

Non-marketable Products

โดย ดร. เดชรัต สุขกำเนิด

ฝึกอบรมหลักสูตร “นวัตกรรมทางสังคม: เปลี่ยนข้อจำกัดเป็นทางออก”
22-23 กันยายน 54 ณ โรงแรมที เค พาเลซ กรุงเทพฯ

Non-marketable Products

ผลิตภัณฑ์ (ทั้งสินค้าและบริการ)
ที่ไม่มีระบบตลาดรองรับ หรือ
ไม่สามารถนำเสนอสู่ตลาดได้

ทำไมถึงเป็น non-marketable products

- ผู้รับประโยชน์มีจำนวนมาก ไม่สามารถเจาะจงผู้ได้รับประโยชน์ได้
- ผลประโยชน์จะเกิดขึ้นในระยะยาว และอาจจะไม่สามารถวัดผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน
- ผู้ได้รับประโยชน์ไม่มีอำนาจซื้อที่เพียงพอ (Unaffordability)
- ใช้บรรทัดฐานทางสังคม (Social norms) มากกว่าบรรทัดฐานทางการตลาด (market norms)

ทางเลือกที่กำลังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

- นำรายได้จาก marketable products อื่น มาจุนเจือ เช่น ร้านกาแฟออนซอนเดย์ของสมาคมผู้พิการจ.นครพนม
- ผลักดันให้เป็นบริการสาธารณะขั้นพื้นฐาน (regular public services) เพื่อได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น ล่ามภาษามือ ผู้ช่วยส่วนบุคคล การศึกษาพิเศษ
- พัฒนารูปแบบการสื่อสารและการสนับสนุนทางสังคมที่หลากหลาย เพื่อสามารถระดมทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนา non-marketable ให้เป็น marketable products เช่น การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา
- สร้างระบบร่วมลงทุนเพื่อการดำเนินการที่ให้ผลตอบแทนระยะยาว เช่น โครงการปาห้องโก้ (ยังเห็นระยะสั้น-กลาง)

1. ใช้รายได้จาก marketable products อื่น ๆ มาจุนเจือ

- ทำได้ง่าย ถ้ามีบุคลากรและทุน
- แต่จะเพียงพอหรือไม่?
- ไม่พัฒนาตัว non-marketable products เอง
- ระมัดระวังกับความเสี่ยงใหม่

2. ผลักดันให้เป็นบริการสาธารณะขั้นพื้นฐาน (regular public services)

- ถ้าสำเร็จ ก็มีแนวโน้มจะยั่งยืน
- และถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทั้งสังคม
- แต่ก็ต้องเผชิญความยากลำบากในการผลักดันนโยบาย และกฎระเบียบต่าง ๆ ที่จะตามมา
- โจทย์ที่มักจะตามมา
 - มาตรฐานของบริการ (Standardization)
 - ระบบการเบิกจ่ายเงิน (Financing system)
 - ระบบรายงานและความพร้อมรับผิด (Accountability)

3. พัฒนารูปแบบการสื่อสาร และการสนับสนุนทางสังคม

4 ประเด็นหลัก

- **Communication** รูปแบบการสื่อสาร
 - ทำอย่างไรให้น่าสนใจ
- **Contributions** รูปแบบการสนับสนุน
 - อาสาสมัคร จิตอาสา การรณรงค์
 - ทำอย่างไรให้เป็นการลงทุนหรือลงแรงที่มีความหมาย
- **Continuation**
 - ทำอย่างไรให้ต่อเนื่องและขยายผล
- **Connection**

4. พัฒนา non-marketable ให้เป็น marketable products

- **เห็นความรู้ เห็นความชำนาญ**
 - งานที่ปรึกษา งานฝึกอบรม (เชิงลึก)
- **เห็นประสบการณ์ตรง และเรื่องราวที่น่าสนใจ**
 - งานฝึกอบรม (เชิงปฏิสัมพันธ์) งานทัศนศึกษา
- **เห็นการสื่อสาร**
 - ผลิตเรื่องราวที่น่าสนใจ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ
- **เห็นผลผลิตและผลลัพธ์ที่ได้รับจากการทำงาน**
 - เช่น เทคโนโลยีพลังงานชุมชน การประหยัดพลังงาน

5. ระบบร่วมลงทุนเพื่อการดำเนินการ ที่ให้ผลตอบแทนระยะยาว

- ระบบการร่วมทุนแบบจับคู่
- ระบบการร่วมลงทุนแบบวงกว้าง
- ต้องการรูปแบบการประเมินผลตอบแทนการลงทุน
 - เช่น Social Returns on Investment