



## พวกเขาไม่ได้ทำแค่ถุงขยะ หรือแผนประชาสัมพันธ์ขั้นเทพ แต่นี่คือบทพิสูจน์โมเดล “กิจการเพื่อสังคม” (Social Enterprise : SE) ในกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งกำลังสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อสังคมไปพร้อมกัน ที่สำคัญไม่ใช่แค่ในเมืองไทย แต่กำลังส่งพลังออกไปไกลทั่วโลก

• จิราวัฒน์ คงแก้ว

**ถุงขยะสีชมพูหลายจุด ผลงานของศิลปินระดับโลก “แอนเดรียน คอนดราโทวิช” (Adrian Kondratowicz) ที่ละลานตาอยู่ในโครงการ “มหัศจรรย์เมืองไทยสะอาด ครั้งที่ 5” (Hero Amazingly Clean Thailand) ดึงดูดสายตาผู้คนจากทั่วโลกให้จับจ้องมาที่ “กลุ่ม คิงส์ คอร์ปอเรชั่น” โดยบริษัท คิงส์แพ็ค อินดัสเทรียล จำกัด และบริษัท คิงส์ ดีแพค ดีสทริบิวชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่าย แผ่นฟิล์ม บรรจุภัณฑ์พลาสติก รายใหญ่ของประเทศ ภายใต้แบรนด์ Hero, D และ “สวีลดี”**

นี่ไม่ใช่แค่แผนเชือสอาร์ของภาคธุรกิจ ที่ใครหลายคนคุ้นชินแต่มีต้นทางความคิดที่ลึกซึ้งไปกว่านั้น เพราะมันคือความพยายามในการพิสูจน์โมเดลกิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE) ในองค์กรขนาดใหญ่ การใช้โมเดลทางธุรกิจแก้ปัญหาสังคม เพื่อให้กิจการยั่งยืน ขณะโลก และสังคมก็ได้ด้วย

เราได้รับความคิดดีๆ จากคนหนุ่มรุ่นใหม่วัย 31 ปี “**พญุลย์ จุลศักดิ์ศรีสกุล**” ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท คิงส์แพ็ค อินดัสเทรียล จำกัด ทายาทรุ่นสองของ คิงส์ คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป ที่คว้าปริญญาโทด้านเศรษฐศาสตร์การเงิน จาก University of East Anglia ประเทศอังกฤษ ด้วยหัวข้อ

วิทยานิพนธ์ที่ดูท้าทายความเชื่อแบบเศรษฐศาสตร์ และระบบทุนนิยม ซึ่งอะไรๆ ก็ต้อง “Maximize Profit” อย่าง “เศรษฐกิจพอเพียง” แล้วพิสูจน์ให้เห็นว่า วัฒนธรรมการทุกคนได้เห็น ว่า วิถีที่วันนี้คือความยั่งยืนอย่างแท้จริงของคนทำธุรกิจ

หลังกลับมาสานต่อกิจการครอบครัว ในปี 2007 เขาเริ่มเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจ “ยั่งยืน” ด้วยวิธีการที่ใครหลายคนอาจเลือกปฏิเสธ นั่นคือ การยอมทุ่มเงินนับร้อยล้านบาท เพื่อสิ่งที่เรียกว่า “จริยธรรมธุรกิจ” โดยการปรับองค์กรให้คิดถึงคุณภาพชีวิต และความปลอดภัยของพนักงานมากขึ้น เพื่อให้เป็นองค์กรนำดี ที่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าระดับโลก

“หลายคนอาจมองว่าเป็นการลงทุนที่สูง เพราะถ้าไม่ผ่านมาตรฐาน ลูกค้าก็อาจไม่จ้างเราผลิตอยู่ดี ก็เป็นอะไรที่ดูสูญเปล่า แต่ผมกลับมองว่า พนักงานก็เหมือนครอบครัวของเรา เราลงทุนไปก็ไม่เสียหาย ในเมื่อเขาปลอดภัย ทำงานได้ดี บริษัทก็ได้ประโยชน์ ตอนคุยเรื่องนี้กับคุณพ่อ (เสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล) ท่านไม่ห้ามเลย เพราะสิ่งที่คุณพ่อสอนมาตลอด คืออย่าเอาเปรียบคน ไม่ว่าจะพนักงาน หรือลูกค้า เราก็จะเอาเปรียบไม่ได้” เขาสะท้อนความคิดที่ได้เรียนรู้จากคนรุ่นพ่อ

การปรับตัวที่ไม่ได้ทำแค่ให้ดู “เท่” แต่นำมาซึ่งความสำเร็จที่วัดผลได้จริงในเชิงธุรกิจ นั่นคือ การมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นสวนกระแสตลาดโลกซบเมื่อลูกค้า

ยุโรปและอเมริกาหันมาจ้างโรงงานในไทยผลิต และติดต่อโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลางเหมือนในอดีต ทำให้ลูกค้าลดต้นทุนลง ขณะที่พวกเขาก็ได้มีเงินเพิ่มขึ้น จนกิจการเติบโตได้ถึง 30% แรกยังเป็นสัญญาที่เซ็นกันยาว 3-5 ปี จึงสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจด้วย

กิจการไปได้ดี ก็เริ่มกลับมาทบทวนความผันผวนในอดีต เขาเล่าเหตุการณ์ประทับใจ เมื่อครั้งไปเจอร้านเล็กๆ สัญชาติอเมริกัน ในลอนดอน ได้พบรองเท้าดีไซเนอร์แบรนด์ TOMS ที่มีคอนเซ็ปต์ว่า “ทุกครั้งที่คุณซื้อรองเท้า TOMS หนึ่งคู่ TOMS ก็จะมอบรองเท้าคู่อื่นหนึ่งคู่ให้แก่เด็กที่ไม่มีรองเท้า” (โครงการ One for One) นั่นเป็นครั้งแรกที่เขาได้รู้จักกับโมเดลของ กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งแตกต่างไปจากความคิดอย่างนักเศรษฐศาสตร์ และที่น่าสนใจไปกว่านั้นคือเมื่อได้กลับไปอีกครั้ง แล้วพบว่า แบรนด์ TOMS กลายเป็นแบรนด์ที่ดังทั่วโลก และเติบโตเร็วมาก

“เขาโตได้ แสดงว่ายังมีโอกาส เขาไม่ได้ทำแค่เป็นอารมณ์ศิลปินนะ แต่ทำเป็นธุรกิจได้จริงๆ และธุรกิจใหญ่โตด้วย แสดงว่าโมเดล SE นั้นมันไปได้แล้ว ทำไม่เราไม่ลองดู”

ที่มาของความคิด ที่เก็บกักอยู่ในใจ จนวันที่ได้รับมอบหมายภารกิจจากครอบครัว ให้ไปดูแลงานต่างประเทศ โดยการตั้ง บริษัท เอ็กซ์ซิเม็กซ์ จำกัด (EXIMEX) ขึ้น ซึ่งมีสาขาที่ อเมริกา อังกฤษ และกำลังจะเปิดที่ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น ทำธุรกิจ

โลจิสติกส์ และประมูลงานรัฐบาล เพื่อสนับสนุนกิจการในกลุ่ม “คิงส์ คอร์ปอเรชั่น” จุดความคิดให้แยกออกมาโมเดล SE ผ่านกิจการที่เขารับผิดชอบนี้ “บริษัทที่ตั้งขึ้นมา ผมเองก็ไม่ได้ต้องการอะไร อยากให้ทำไรก็ได้คืนสู่สังคมทั้งหมด ขณะที่เพื่อนซึ่งเป็นไดเรกเตอร์อยู่ที่โนนก็มีความคิดเดียวกัน เขาบอกว่าคอนเซ็ปต์ SE ไม่จำเป็นที่ตัวเองต้องเดือดร้อน แต่มีวิธีที่เราสามารถมีความสุขได้โดยการตั้งเงินเดือนเราจำนวนหนึ่ง และทำที่ซึ่งพหุหลายอยู่ได้ พอใจ ซึ่งถ้าเราขายของแล้วบวกกำไร 10% แล้วยังมีคนซื้อ เราก็กิน 10% นั้น ไปคืนให้กับสังคมทั้งหมด เพราะเรายังอยู่ได้ และทุกคนที่เกี่ยวข้องก็มีความสุขด้วย”

เขาสะท้อนความคิด ที่มาของโครงการจับมือกับศิลปินระดับโลกเพื่อผลิตถุงขยะดีไซเนอร์ระดับโลก ทดสอบแนวคิดของพวกเขา โดยเป้าหมายของถุงขยะสีชมพูหลายจุด ฝึกกรอบถุงขยะในจินตนาการ ก็เพื่อต้องการให้ผู้คนสังเกตเห็นง่าย ตระหนักว่าสร้างขยะในแต่ละวันมากแค่ไหน ขณะที่ผลพลอยได้สำคัญคือ ทำให้ภูมิทัศน์สวยงามขึ้น ด้วยผลงานศิลปินช่างถนนโดยเตรียมผลิตขายไปทั่วโลก ก่อนพัฒนา รูปแบบ และราคา เพื่อนำมาจำหน่ายในประเทศไทยต่อไป โดยใช้เงินลงทุนกับโครงการนี้เพื่อประกาศการ “เอาจริง” ไปถึง 50 ล้านบาท

“ผมสั่งบริษัทผลิต ซ้อมมาแล้วไปขายต่อในตลาดโลก สมมติบวกกำไร 10% กำไรที่ได้ ผมจะคืนให้กับสังคมทั้งหมด โดยรูปแบบการคืนให้สังคมยังอยู่ระหว่างการคิด แต่ผมอยากทำอย่าง TOMS คือให้เห็นชัดไปเลยว่าไปที่ไหน ไม่ใช่ว่าบริจาคผ่านอะไรที่ตรวจสอบไม่ได้ ที่คิดไว้คือ ผมจะเอากำไรนี้ไปซื้อขยะในประเทศที่มีปัญหาขยะล้นแล้ว เอามารีไซเคิลทำเป็นสินค้าขึ้นมา ซึ่งจะไม่ขาย แต่จะบริจาคคืนสู่สังคม”

# วิถี 'Social Enterprise' ในแบบ 'คิงส์ คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป'



6 เราจะลองดูว่าจะวัดใจตัวเองได้นานแค่ไหนกับการที่จะไม่เอากำไรเลย เพราะกำไรต้องโตขึ้นเรื่อยๆ แล้วใจผมจะยังมีกิเลสไหม ถ้าสมมุติเป็นไปได้อีกผมก็อยากทำให้เป็นธุรกิจ SE ร้อยเปอร์เซ็นต์

เขาสะท้อนความคิด และบอกข้อดีของการเป็นนักเศรษฐศาสตร์ ที่มองเรื่อง "การค้า" ได้ดีกว่าเด็กภาคสังคม เลยเห็นแนวทางที่จะทำให้กิจการเพื่อสังคมยั่งยืนได้ด้วยโมเดลธุรกิจ

"ผมไม่ได้ทำ SE โดยที่ไม่มีทุน แต่ใช้ความถนัดของตัวเองทำให้เกิด SE คนที่มีใจรักอยากทำ แต่ไม่ถนัดธุรกิจก็อยู่ไม่รอด หากทำไม่ได้ ก็ไม่มีเงินไปช่วยสังคม กับอีกประเภทคือกลุ่มที่ทำธุรกิจได้ดี แต่ไม่ได้มองเรื่องสังคมเลย ผมอยากฝากว่า ธุรกิจ SE ถ้าศึกษาดี มันโตได้แน่ และใหญ่ด้วย โดยไม่ต้องรอให้ธุรกิจรวยก่อน แต่สามารถเริ่มทำได้ทันที"

ไพบุลย์ ยอมรับว่า นี่อาจยังไม่ใช่ธุรกิจ SE เต็มรูปแบบ แต่อยู่ระหว่างลองผิดลองถูก และต่อสู้กับกิเลสของตัวเอง

"ผมจะลองดูว่าจะวัดใจตัวเองได้นานแค่ไหนกับการที่จะไม่เอากำไรเลย เพราะกำไรต้องโตขึ้นเรื่อยๆ จาก 50 ล้าน มาเป็นร้อยเป็นสองร้อยล้านแล้วใจผมจะยังมีกิเลสไหม ถ้าสมมุติเป็นไปได้อีกผมก็อยากทำให้เป็นธุรกิจ SE ร้อยเปอร์เซ็นต์"

ขณะน้องชายขับเคลื่อนนโยบายเพื่อสังคมอยู่ในตลาดโลก พี่ชาย "ทีวี จุลศักดิ์ศรีสกุล" ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คิงส์ คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป ก็กำลังแข่งขันกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อทำให้บ้านเรามีภูมิทัศน์ที่สวยงามสะท้อนความมีระเบียบวินัยของผู้คน อวดสายตาชนทั้งโลก ซึ่งการปรับจาก "คิงส์กรุ๊ป" มาสู่ "คิงส์คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป" ในวันนี้ ก็เพื่อสร้างความชัดเจนของธุรกิจในกลุ่ม รวมถึงความชัดเจนในมิติเพื่อสังคมด้วย

"หลังจากนี้ก็จะเห็นความชัดเจนของกลุ่มเรามากขึ้น โดยเราจะแยกส่วนงานซีเอสอาร์ออกมาให้ชัดเจนเพื่อทำให้กับทั้งกลุ่ม โดยจะมีแคมเปญที่มากและหลากหลายกว่านี้ น่าจะว่า คิงส์ คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป ลงทุนในแต่ละบริษัท แล้วผลกำไรที่ได้เราจะแบ่งส่วนหนึ่งโดยอาจตั้งเป็นในรูปมูลนิธิเพื่อการทำเพื่อสาธารณชนอย่างแท้จริง"

พวกเขาบอกเป้าหมาย ขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ที่ไม่ได้สนใจแต่ "ผลกำไร" ทว่ายังมองการแก้ปัญหาสังคมอย่างยั่งยืน ด้วยวิถีแห่ง Social Enterprise