing Network (GIIN) มองว่าในอดีตอุตสาหกรรมหลายประเภทขยายขนาดได้ด้วยการสนับสนุนของกลุ่มที่กล้าคิดกล้าทำ อย่างเช่นกองทุนร่วมลงทุนที่ช่วยกระตุ้นให้อุตสาหกรรมเทคโนโลยีเติบโต นักลงทุนเพื่อสังคมมีบทบาทที่สำคัญไม่แพ้กันในการ

สร้างตลาดทุนเพื่อสังคมให้เป็นรูปเป็นร่าง เรายังจะเห็นการร่วมมือกันมากขึ้นระหว่างแหล่งทุนรูปแบบต่างๆ อาทิ ภาครัฐ ภาคการกุศล และภาคเอกชน ตัวอย่างเช่นการจับมือเป็นพันธมิตรระหว่าง Acumen Fund กับ ICICI Bank ในอินเดีย

Bouri กล่าวเสริมว่าถึงแม้ว่าโลกจะอยู่ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความสนใจและกิจกรรมในวงการณ์นี้ก็ไม่น่าจะน้อยลง ยกตัวอย่างเช่น ResponsAbility ในสวิสเซอร์แลนด์ยังทำมีรายได้เดือนละกว่า 20 ล้านดอลลาร์จากไมโครไฟแนนซ์ ความสนใจและอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในวงการณ์นี้จะทำให้การพัฒนามาตรฐานต่างๆ เพื่อให้เปรียบเทียบระหว่างกิจการได้เป็นเรื่องจำเป็นมากขึ้น เพราะนักลงทุนจะต้องการวิเคราะห์ทางเลือกต่างๆ ในการลงทุนอย่างใกล้ชิดเพื่อให้เข้าใจมูลค่าที่กิจการเพื่อสังคมแต่ละโมเดลสร้าง และประเมินผลกระทบของการลงทุนของพวกเขาต่อภาคส่วนต่างๆ

ผลลัพธ์ตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นคือ กองทุนต่างๆ จะใช้วิธีการประเมินและรายงานผลที่คิดขึ้นเองในองค์กร ทำให้เราไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลข้ามสาขาและทำให้นักลงทุนปวดหัวกับแบบแผนการรายงานที่แตกต่างกัน ตอนนี้เริ่มมีความพยายามที่จะสร้างมาตรฐานต่างๆ ให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกันแล้ว เช่น GIIN กำลังพัฒนาชุดมาตรฐานและระบบการจัดอันดับเพื่อช่วยนักลงทุนที่ไม่อยากวิเคราะห์เจาะลึกในกิจการที่พวกเขาสนใจจะลงทุน

Dan Crisafulli จาก Skoll Foundation บอกว่าเป็นเรื่องยากที่เราจะพยากรณ์อนาคตด้วยการลากเส้นตรงไปจากปัจจุบัน เพราะอย่าลืมว่าสิบปีที่แล้วก็ไม่มีใครมองเห็นวิกฤตที่เราเจออยู่ตอนนี้ เพราะตอนนั้นตัวเลขต่างๆ ดูดีมาก ฉะนั้นเราคงพยากรณ์อนาคตไม่ได้ แต่ประเด็นที่สำคัญกว่านั้นคือ เรายังไม่รู้ปัญหาใหญ่ต่างๆ จะเลวร้ายลงแค่ไหน ถ้าเราไม่พยายามแก้ปัญหาอย่างจริงจัง คำถามคือเราจะก้าวสู่อนาคตที่ดีกว่าเดิม ในขนาดที่จำเป็น จากปัจจุบันที่เลอะเทอะได้อย่างไร?

ผู้ร่วมเสวนาเห็นพ้องต้องกันว่าเม็ดเงินลงทุนของนักลงทุนรายย่อย เช่น คนธรรมดาที่ลงทุนในกิจการที่ “ดี” ผ่านเว็บไซต์ กำลังเคลื่อนย้ายเข้าสู่วงการนี้อย่างรวดเร็วกว่าเงินลงทุนของเศรษฐี เพราะคนธรรมดาจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เชื่อในคุณค่าของ fair-trade, การลดขยะ ฯลฯ พลังของระบบออนไลน์ที่สร้าง “ความรู้สึที่ดี” จากการลงทุนเพราะเชื่อมักลงทุน/เจ้าหน้าที่เข้ากับผู้บริโภคได้โดยตรง จะเป็นเหตุผลที่ช่องทางนี้จะขยายตัวได้อีกมากในอนาคต อย่างไรก็ตาม Bouri บอกว่าจะต้องมีสะพานเชื่อมระหว่างนักลงทุนรายย่อยกับนักลงทุนสถาบันในตลาดกระแสหลักให้มากกว่านี้ ยกตัวอย่างเช่น ตอนนี้คนอเมริกันยังไม่สามารถโยกย้ายเงินในบัญชี 401K (เงินบำนาญ) ไปลงทุนในกิจการเพื่อสังคมได้

Kleissner ย้ำว่า ปีที่แล้ว (2008) ที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจรุนแรง การลงทุนที่คำนึงถึงความยั่งยืนน่าส่งผลตอบแทนดีกว่าสินทรัพย์ประเภทเดียวกันในกระแสหลักอย่างเห็นได้ชัด ก่อนหน้านั้นนักลงทุนเคยมองไมโครไฟแนนซ์ว่าเป็นสินทรัพย์ประเภท “หนี้ของประเทศกำลังพัฒนา” เพราะมองว่ามีความเสี่ยงสูง แต่พอมมา

วันนี้ก็มองว่ามันให้ผลตอบแทนแน่นอนแล้ว ดังนั้น ข้อเท็จจริงที่ว่าการลงทุนเพื่อสังคมกำลังสร้างผลตอบแทนค่อนข้างดี ก็เป็นสัญญาณที่ดีว่าอนาคตของวงการนี้น่าจะสดใส

ผู้เขียนคิดว่าคำตอบของ Brian Trelsted ต่อคำถามที่ว่าทำไมเขาจึงเชื่อมั่นในการลงทุนเพื่อสังคม สรุปลงใจของงาน SoCap และแนวคิดของวงการนี้ได้เป็นอย่างดีเยี่ยม –

“ก็เพราะมันได้ผลกว่าแนวทางขององค์กรพัฒนา และมีหัวใจว่าทุนนิยมที่แล้วมา.”

ล้อมกรอบ: “มูลค่าผสม” ในสายตา Jed Emerson



เจ็ด อีเมอร์สัน (Jed Emerson) นักลงทุนเพื่อสังคมรุ่นบุกเบิก ผู้ประดิษฐ์คำว่า “มูลค่าผสม” (blended value) มาอธิบายความเชื่อของเขาที่ว่า ‘การลงทุน’ ทุกชนิดล้วนมีมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมผสมรวมอยู่ด้วยกันอย่างแยกไม่ออก ไม่ว่าจะมองเห็นหรือไม่

ในปี 2007 เขาให้สัมภาษณ์นิตยสาร *Fast Company* ถึงแนวคิดซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหลังเกิดวิกฤตการเงินปี 2008 สถิติ อาชวานันทกุล แปลและเรียบเรียงบทสัมภาษณ์สั้นๆ มาเพื่อความกระจ่างในแนวคิดหลักของ “การลงทุนเพื่อสังคม”

60 Seconds With Jed Emerson

จาก <http://www.fastcompany.com/magazine/80/qa.html>

บางทีในอนาคต เราอาจมองย้อนมายังปัจจุบันและสงสัยว่า จะเกิดอะไรขึ้นถ้าเราไม่ตัดสินธุรกิจจากผลประกอบการด้านการเงินเพียงมิติเดียว? แต่อีเมอร์สันสงสัยเรื่องนี้แล้ว

อีกหนึ่งข้อคนนับจากนี้ไป เราอาจมองกลับมายังมาตรฐานบัญชีธุรกิจในวันนี้และสงสัยว่า เราคิดแบบนี้ได้อย่างไร เจ็ด อีเมอร์สัน ในวัย 45 ปี กำลังครุ่นคิดถึงคำถามนี้ในวันนี้ อดีตเอ็นจีโอผู้นี้ปัจจุบันเป็นอาจารย์

สอนหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจที่สแตนฟอร์ด เขาทำให้หลายคนงงสนเท่ห์และบางคนก็ประณามด้วยการตั้งคำถามว่า ถ้าเราไม่ตัดสินธุรกิจจากผลประกอบการด้านการเงินเพียงอย่างเดียว จะเกิดอะไรขึ้น เราจะวัดมูลค่า “แท้จริง” ที่ธุรกิจสร้างได้ดีกว่าเดิมอย่างไร นิติสาร Fast Company พูดคุยกับอีเมอร์สันถึงแนวคิดเรื่อง “มูลค่าผสม” (blended value), อลัน กรีนสแปน และ General Motors

Fast Company: “มูลค่าผสม” คืออะไรกันแน่?

อีเมอร์สัน: มันเป็นแนวคิดที่ผมตั้งใจจะทำลายสมมุติฐานขั้นพื้นฐานที่เราไม่ค่อยตั้งคำถาม คือประเด็นที่ว่าเรามักจะแบ่ง “มูลค่า” ออกเป็น “เศรษฐกิจ” หรือ “สังคม” แบบแยกส่วนกัน ถ้าคุณไม่ทำงานในองค์กรไม่แสวงหากำไรที่สร้างมูลค่าทางสังคม คุณก็ไปทำงานในธุรกิจแสวงหากำไรที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ในความเป็นจริง กิจกรรมที่แสวงหากำไรก็สร้างมูลค่าทางสังคมเหมือนกัน – พวกเขาสร้างงาน จ่ายภาษีที่ช่วยสร้างชุมชนท้องถิ่น และสินค้าของพวกเขาก็อาจปรับปรุงชีวิตของผู้คน ในทำนองเดียวกัน องค์กรไม่แสวงหากำไรก็สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วย – พวกเขามีขนาดร้อยละ 7 ของ GDP (ในอเมริกา) สร้างงานและบริโภคสินค้าและบริการ

สังเกตไหมครับว่าการสร้างงานมีทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจและทางสังคม มูลค่าทางเศรษฐกิจคือรายได้ ส่วนมูลค่าทางสังคมก็คือ การมีงานทำทำให้ครอบครัวมั่นคง แค่นี้เพียงตัวอย่างเดียวก็แสดงให้เห็นแล้วว่า ‘มูลค่า’ ในตัวมันเองไม่ใช่อะไรที่เราจะหั่นออกเป็นชิ้นๆ ได้ มูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมล้วนเป็นส่วนสำคัญของหนึ่งเดียว คุณแยกมันออกจากกันไม่ได้ นี่เป็นความคิดที่เรียบง่ายและหยั่งรู้ได้ในทันที เพื่อนร่วมงานของผมเรียกว่า “สามัญสำนึกที่ถูกการใช้ความคิดกดทับ” มูลค่าผสมคือหนทางที่เราจะพยายามวัดภาพรวมทั้งหมด

Fast Company: ฟังดูดี แต่จะทำได้จริงหรือเปล่า

อีเมอร์สัน: สิ่งแรกที่เราต้องตระหนักคือ การไม่มีไม้บรรทัดวัดในวันนี้ไม่ได้แปลว่าเราจะไม่มีวันมีไม้บรรทัดอันนั้นเลย และก็ไม่ได้แปลว่าการคิดค้นไม้บรรทัดเป็นเรื่องที่เราไม่ควรทำ คนทั่วไปคิดเอาเองว่าเศรษฐกิจเป็นสิ่งทีพระเจ้าเป็นผู้เป็นเจ้าของให้กับอลัน กรีนสแปน แต่ข้อเท็จจริงไม่ได้เป็นอย่างนั้น การตีความ “มูลค่า” แบบนั้นมีวิวัฒนาการตลอด 50 ปีที่ผ่านมา ด้วยความเคารพ เราเพิ่งจะมานั่งคิดกันจริงจังว่าจะวัดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทอย่างไรในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมาเอง ผมคิดว่ามันเป็นเรื่องธรรมดาามากที่จะคิดว่าเราต้องใช้เวลาอีก 5 หรือ 50 ปีกว่าจะคิดเรื่องนี้ออก

Fast Company: บริษัทต่างๆ จะมีวันยอมรับมูลค่าผสมหรือ

อีเมอร์สัน: ผมจำได้ว่าสมัยที่ผมเป็นเอ็นจีโอ ผมรู้สึกเหมือนถูกตบหน้าเวลาได้ยินประโยคที่ว่า “อะไรก็ตามที่ดีสำหรับ GM ย่อมดีสำหรับอเมริกา” แต่ในบางแง่มุม ประโยคนี้ก็พูดถูก บริษัทต่างๆ สร้างงาน จ่าย

ภาชี และมีบทบาทในการสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง วันนี้หลายคนคิดว่าบริษัทเอกชนคือ “ตัวปัญหา” ผมมองว่าความคิดนี้เกิดจากข้อเท็จจริงที่ว่าบริษัทน้อยมากที่ติดตามและรายงานมูลค่าทางสังคมของพวกเขา ไม่ใช่เกิดจากประเด็นที่ว่าพวกเขาไม่สร้างมูลค่าทางสังคมอะไรเลย ตอนนี้เรามองเห็นแรงกดดันอย่างมหาศาลต่อบริษัทให้ทำความเข้าใจ วัดออกมาเป็นตัวเลข และติดตามผลกระทบต่อสังคม นี่เป็นเรื่องที่บริษัทเลี่ยงไม่ได้ บริษัทที่ประสบความสำเร็จจะรู้ดีว่าการทำความเข้าใจกับมูลค่าที่สมบูรณ์นั้นจะสร้างโอกาสที่กว้างไกลกว่าเดิมได้อย่างไร

Fast Company: มูลค่าผสมจะได้รับการยอมรับได้อย่างไร

อีเมอร์สัน: เราต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์ระดับรากฐานในความเข้าใจของเราเกี่ยวกับธรรมชาติของมูลค่า ลองคิดในระดับปัจเจกดูก็ได้ เหตุผลที่คุณอยากหาเงินก็เพราะคุณอยากมีความมั่นคงพอที่จะใช้ชีวิตในแบบใดแบบหนึ่ง ถ้าฟังความมั่งคั่งไม่อาจนำคุณไปยังจุดนั้นได้ มันไม่มีประโยชน์อะไรเลยถ้าคุณมีเงินเดือนหกหลัก แต่คุณสูดอากาศหรือดื่มน้ำบริสุทธิ์ไม่ได้ คำถามที่ดีกว่านั้นคือ องค์กรประกอบของชีวิตที่คุ้มค่าแก่การใช้มีอะไรบ้าง และเราจะประกอบมันขึ้นมาได้อย่างไรบ้าง ไม่ใช่คำถามที่ว่า เราจะหาเงินได้เท่าไร ในทำนองเดียวกัน เวลาเราคิดเรื่องมูลค่า เราจะต้องคิดให้มากขึ้นเกี่ยวกับ จุดมุ่งหมาย แทนที่จะคิดแต่เรื่อง *เครื่องมือ* เท่านั้น

คำถามที่ใหญ่กว่านั้นคือ เราในฐานะอารยธรรมต้องการอะไรบ้างจึงจะเจริญรุ่งเรืองอย่างยั่งยืน.
