

บันทึกเวทีเสวนาสถาธรรณะ

“โมเดลธุรกิจเพื่อสังคม/วิสาหกิจเพื่อสังคม”

ข้อเสนอเชิงนโยบายการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกร

วันที่ 24 ธันวาคม 2567 เวลา 09.00 – 12.00 น.

ณ ห้องประชุม AMBER 1 ชั้น 5 โรงแรมแกรนด์ ริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี



วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเสนอผลการศึกษาวิจัยสู่สภาธรรณะในประเด็นข้อเสนอเชิงนโยบายการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกรในการผลิตระบบอาหารที่ยั่งยืน
2. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และระดมความคิดเห็นร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งนักวิชาการ ผู้กำหนดนโยบาย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน เครือข่ายชาวนาและเกษตรกร เครือข่ายภาคประชาสังคมในประเด็น “โมเดลธุรกิจเพื่อสังคม/วิสาหกิจเพื่อสังคม” ข้อเสนอเชิงนโยบายการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกรในการผลิตระบบอาหารที่ยั่งยืน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อเสนอแนะแนวทางการผลักดันและขับเคลื่อนข้อเสนอเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกรอย่างยั่งยืน จากฐานความรู้ ข้อมูลข้อเท็จจริง จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งผู้กำหนดนโยบาย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องระดับปฏิบัติ หน่วยงานราชการ ชาวนาและเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของปัญหา ตลอดจนนักวิชาการและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2. สาธารณชนและสื่อมวลชนเข้าใจและสามารถสื่อสารข้อมูลผลการศึกษาและข้อเสนอเชิงนโยบายการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกรอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและตระหนักในปัญหาของชาวนาและเกษตรกรไทย นำสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ต่อไป

เวทีเสวนา

โมเดลธุรกิจเพื่อสังคม/วิสาหกิจเพื่อสังคม”

ข้อเสนอเชิงนโยบายการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกร

ช่วงที่หนึ่ง

การนำเสนอจากวิทยากร



ดำเนินรายการโดย : วิฑูรย์ ปัญญากุล เลขาธิการมูลนิธิสายใยแผ่นดิน



แนวคิดการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) คือต้นกำเนิดของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย โดยมี 3 เสาหลักที่เป็นพื้นฐานของความยั่งยืน คือ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การค้าที่เป็นธรรมเกิดขึ้นทั่วโลกมานานกว่า 60 ปี ความสำคัญของเกษตรกรอินทรีย์คนทั่วไปอาจเข้าใจว่าเป็นเรื่องอาหารปลอดภัย ซึ่งมุมมองนี้อาจไม่ถูกต้องนัก ที่จริงแล้วเกษตรกรอินทรีย์เป็นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม การค้าที่เป็นธรรมหรือวิสาหกิจชุมชนในบริบทบ้านเราเป็นเรื่องเศรษฐกิจและสังคม เมื่อพูดถึงวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม

บทเรียนผู้ประกอบการทางสังคมด้านทรัพยากรประมงพื้นบ้านและสัตว์น้ำอินทรีย์

โดย ดร.สุภาภรณ์ อนุชิราชีวะ บริษัทปลาออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม



บริษัทปลาออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม มีเป้าหมายในการสร้างโมเดลธุรกิจที่ค้ำประกันถึง 3 เสาหลัก คือ

1) ส่งเสริมให้เกิดวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านที่ยั่งยืน ในด้านอาชีพ มีรายได้ที่เหมาะสม มีกำไรในการเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างเหมาะสม มีสถานะทางสังคม

2) ส่งเสริมให้เกิดการใช้และจัดการทรัพยากรประมงชายฝั่งอย่างยั่งยืน มีวิธีการทำประมงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งแวดล้อมไม่ได้เน้นที่เกษตรกรอย่างเดียวแต่เน้นไปที่ผู้บริโภคหรือลูกค้าด้วย มีการสื่อสารไปยังผู้บริโภคไม่ควรบริโภคอาหารทะเลที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3) ส่งเสริมให้เกิดเส้นทางอาหารทะเลที่ปลอดภัย ปลอดภัยเคมี จับในแหล่งน้ำสะอาด และการค้าที่เป็นธรรมต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ผู้บริโภคได้สินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ผู้ผลิตได้ราคาที่สูงสอดคล้องกับต้นทุนและกำไรที่ควรได้

ปัจจุบันมีธุรกิจประมงพื้นบ้านอยู่จำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เน้นโมเดลธุรกิจเรื่องอาหารปลอดภัย ไม่ได้ค้ำประกันเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจุดมุ่งหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคมของเราจึงไม่เน้นเพียงอาหารทะเลที่สด อร่อย และปลอดภัยเท่านั้น แต่ควรครอบคลุมให้ครบมิติ 3 เสาหลักด้าน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม

โมเดลธุรกิจของร้านปลาออร์แกนิก

รูปแบบบริษัท บริษัทปลาออร์แกนิก จัดทะเบียนเป็นบริษัทในปี 2561 จัดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในปี 2562 รวมระยะเวลา 5 ปี

ผู้ถือหุ้น มากกว่า 90% เป็นชาวประมงพื้นบ้านสมาชิกเครือข่ายรักษ์ปลารักษ์ทะเล ซึ่งเป็นชาวประมงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโครงการในปี 2556-2561

รูปแบบธุรกิจ จำหน่ายอาหารทะเลออร์แกนิก ที่เป็นผลผลิตของสมาชิกชาวประมงพื้นบ้านในเครือข่ายเท่านั้น เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และมีการจับบันทึกขั้นตอนและกระบวนการผลิต จึงไม่รับซื้อผลผลิตจากคนนอกเครือข่าย

พันธมิตรธุรกิจ พี่น้องชาวประมงพื้นบ้านเครือข่ายรักษ์ปลารักษ์ทะเล มีจำนวน 6 กลุ่ม จากทะเลอันดามัน ทะเลอ่าวไทย และทะเลสาบสงขลา ในจังหวัด กระบี่ พังงา สตูล ปัตตานี เพชรบุรี พัทลุง พี่น้องชาวประมงพื้นบ้านมีทักษะ มีเครื่องมือจับปลา เรือ และอาชีพที่บริษัทไม่ต้องลงทุน ซึ่งถือว่าเป็นพันธมิตรที่พิเศษ คือ ลงทุนเกือบ 100% ของผลผลิตที่เราได้ การมีเครือข่ายที่หลากหลายกระจายตัวกันหลายจังหวัด ข้อดี คือ ทำให้มีผลผลิตสัตว์น้ำที่หลากหลาย สัตว์น้ำที่มีถิ่นเฉพาะพื้นที่ทะเลสาบ สัตว์น้ำที่มีตามฤดูกาลของแต่ละทะเลและชายฝั่ง ทะเลอ่าวไทย ทะเลอันดามัน

สินค้า จำหน่ายอาหารทะเลชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ปลา ปู กุ้ง กุ้ง ที่ผ่านการแปรรูป หั่นมาแล้วเพื่อให้ สอดคล้องกับตลาดผู้บริโภคในกรุงเทพฯ

ลูกค้า ผู้บริโภคทั่วไปที่คำนึงถึงสุขภาพ และผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม ที่ต้องการอาหารทะเล ออร์แกนิก

การตลาด การจัดจำหน่าย และการสื่อสาร ใช้ Social media ช่วยในการสื่อสารกับผู้ผลิต ต้อง แข่งขันกับเวลา การอัปเดตสถานการณ์ การสั่งสินค้า การประชุม ใช้ Social Media ในการประชาสัมพันธ์ การตลาด การสื่อสารกับลูกค้า และการจัดจำหน่าย และการให้ความรู้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ อีเมล ใช้บริการ ขนส่งออนไลน์ ได้แก่ ไลน์แมน Grab Lalamove การชำระเงินด้วยระบบออนไลน์และเงินสด

จุดแข็งของสินค้า มีพันธมิตรหุ้นส่วนชาวประมงพื้นบ้านที่เข้มแข็ง สินค้ามีความต้องการของตลาดสูง มีมูลค่าสูง มีช่องว่างของส่วนต่างมาก ทำให้มีช่องในการจัดการราคาได้ง่ายกว่าสินค้าชนิดอื่น เมื่อรับรองออร์แกนิก ทำให้สินค้าไม่มีคู่แข่ง การันตีคุณภาพ การจัดการ สะอาด ปลอดภัย สด ใหม่ สินค้าสดอายุสั้น จำหน่าย 2 วัน/สัปดาห์ ทำให้รายได้เข้ามาไว และด้วยการจัดการสูง ความสดของสินค้าเล่าเรื่องราวของตัวเอง

บทเรียนวิสาหกิจชุมชนสู่ธุรกิจเพื่อสังคมด้านข้าวอินทรีย์

โดย บุญมี สุระโคตร วิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง จ.ศรีสะเกษ



เกิดในครอบครัวเกษตรกรเห็นความยากลำบากของรุ่นพ่อรุ่นแม่ ปู่ย่าตายาย ต่อมาได้ศึกษาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและนำมาใช้ในชีวิตและอาชีพเกษตรกร ทดลองทำด้วยตัวเองก่อน 3 ปี ต่อมาเมื่อปี 2547 เลือกรับเกษตรกรอินทรีย์ ช่วงแรกยังไม่มีธงว่าจะมีทิศทางอย่างไร เพราะเกษตรกรอินทรีย์มีหลายมาตรฐาน ทั้งมาตรฐานในประเทศ และมาตรฐานต่างประเทศ

จุดเริ่มต้นของวิสาหกิจชุมชนบ้านอุ่มแสง เกิดขึ้นจากการรวมตัวของเกษตรกรที่มีแนวคิดอุดมการณ์เหมือนกัน คือ เกษตรกรอินทรีย์ จำนวน 74 คน ชุมชนราชสีไศล จ.ศรีสะเกษตั้งอยู่ในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ที่มีความแห้งแล้งและกันดาร ไม่มีระบบชลประทานในการทำเกษตร อย่างไรก็ตามเราต้องการพลิกวิกฤตมาเป็นโอกาส เพราะทุ่งกุลาร้องไห้ตั้งอยู่ในแหล่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) คือ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นจุดขาย จึงต้องการพัฒนาเรื่องข้าวอินทรีย์ และ ข้าว GI จากจุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันมีสมาชิกของกลุ่ม 600 กว่าครอบครัว ในอดีตเคยมีสมาชิกกลุ่ม 1,000 กว่าครอบครัว แต่สมาชิกหลุดจากระบบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ไม่สามารถผลิตข้าวเคมีคู่ขนานในแปลงอื่นได้

ธงของกลุ่ม คือ ผลิตข้าวสารขาย ไม่ขายข้าวเปลือก ถ้าขายข้าวเปลือกแน่นอนว่ารายได้ไม่เพียงพอในการดูแลสมาชิกกลุ่ม แต่จุดท้าทาย คือ ขายข้าวสารจะขายที่ไหน ขายอย่างไร

โดยมีวิสัยทัศน์และพันธกิจ คือ คือ เกษตรกรเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน ร่วมกันออกแบบและกำหนดทิศทางธุรกิจชุมชน น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเกษตรกรและผู้สนใจ บริหารโปร่งใส มีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรทุกฝ่าย ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต เป็นที่รวบรวมผลผลิตเกษตรอินทรีย์แปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม ต่อยอดเป็นเกษตรท่องเที่ยว

การเข้าสู่มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade)

ก่อนหน้านั้นกลุ่มฯ ขายข้าวสารภายใต้มาตรฐาน ข้าวปลอดภัย (GAP) ต่อมาในปี 2553 จากการเข้าร่วมงานไทยเฟล็ก (THAIFEX) ถือว่าเป็นการเปิดโลกทัศน์ใหม่ ได้รู้จักมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานการค้าที่เป็นธรรม Fair Trade หลังศึกษาข้อมูลเกือบ 3 เดือน ทางกลุ่มฯ จึงยื่นขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล ได้แก่ IFOAM แฟร์เทรด (Fair Trade) USDA ไปพร้อมกัน ซึ่งหัวใจของมาตรฐานการค้าที่เป็นธรรม คือ การพัฒนาเกษตรกรอย่างยั่งยืน สร้างองค์กรให้เกิดความยั่งยืน คำนึงถึงหลักประชาธิปไตย การมีส่วนร่วม การพึ่งพาตัวเองของเกษตรกร คำนึงถึงการพัฒนาเชิงระบบและองค์รวม มองเรื่องสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นทางที่มีความสำคัญ หากคุณทำเกษตรโดยไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ในอนาคตจะมีผลกระทบต่างๆ ตามมามากมาย รวมถึงความเป็นธรรมทางสังคม

ทางกระทรวงพาณิชย์ได้มีถอดบทเรียนกลุ่มฯ และพัฒนาเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ “เกษตรอินทรีย์เพื่อการส่งออก” มีเนื้อหา 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ประวัติความเป็นมา 2) แนวคิดเกษตรอินทรีย์กับการปลูกข้าว 3) การบริหารจัดการการปลูกและการคำนวณต้นทุน 4) รูปแบบวิสาหกิจชุมชนและการบริหารจัดการ 5) การตลาดเพื่อการส่งออกข้าวอินทรีย์และความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศ 6) มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ 7) ธุรกิจต่อยอดสร้างรายได้ การแปรรูปข้าวและเกษตรท่องเที่ยว

กฎการผลิตพีชอินทรีย์และระบบการควบคุมภายใน แต่ละมาตรฐานจะมีระยะเวลาการปรับเปลี่ยนที่ต่างกันไป วัตถุประสงค์ในการรับรอง โดยทั่วไปจะเห็นเป็นระยะเวลาตั้งแต่การใช้สารต้องห้ามครั้งสุดท้ายจนถึงการเพาะปลูก/เก็บเกี่ยว มีระบบควบคุมภายใน รูปแบบการรับรองแบบกลุ่ม ที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นเพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐาน หัวใจคือการสร้างผู้ตรวจสอบที่มีความเข้มแข็ง ปัจจุบันมีเจ้าหน้าที่ของกลุ่มจำนวน 30 กว่าคน รับผิดชอบประจำ สิ่งที่เราได้ คือ ได้คนรุ่นใหม่ที่กำลังมาสานงานต่อจากคนรุ่นเก่า หากคนรุ่นเก่าทำดีแล้วไม่มีคนมาทดแทน เป็นเรื่องยากที่กลุ่มจะไปต่อได้อย่างเข้มแข็ง กลุ่มจึงให้ความสำคัญในการถ่ายทอดให้คนรุ่นใหม่เข้ามาต่อยอดประสบการณ์จากคนรุ่นเก่า

มีการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีขั้นตอนและระบบการจัดการ ดังนี้ การตรวจรับสินค้า ตรวจสอบรายชื่อผู้ส่งสินค้าตามทะเบียน ตรวจสอบคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานการรับเข้า จัดเก็บข้าวเปลือก กระบวนการสีแปรรูป สินค้า การจัดเก็บสินค้า การจัดส่งสินค้า

แนวทางการบริหารจัดการองค์กร ก่อตั้งกลุ่มได้ศึกษาแนวทางการจัดการหลายรูปแบบ ทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และภาคเอกชน จุดแข็ง จุดอ่อน จึงมาออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทตนเอง ทำอย่างไรให้ชุมชนเข้าใจ ทำอย่างไรให้ชุมชนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและเป็นของเขา การบริหารจัดการองค์กรจะยึดหลักความโปร่งใส เนื่องจากกลุ่มมีสมาชิกเกษตรกรจำนวนมาก และไม่ได้ดูแลเฉพาะในชุมชน เราทำงานขับเคลื่อนระดับเครือข่ายเกษตรกรประมาณ 5-7 จังหวัด มีการเกื้อกูลกัน แลกเปลี่ยนตลาดกัน แลกเปลี่ยนการตรวจรับรองมาตรฐาน ICS แบบไขว้ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการพัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนภาคการเกษตรร่วมกัน สุดท้ายเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็ง

บทบาทการส่งเสริมความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน

โดย รพีรัตน์ ราชเพ็ชร ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



ธ.ก.ส. เป็นมากกว่าสถาบันสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท ตั้งขึ้นเมื่อ 2509 ในยุคนั้นปัญหานั้นนอกระบบที่เป็นสาเหตุให้เกษตรกรไทยยากจน เกษตรกรไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อในระบบได้ จึงต้องไปขายฝากและจำนองที่ดินกับนายทุน ในทศวรรษแรก ธ.ก.ส. บุกเบิกสินเชื่อเกษตรกร มุ่งลดบทบาทเงินกู้้นอกระบบ เกิดนวัตกรรมการเงินใช้ระบบสินเชื่อการค้าประกันกลุ่ม เพื่อนำเงินมาขับเคลื่อนและทำการเกษตร ทศวรรษที่สองพัฒนาสินเชื่อแบบบูรณาการและบริการอื่น ๆ ร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน พัฒนาการเกษตรแบบครบวงจร เชื่อมโยงการตลาด จัดตั้งตลาดกลางพืชผลการเกษตร/รับจำนำข้าวเปลือก ทศวรรษที่สาม ขยายการให้สินเชื่อแบบโครงการและจัดตั้งสถาบันเกษตรกร ขยายการให้บริการแก่เกษตรกรรายย่อยและยากจนในรูปแบบโครงการ จัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.

ทศวรรษที่สี่ เป็นยุคการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ซึ่งยุคนี้จะเรียกว่ายุคทองสบู่แตกหรือต้มยำกุ้ง ปี 2540 ภาคการเงินของประเทศไทยแทบจะล้มละลาย ปี 2548 เราจึงนำปณิธานทางเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท ธ.ก.ส. มองเห็นว่าถ้าลูกค้าเราจะเข้มแข็งได้ชุมชนและสังคมเกษตรต้องเข้มแข็งด้วย มีการพัฒนาชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงลูกค้าเกษตรกร สนับสนุนความรู้และสินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพ ตามพรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ปี 2552 ขยายสินเชื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันก้าวสู่ทศวรรษที่หก มุ่งสู่การเป็นธนาคารเพื่อพัฒนาชนบทและภาคเกษตรครบวงจร ลูกค้าวิสาหกิจชุมชน ลูกค้าสหกรณ์ ถือเป็นลูกค้าสำคัญในการขับเคลื่อนและเชื่อมโยงภาคการผลิต ภาคการแปรรูป และภาคการตลาดกับเกษตรกรไทย ธ.ก.ส. วางแนวทางในการเป็นธนาคารพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน ด้านหนึ่ง คือ เป้าหมายยกระดับธนาคารสู่ความยั่งยืน ได้พัฒนาระบบสินเชื่อและพัฒนาภาคการเกษตรให้ก้าวไปด้วยกัน ด้านหนึ่ง คือ พัฒนาชนบทไทยอย่างยั่งยืน ได้พัฒนาลูกค้า ธ.ก.ส. ปัจจุบันมีลูกค้าเกษตรกร 4.5 ล้านราย ลูกค้าเกษตรกร Smart Farmer 2 แสนราย ลูกค้า SME หัวขบวน 2 แสนราย ลูกค้าวิสาหกิจชุมชน 9,000 ราย

ขอบเขตคำว่าชุมชนของ ธ.ก.ส. คือ ชุมชนที่มีลูกค้า ธ.ก.ส. อย่างน้อย 50% ดังนั้นภาคเมืองอาจไม่รู้จัก ธ.ก.ส. แต่ภาคชนบทคือเครือข่ายสำคัญในการขับเคลื่อนของ ธ.ก.ส. ปัจจุบันมีชุมชนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ทั้งสิ้น 7,927 ชุมชน เฉลี่ยตำบลละ 1 ชุมชน มีการพัฒนาชุมชนและดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมในรูปแบบชุมชนธนาคารต้นไม้ 8,664 ชุมชน สนับสนุนการนำต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมาใช้ด้านการท่องเที่ยว มีชุมชนท่องเที่ยว 97 ชุมชน มีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวประมาณ 200 เครือข่าย ยกกระดับชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงสู่ชุมชนอุดมสุข ตามมาตรฐาน SDG จำนวน 181 ชุมชน

แนวทางในการขับเคลื่อนการทำงาน ธ.ก.ส. 7 ด้าน คือ ด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านยุทธศาสตร์องค์กร ด้านบริหารองค์กร ด้านธุรกิจ ด้านพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านบริหารหนี้ ด้านบริหารสาขา มีสาขาอยู่ 972 แห่ง มีหัวหน้าหน่วยอำเภอซึ่งมีหน้าที่และบทบาทในการพัฒนาลูกค้าทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม

แนวทางการขับเคลื่อน แกนกลางการเกษตร (Essense of Agriculture) ได้แก่ 1. Funding สนับสนุนเงินทุนเพื่อการเกษตร สินเชื่อเพื่อความยั่งยืน ดอกเบี้ยพิเศษ ได้แก่ สินเชื่อรองรับ BCG Model สินเชื่อรองรับธุรกิจชุมชนสร้างไทย มีเงื่อนไขการแบ่งปันผลกำไรสู่สวัสดิการสังคม สินเชื่อวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ 2. Technology สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี เช่น BAC Mobile ความรู้ภาคการเกษตร พัฒนาสู่ Smart Farmer การยกระดับวิสาหกิจชุมชนสู่การเกษตรมูลค่าสูง 3. Knowledge & Marketing พัฒนาตลาดและองค์ความรู้ ด้านความรู้ทางการเงินและดิจิทัล ด้านตลาดออฟไลน์หน้าสาขา ธ.ก.ส. ยอดขายของร้านค้าที่เป็นลูกค้า ธ.ก.ส.หน้าสำนักงานใหญ่ บางเขน ทุกวันสิ้นเดือนเฉลี่ยประมาณ 2 ล้านบาทต่อเดือน โดยหมุนเวียนร้านค้ามาขาย สำหรับตลาดออนไลน์ ได้รวบรวมลูกค้าที่ได้มาตรฐานมาขึ้นทะเบียนผ่านช่องทางเว็บไซต์ BAC Farmer Market 4. Value Added ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น การขึ้นทะเบียนสินค้าที่มีมาตรฐาน A Product และสินค้าที่สามารถยกระดับบรรจุภัณฑ์ใหม่ได้ “เกษตรติดแกลม” ซึ่งเป็นบทบาทที่ ธ.ก.ส. กำลังขับเคลื่อนต่อไปในอนาคต

บทเรียนการยกระดับผู้ประกอบการเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรเป็นโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

โดย วัชรารณม์ ชันธจิระวัฒน์ บริษัท ดี มี สุข (ไม่) จำกัด ธุรกิจเพื่อสังคม



เกิดที่จังหวัดนราธิวาส มีประสบการณ์สถาบันการเงินมากกว่า 20 ปี ลาออกจากราชการในปี 2559 เริ่มมองหาโมเดลธุรกิจที่อยากทำ ซึ่งแนวทางของเด็กจบใหม่ส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจ Start Up หรือ SME จนได้ศึกษาโมเดล SE หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม จึงเลือกจดทะเบียนเป็นบริษัท ดี มี สุข (ไม่) จำกัด ในปี 2560 แนวคิดธุรกิจ คือ ออกแบบความสุขไม่จำกัด ไม่มีออฟฟิศ ไม่มีเวลาทำงานแบบทั่วไป มีแรงก็ทำ ไม่มีวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ทำงานไปเรื่อย ๆ ตามเป้าหมายที่เราวางไว้ มีความคิดว่า ธุรกิจเพื่อสังคม จะช่วยตอบโจทย์สำหรับคน

รุ่นใหม่ที่ยากกลับบ้าน แต่ไม่รู้แนวทาง โดยมีเป้าหมายความยั่งยืน 3 อย่าง คือ ต่อเนื่อง สืบทอด ยาวนาน
กิจการเพื่อแก้ปัญหาสังคม 3 เรื่อง คือ ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม

ความแตกต่างระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชน NGO คือ มองเป้าหมายการแก้ปัญหาสังคมเป็นหลัก แต่
ไม่มีความยั่งยืนทางการเงิน มีรายรับจากการบริจาค ฝั่งธุรกิจ จะมองเรื่องกำไรสูงสุดเป็นหลัก มีการบริหาร
จัดการที่ดี แต่ธุรกิจเพื่อสังคมจะอยู่ตรงกลาง มองเป้าหมายที่การเกื้อกูลและแบ่งปัน เป็นองค์กรที่มีตัวตน มี
จุดยืน และดำเนินการเพื่อเป้าหมาย เพื่อแก้ปัญหาทางสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยมีการวัดผลและ
สื่อสารผลลัพธ์ทางสังคม บริหารจัดการรูปแบบธุรกิจ ไม่ได้แสวงหากำไรสูงสุด สร้างรายได้จากการขายสินค้า
และบริการ บริหารอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล

อย่างไรก็ตามกฎหมาย พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ยังไม่ค่อยเอื้อในการส่งเสริมและ
สนับสนุนการยกระดับวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เข้าสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social
Enterprise) เท่าที่ควร มองว่าวิสาหกิจชุมชนอาจจะตอบโจทย์คนรุ่นเก่า ในขณะที่วิสาหกิจเพื่อสังคมอาจจะ
ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ทีกลับบ้านมากกว่า

เส้นทางธุรกิจ ดี มี สุข

ปี 2561 เราได้มีโอกาสทำงานกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
ภายใต้โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคม พัฒนาโครงการหมู่บ้านนวัตกรรมแก้จน แนวทางของบริษัท
ดี มี สุข คือ องค์กรพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม ที่มุ่งออกแบบนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาชุมชน สังคม และ
สิ่งแวดล้อม

ปี 2562 เริ่มต้นดำเนินธุรกิจอย่างเป็นทางการ เมื่อมีความรู้ มีบุคลากร มีเงินทุน บางส่วนหันกับ
ชุมชน พัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกับชุมชน ชุมชนแบ่งรายได้กลับมาให้เรา นำรายได้มาหมุนเวียนและ
ลงทุนต่อ

ปี 2563 ปัญหาช่องทางตลาดออฟไลน์ตามอีเวนท์ในห้างใหญ่ ๆ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โค
วิด จึงเพิ่มทุนเพื่อให้มีเงินหมุนเวียนรองรับสถานการณ์โควิด ปี

2564 มองหาการเติบโตพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ ทำงานกับบริษัทหลักทรัพย์บัวหลวง มีโจทย์ให้เราไปอยู่
ในหมู่บ้าน 3 ปี ลงเยี่ยมชุมชน 300 ครั้วเรือนเพื่อดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน การทำงานกับกลุ่มกระหังแดง
การตลาดชุดของขวัญปีใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชน

บทเรียนประสบการณ์ทำงาน 3 ปีแรก พบว่า การทำงานร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับชุมชนคนตัวเล็กเป็น
สิ่งที่ยากลำบากมากในประเทศไทย พบว่า SME Start Up SE รายเล็ก ๆ รอดและเติบโตไม่กี่ราย ส่วนที่รอด

ได้ไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องใช้ศักยภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากเส้นทางการเติบโตระหว่างคนตัวเล็กและคนตัวใหญ่ไม่เหมือนกัน คนตัวใหญ่ใช้ทุนในการยกระดับ คนตัวเล็กใช้คน ใช้ใจมากๆ ในการยกระดับธุรกิจ สรุปได้ว่าปัจจัยด้านการพัฒนาคนเป็นสิ่งสำคัญมากในการเติบโตของรายเล็ก

ปี 2566 จึงปรับโมเดลธุรกิจ แดกและลงทุนธุรกิจใหม่ ขยายผลเป้าหมายเป้าหมายการพัฒนาคน ภายใต้บริษัท เรียนรู้และพัฒนาชุมชน จำกัด ทำงานกับองค์กรพัฒนาเอกชนในการพัฒนาคนในโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ บริษัท ปลูกพลัง ธุรกิจเพื่อสังคม จำกัด ในการพัฒนาศักยภาพผู้พิการ ทำงานกับคณะธุรกิจเพื่อสังคม มศว. บริษัท ดี มี สุข ฟินท์ จำกัด ทำงานกับสำนักงานกฎหมายแห่งหนึ่งเพื่อแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือน

เรามองเห็นว่าเกษตรกรมีปัญหาผลผลิตตกต่ำ ต้นทุนการผลิตสูง เป็นเกษตรอุตสาหกรรม มีหนี้สิน การเกษตรสูง โดยเป้าหมายของเรา คือ กลุ่ม วิสาหกิจชุมชน ภายใต้การส่งเสริมของรัฐ ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร 1.2 แสนราย มีศักยภาพและอยู่รอดเพียง 10% ที่เหลือเป็นกิจกรรมการพัฒนาของรัฐ เป็นกิจกรรมการพัฒนาเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ ขาดความพร้อมและเป็นหนี้จากกระบวนการพัฒนาและส่งเสริม

เนื่องจากเรามีศักยภาพการทำงานกับชุมชนไม่เกิน 10 ชุมชนต่อปี โดยมีเกณฑ์การประเมินคัดเลือกชุมชนจาก 1. ผู้นำเสียสละ มีวิสัยทัศน์ 2. มีกระบวนการมีส่วนร่วมที่ชัดเจน มีโครงสร้างองค์กรชัดเจน 3. ชุมชนนั้นต้องมีอัตลักษณ์

สำหรับปัญหาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มี 4 เรื่องหลัก คือ การมีส่วนร่วม การพัฒนาต่อเนื่อง เงินลงทุน และการตลาด ดังนั้นกิจกรรมการพัฒนาชุมชนจึงมุ่งเน้น “ทำได้ ขายเป็น”

เครื่องมือในการพัฒนา บริษัทได้มีการออกแบบเครื่องมือพัฒนาธุรกิจให้กับชุมชน ระยะ 3 ปี จำนวน 5 เครื่องมือ ได้แก่ Develop พัฒนาที่ต่อเนื่อง Branding แปรนด์ชุมชนยั่งยืน Marketing ตลาดเฉพาะชุมชน กลุ่มเป้าหมาย Technology เทคโนโลยีชุมชน Finance บัญชีและการเงินชุมชน

รูปแบบการตลาดและการแบ่งปันรายได้ การตลาด ตลาดออฟไลน์ และตลาดออนไลน์ 3 รูปแบบ 1. Co-Development ร่วมลงทุนกับชุมชน แบ่งปันรายได้ 25% ของกำไร 2. Co-Brand Management สร้างแบรนด์ชุมชนร่วมกัน แบ่งรายได้ 25-35% ของกำไร 3. Marketing Channel ช่องทางตลาดสินค้าชุมชน 25-40% ของยอดขาย

สินค้า การสร้างคุณค่าผ่านสินค้าชุมชน ยึดหลัก 3 มิติ คุณค่าด้านสังคม (Social) คุณค่าด้านจิตใจ (Emotional) คุณค่าด้านประโยชน์พื้นฐาน (Functional)

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น 4 ปีในการดำเนินงาน เราได้ร่วมทำงานกับชุมชน 29 จังหวัด 6 ภาค สร้างแบรนด์ชุมชน 20 แบรินด์ เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชน 75 รายการ เกิดผลลัพธ์ทางสังคมด้านการสร้างอาชีพและรายได้ 30 ชุมชน สมาชิก 350 ราย การกระจายรายได้คืนสู่ชุมชน 27 ล้านบาท สมาชิก 3,000 ราย โดยมีเป้าหมายมุ่งพัฒนาองค์กรเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ความเข้าใจการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
2. ยกกระดับวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ สู่วิสาหกิจเพื่อสังคม
3. ยกกระดับ CSR, CSV สู่ SE ในองค์กรขนาดใหญ่
4. สร้างกลไกหรือแรงจูงใจสนับสนุนจากรัฐ องค์กรขนาดใหญ่ความร่วมมือ SE เพื่อสร้างความเข้มแข็งใน SE อย่างยั่งยืน
5. กำกับ SE เชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ
6. วางโครงสร้าง SE ให้เป็นระบบ ระดับประเทศ เพื่อการแข่งขัน

บทเรียนการยกระดับความเข้มแข็งกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนในการผลิตระบบอาหารที่ยั่งยืน

โดย เพ็ญนภา หงษ์ทอง นักวิชาการอิสระ



โจทย์ที่ได้รับจากมูลนิธิชีวิตไท ศึกษาเกษตรกรที่มีการรวมตัวค่อนข้างเข้มแข็งในพื้นที่ปฏิบัติงานในจ.ชัยนาท และจ.สุพรรณบุรี ว่ากลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรูปแบบการรวมตัวและแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มให้เข้มแข็งอย่างไร ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบท สภาพการณ์ และวิธีการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรในการผลิตระบบอาหารปลอดภัย/อินทรีย์ในปัจจุบัน 2) เพื่อวิเคราะห์สาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการกลุ่ม

เกษตรกรในการผลิตระบบอาหารปลอดภัย/อินทรีย์สู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน 3) แนวทางพัฒนาศักยภาพและข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความเข้มแข็งการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรในการผลิตระบบอาหารที่ยั่งยืนสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแบบบูรณาการ โดยมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อนำความรู้และแนวทางการบริหารจัดการมาใช้แลกเปลี่ยนและขยายผลสู่เกษตรกรกลุ่มอื่น

กลุ่มเกษตรกรที่มูลนิธิฯ คัดเลือกมาเพื่อเป็นต้นแบบสำหรับการถอดบทเรียนจะเป็นกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีและชัยนาท ซึ่งเป็นพื้นที่ทำงานของมูลนิธิชีวิตไท และเป็นกลุ่มที่ดำเนินการมาไม่น้อยกว่า 5 ปี มีผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกร 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มบ้านมุ้งผักเกษตรกรอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว

กลุ่มบ้านมุ้งผักเกษตรกรอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว เป็นการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ กล่าวคือ ไม่มีการจดทะเบียนเป็นกลุ่มเกษตรกรไม่ว่าจะในรูปแบบใดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากความพยายามรวมตัวกัน หากแต่เกิดขึ้นเพราะมีผู้นำที่เป็นต้นแบบในชุมชน แล้วมีเกษตรกรในชุมชนสนใจขอเข้ามาร่วมกลุ่ม ผู้นำกลุ่มคือ ชรินทร์ ยิ้มศรี แม้จะไม่ได้จดทะเบียนกลุ่มเกษตรกร แต่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานอื่นให้กับกลุ่ม ปรัชญากลุ่มคือ “รวมตัวกันเพื่อให้เกษตรกรเข้มแข็ง ไม่ใช่ให้กลุ่มเติบโต”

ระบบการผลิต ข้าว แบ่งพื้นที่ปลูกข้าวเพื่อกินและปลูก ข้าวเพื่อขาย โดยพื้นที่ปลูกข้าวเพื่อกินจะปลูกแบบอินทรีย์ พื้นที่ปลูกข้าวเพื่อขายจะปลูกแบบเคมี การแบ่งพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์เพื่อกินเพื่อลดรายจ่าย และเพื่อให้ครอบครัวได้ บริโภคข้าวที่ปลอดภัยส่วนที่ต้องปลูกข้าวเคมีเพื่อขาย เพราะต้นทุนการผลิตสูงกว่า **ผักอินทรีย์** ปลูกผักอินทรีย์ โดยมุ่งเน้นให้ได้ผลผลิตที่มีตลาดเฉพาะเพื่อให้ได้รายได้ สูงที่สุด ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน Organic Thailand มีบริษัทเอกชน N&P เป็นตลาด พี่ชสมุนไพรร ปลูกพี่ชสมุนไพรร เน้นที่ฟ้าทะลายโจร เพราะมีตลาด รพ. สรรคบุรีรองรับ ได้มาตรฐานกรมวิชาการเกษตร

นโยบายและการบริหารจัดการกลุ่ม

- พึ่งตนเองให้ได้ ต้องปลูกข้าวเพื่อกิน และเพื่อขาย แบ่งพื้นที่ปลูกผักและพี่ชสมุนไพรร
- พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน ผัก: organic Thailand // สมุนไพรร : มกษ. กรมวิชาการเกษตร
- ไม่เก็บค่าสมาชิก ค่าแรกเข้า รวมถึงไม่หักเปอร์เซ็นต์ ไม่มีเงินกองกลางของกลุ่ม
- สมาชิกต้องไม่กู้หนี้
- สมาชิกต้องปฏิบัติตามแนวทางที่ประธานกลุ่มกำหนด
- ต้องขายผลผลิตให้ตลาดที่กลุ่มกำหนดก่อน ที่เหลือสามารถหาตลาดส่วนตัวได้

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตพันธุ์พืชบ้านวัดพระแก้ว

เริ่มจากการตั้งกลุ่มศูนย์ข้าวชุมชน เพื่อปลูกเมล็ดพันธุ์ข้าวเจ้าส่งขายให้กรมการข้าว จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ปี 2560 ทั้ง 2 กลุ่มมีประธานคนเดียวกัน คือ บุญฤทธิ์ หอมจันทร์ คณะกรรมการคนละชุดบริหารจัดการแยกส่วนกัน กลุ่มวิสาหกิจเน้นปลูกผักขาย

ระบบการผลิต ผลิตผักปลอดภัย ใช้สารเคมีได้ มีระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่ปลอดภัย ได้มาตรฐาน GMP

ปัจจุบันมีเงินกองทุนกลุ่มในรูปเงินสดประมาณ 5 หมื่นบาท และสินทรัพย์รวมประมาณ 2 ล้านบาท

จุดแข็ง : มีประธานเก่ง กลุ่มมีสมาชิกรุ่นใหม่ไฟแรง ต้องการทำการเกษตรให้ประสบความสำเร็จ หลายคนมีความรู้ผ่านการศึกษาในระบบ ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทสยามคูโบต้าอย่างต่อเนื่อง

ตลาด 1. มีบริษัทรับผักจากกลุ่มไปบรรจุใหม่เป็นแบรนด์ตนเอง ส่งขายยุโรป เน้นผลผลิตสวย ขนาดได้มาตรฐาน 2. ร้านลาบเปิด ร้านอาหารชื่อดังในตัวเมืองชัยนาท 3.ห้างแมคโคร ตลาดใหม่เพิ่งเปิดในตัวเมืองชัยนาท ปัจจุบันส่งให้บริษัทลูกของแมคโครไปบรรจุใหม่ อนาคตจะส่งวางขายในแมคโครในชื่อกลุ่มเอง โดยปัจจุบันกำลังมีโครงการก่อสร้างโรงคัดแยกตัดแต่งผลผลิต

นโยบายการผลิต 1. มีคณะกรรมการผัก ทำหน้าที่วางแผนการผลิตผักให้สมาชิก ส่งข้อมูลทางไลน์ เมื่อได้รับแผนการผลิตต้องทำตาม เพื่อให้มีผลผลิตเพียงพอ 2. มีการกำหนดราคาขายร่วมกันระหว่างกลุ่มกับผู้รับซื้อโดยอ้างอิงราคาปัจจุบัน

นโยบายและการบริหารจัดการกลุ่ม

1. สมาชิกต้องซื้อหุ้นของกลุ่ม หุ้นละ 100 บาท ครอบครัวยุคใหม่ไม่เกิน 5 หุ้น
2. ก่อนเป็นสมาชิกต้องเข้ามาสังเกตและทำงานร่วมกับกลุ่มก่อน 3 ปี เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถปฏิบัติตามกติกาได้
3. มีการประชุมสมาชิกประจำปี ปีละ 2 ครั้ง สมาชิกต้องเข้าร่วมทุกครั้ง
4. กรรมการบริหารกลุ่มมี 7 คน ทุกคนต้องเข้าร่วมประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ขาดได้ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี
5. ให้ความสำคัญกับกิจกรรมกลุ่ม โดยเฉพาะกิจกรรมต่อยอดความรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยี สมาชิกต้องเข้าร่วมทุกครั้ง
6. สมาชิกสามารถกู้ปัจจัยการผลิตจากกลุ่มและชำระคืนเป็นเงินสด

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์อำเภออุทอง

กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ในเขตอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรีที่เกาะกลุ่มกันมาตั้งแต่ พ.ศ. 2547 เพื่อฟื้นฟูอาชีพเกษตรกรและชวนกันลด ละ เลิกนาเคมีอย่างเด็ดขาดเมื่อ พ.ศ. 2549 โดยเริ่มจากปลูกข้าวอินทรีย์พันธุ์หอมปทุม ก่อนจะพัฒนามาสู่ข้าวหอมนิล ข้าวหอมมะลิแดง ข้าวหอมมะลิ 105 ข้าวเหนียวดำ ฯลฯ ต่อยอดมาสู่ผักอินทรีย์ และนับเป็นหนึ่งในกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์กลุ่มแรก ๆ ของไทย ในช่วงแรกเป็นการเกาะกลุ่มกันอย่างหลวม ๆ ไม่เป็นทางการ ก่อนจะมาตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการและใช้ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์อำเภออุทอง ในปี 2560 เน้นผลิตผักอินทรีย์ และแปรรูปผลผลิต มีกนกพร ดิษฐภคระจันทร์ เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกประมาณ 20 คน

นโยบายและการบริหารจัดการกลุ่ม

1. เน้นสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรอินทรีย์ ไม่เน้นการสร้างกลุ่มให้ใหญ่โต เน้นการพัฒนาคุณภาพของกลุ่ม
2. ขายผลผลิตเองในตลาดสีเขียว ไม่มีผู้รับซื้อรายใหญ่
3. การรับความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอก ต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม
4. มีคณะกรรมการบริหาร 7 คน ตั้งขึ้นตามข้อกำหนดของการตั้งวิสาหกิจชุมชน ในทางปฏิบัติจริงทุกคนช่วยกันทำทุกอย่าง ตามความถนัดของตน เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายตรวจแปลง
5. ทุกคนมีสิทธิและเสียงเท่ากันในการแสดงความเห็น มีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง

การจัดการผลผลิต การรับซื้อผลผลิตจากสมาชิก จะมีราคาประกันให้สมาชิก ในราคาที่ยังตลาด เช่น ผักใบกลุ่มจะรับ ซื้อราคา กิโลกรัมละ 40 บาท ตลอดทั้งปี หลังจากนั้นกลุ่มจะมีการจ้างคนแพ็คผักตามที่ถูกค้าหรือตลาดต้องการ ซึ่งแรงงานที่รับจ้างแพ็คผักจะเป็นแรงงานในชุมชน เพื่อกระจายรายได้ บางครั้ง ก็อาจเป็นแรงงานที่เป็นลูกหลานหรือสมาชิกในครอบครัวของเกษตรกรสมาชิกของกลุ่มเอง หลังจากนั้นผักจะถูกส่งขายให้กับลูกค้าในราคาที่เหมาะสมกว่าผลผลิตที่ซื้อโดยตรงกับเกษตรกร ค่าแพ็คและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว และมีการกำไรเพิ่มเข้าซึ่งกำไรหรือเงินส่วนต่างที่เกิดขึ้น จะเป็นเงินของกลุ่ม ที่จะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของกลุ่มต่อไป

การจัดการการเงิน กลุ่มไม่มีการเก็บค่าแรกเข้าสมาชิก หรือการขายหุ้นให้กับสมาชิก แต่มีการหาเงินเข้ากลุ่มด้วยการเก็บค่าบริการสมาชิกที่มาใช้บริการจากวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นของกลุ่ม เช่น การใช้เครื่องบดแป้งสำหรับทำเส้นขนมจีน เงินส่วนนี้จะถูกนำไปใช้สำหรับค่าบำรุงรักษา ค่าซ่อมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เป็นของกลุ่ม รวมถึงจัดสรรเงินส่วนหนึ่งเป็นค่าไฟฟ้า

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน

เป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ในเขตอำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี เช่นเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์อำเภออุทุมพร แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืนผลิตผัก เพื่อส่งให้กับร้านเลมอนฟาร์มเป็นหลัก ผลผลิตของกลุ่มมีทั้งข้าวและผักอินทรีย์ ส่วนใหญ่เป็นผักใบ ได้แก่ คะน้า กวางตุ้ง ขึ้นฉ่าย ผักชีหอมแดง โหระพา สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีที่ดินทำกินไม่กี่ไร่ เกษตรกรที่มีบทบาทในการผลิตผลผลิตกับกลุ่มที่มีพื้นที่น้อยสุดมีเพียง 1 งาน ทำอาชีพเกษตรเป็นอาชีพเสริม แต่สามารถผลิตผักส่งเข้ากลุ่มได้ต่อเนื่องสร้างรายได้ให้ครอบครัวได้ มีปัญหา ไร่นาครวญ เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกประมาณ 100 คน ทั้งเกษตรกรและไม่ใช่เกษตรกร สมาชิกที่ขับเคลื่อนกลุ่มจริง ประมาณ 20 คน

การบริหารจัดการกลุ่ม

1. สมาชิกที่ปลูกผักอินทรีย์ขายต้องเข้าร่วมประชุมกลุ่มทุกเดือน 1 ปีขาดได้ไม่เกิน 3 ครั้ง
2. ปลูกผักอินทรีย์ใช้มาตรฐาน PGS มีการจัดทีมตรวจแปลงสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ บางครั้ง Lemon Farm ร่วมออกตรวจด้วย
3. กติกากลุ่มเกิดจากการเสนอของสมาชิก และมีมติที่ประชุมรับรอง
4. สมาชิกทุกคนมีแฟ้มประจำตัว ระบุรายละเอียดทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม การผลิตของตนเอง รวมถึงบัญชีเงินกู้ยืม มีนายทะเบียนดูแลแฟ้มสมาชิกเป็นการเฉพาะ
5. มีกรรมการบริหารกลุ่ม 7 คน ตามข้อกำหนดวิสาหกิจชุมชน
6. มีการสร้างเครือข่ายกับเกษตรกรกลุ่มอื่น

การจัดการผลผลิตและการเงิน

1. เกษตรกรในกลุ่มต้องช่วยกันผลิตผักเพื่อส่งขายให้กับเลมอนฟาร์มทุกวันศุกร์ ยอดรวมรอบละไม่ต่ำกว่า 100 กก. บรรจุงดุงติดตราสัญลักษณ์กลุ่ม
2. เก็บค่าสมาชิกแรกเข้าคนละ 20 บาท และสมาชิกทุกคนต้องซื้อหุ้นกลุ่ม หุ้นละ 100 บาท สูงสุด 500 หุ้น (50,000 บาท)
3. บัญชีธนาคารกลุ่มลงนามโดยกรรมการ 3 คน ยอดเงินปัจจุบันประมาณ 1 แสนบาท มีข้าราชการครูเกษียณเป็นเหรัญญิกและดูแลบัญชี
4. การส่งผักขายไม่มีการหักเปอร์เซ็นต์ การส่งข้าวกลุ่มจะหักเงินเข้ากลุ่ม กก.ละ 1 บาท ตลาดรับซื้อหลัก คือ เลมอนฟาร์มและซองเดอร์
5. เงินกลุ่มถูกใช้ในการทำกิจกรรม เน้นการอบรมดูงาน ต่อยอดความรู้

ความท้าทายต่อกลุ่มเกษตรกรในการบริหารจัดการกลุ่ม

1. แกนนำกลุ่มมีความเข้มแข็ง แต่ส่วนใหญ่ขับเคลื่อนกลุ่มโดยแกนนำกลุ่มคนเดียว ระยะยาวหากไม่มีการสร้างแกนนำรุ่นหลังอาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่ม
2. ระบบการผลิตในเกษตรยั่งยืนยังคงอิงกับตลาดที่มีความเฉพาะสูง หากไม่สามารถขยายตลาดหรือสร้างตลาดที่ยอมรับให้เกษตรกรสามารถสร้างอำนาจต่อรองได้ ความเข้มแข็งของกลุ่มก็อาจชะงัก
3. การทำเอกสารและบัญชีให้มีมาตรฐาน
4. สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทำอย่างไรจึงจะขยายมาสู่คนรุ่นใหม่

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีของหน่วยงานรัฐ รวมถึงการสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ ควรต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม
2. การสนับสนุนการตั้งกลุ่มเกษตรกรควรเกิดจากความต้องการของเกษตรกร ไม่ควรบังคับหรือจัดตั้งจากภาครัฐ
3. การสนับสนุนในรูปแบบเงินกู้ ควรเป็นไปเพื่อการสนับสนุนการผลิตที่แท้จริง และมีมาตรการใช้คืนที่เอื้อให้เกษตรกรชำระคืนได้ ไม่ควรมุ่งเน้นโครงการกู้ของเกษตรกรเพื่อบรรลุผลทางใดทางหนึ่งของธนาคารหรือของหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มเกษตรกร

1. การรวมกลุ่มควรเริ่มจากเกษตรกรที่มีความต้องการหรือมีแนวทางในการทำการเกษตรเหมือนหรือไปในทิศทางเดียวกัน
2. ควรต้องมีมาตรการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ในกลุ่มของตนเอง อาจริเริ่มจากการดึงคนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นเกษตรกร
3. ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
4. ควรจัดทำบัญชีและฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและรัดกุม หากเป็นไปได้ควรให้สมาชิกที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการทำบัญชีเข้ามารับหน้าที่นี้
5. ควรสร้างตลาดให้หลากหลาย ไม่ควรฝากอนาคตกลุ่มไว้กับตลาดใดตลาดหนึ่ง และควรเปิดกว้าง/ส่งเสริมให้สมาชิกหาตลาดส่วนตัวได้ นอกจากตลาดที่ขายผ่านกลุ่ม
6. ควรสร้างเครือข่ายกับเกษตรกรกลุ่มอื่น

ช่วงที่สอง

การเสวนาแลกเปลี่ยน



วิฑูรย์ ปัญญากุล

คำถามสำคัญที่ต้องการให้โฟกัส คือ ความยั่งยืน จุดอ่อน จุดแข็งในการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมคืออะไร ผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมคืออะไร เมื่อพูดถึงเศรษฐกิจหมายถึงเศรษฐกิจ 3 ระดับ คือ ระดับของชาวบ้าน ระดับของกลุ่มชาวบ้านได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ลดหนี้ลง บางโมเดลธุรกิจอาจยังเป็นเพียงการรวมกลุ่มชาวบ้าน ตัวสมาชิก ระดับขององค์กรที่ซ้อนขึ้นมา มีกลุ่มองค์กรหนึ่งขึ้นมา ทำหน้าที่ด้านการตลาด หรือทำหน้าที่สนับสนุน เช่น บริษัทปลาออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม บริษัท ดี มี สุข (ไม่) จำกัด เป็นต้น ดังนั้น หากไม่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคมยังไม่ต้องพูดถึง

บุญมี สุระโคตร

ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ **ระดับเกษตรกร** คือ 1. การประกันราคาผลผลิต ราคาส่วนต่างจากสินค้าทั่วไปที่เขาเคยได้ มีการยกระดับราคาเพิ่มขึ้น จากเดิม 14 บาทต่อกก. แต่กลุ่มรับซื้อ 16 บาทต่อกก. ซึ่งเป็นมติที่ประชุมของสมาชิกที่กำหนดร่วมกัน พิจารณาจากต้นทุนการผลิตของเกษตรกรในแต่ละรอบการผลิต เกษตรกรต้องการรายได้เท่าไร เกษตรกรมีส่วนร่วมในการออกแบบและกำหนดราคา 2. เงินปันผลหุ้นส่วนที่มีกับกลุ่ม 3. สวัสดิการสังคมให้กับสมาชิก ได้แก่ ทุนการศึกษาบุตรหลานสมาชิกและคนในชุมชน

เงินสมทบค่าทำศพให้กับสมาชิกในครัวเรือน 4. เงินทุนสนับสนุนการจัดหาปัจจัยการผลิตให้กับสมาชิก **ระดับชุมชน** ได้แก่ การดูแลการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมในชุมชน

วิฑูรย์ ปัญญากุล

เห็นว่าความมองจุดหลักหรือความต่างจริงๆ ของผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจของธุรกิจเพื่อสังคม เพราะบริษัทธุรกิจอื่น ๆ ก็มีการประกันราคาผลผลิต สหกรณ์ก็มีการจัดสวัสดิการให้กับสมาชิก การจัดหาปัจจัยการผลิตให้สมาชิกได้เช่นกัน

สุภาภรณ์ อนุชิราชีวะ

มิติด้านเศรษฐกิจ คือ **1.การกำหนดราคาสินค้าบนพื้นฐานของผลประโยชน์ที่ชุมชนควรจะได้เป็นหลัก** สัดส่วนราคา คือ กลุ่ม 20% ชาวประมง 50% ร้าน 30% โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาด้วย นอกจากนี้คือ การยกระดับราคาสินค้าในชุมชน ชุมชนได้มองเห็นราคาสินค้าที่แท้จริง สะท้อนราคาที่เหมาะสมควรจะได้รับมีมูลค่าสูงกว่าปัจจุบัน ภายหลังเราทำการตลาดสินค้าสู่กรุงเทพฯ กรณีตัวอย่าง กุ้งก้ามกรามขนาดจัมโบ้ ชาวประมงเคยขายให้พ่อค้าคนกลาง กก.ละ 500 บาท มายาวนาน เราจึงขอรับซื้อกก.ละ 600 บาท เพื่อมาขายกรุงเทพฯ กก.ละ 700 บาท ส่งผลให้พ่อค้าคนกลางขึ้นราคาซื้อเป็นกก.ละ 900 บาท เราจึงได้เห็นราคาที่ชัดเจนว่าพ่อค้าเขาส่งออกไปมาเลเซียได้ถึงกก.ละ 3,000 บาท ปัจจุบันเราซื้อจากชาวประมงราคา กก.ละ 1,200 บาท

2. การยกระดับคุณภาพสินค้า ยกกรณีตัวอย่าง กะปิที่ดีที่สุด จ.กระบี่ ชาวบ้านขายในชุมชน กก.ละ 100 บาท ตากแดดอยู่ริมถนน อร่อยมาก แต่ไม่มีความสะอาด ภายหลังเราช่วยพัฒนาคุณภาพสินค้า กะปิขายได้ กก.ละ 400 บาท ชุมชนได้ กก. 300 บาท เพราะเราหักไว้ 30% สิ่งที่เขากลับไปทำ คือ สร้างโรงเรือน ขอทุนสนับสนุนสร้างโรงเรือนจากจังหวัด ขอย. ปัจจุบันกะปิชุมชนสามารถส่งออกต่างประเทศได้ อีกกรณี คือ กุ้งทะเลสาบสงขลาเคยล้นตลาดและราคาตก จากราคา กก.ละ 100 บาท เหลือ 50 บาท เราช่วยพัฒนาคุณภาพสินค้าทำเป็นกุ้งแห้ง ปัจจุบันขายได้ กก.ละ 1,700 บาท จะเห็นได้ว่าการยกระดับคุณภาพสินค้าด้วยความเชื่อมั่นในคุณภาพผลผลิตของชาวบ้าน จะสามารถสะท้อนราคาที่แท้จริงได้ ไม่ใช่เรื่องการตั้งราคาเกินจริงแต่อย่างใด

เพ็ญญา หงษ์ทอง

กรณีวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะต่างจากวิสาหกิจเพื่อสังคม เขาจะมีมุมมองการบริหารจัดการหนี้สินเกษตรกร คือ สมาชิกห้ามเป็นหนี้เพิ่ม ถ้าจะมีการลงทุนใหม่ สมาชิกไม่ควรไปกู้จากภายนอก แต่กลุ่มจะพยายามสร้างระบบภายใน เช่น ใช้เงินกองทุนกลุ่มไปซื้อปัจจัยการผลิตในราคาส่ง เพื่อจำหน่ายเชื่อให้สมาชิก

ในราคาถูก เมื่อสมาชิกขายผลผลิตแล้วจึงค่อยจ่ายคืนเป็นเงินสด นอกจากนี้คือกรณีความเชื่อของชาวบ้านเรื่อง การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้สามารถกู้ยืมเงินจากธ.ก.ส. เป็นกลุ่มได้ ซึ่งเรื่องนี้อาจเป็นดาบสองคมหาก กลุ่มไม่มีความพร้อม ขาดวินัยในการบริหารจัดการเงินทุนเหล่านั้น ก็อาจจะนำมาซึ่งวงจรหนี้สินเหมือนเดิม

ความเห็นต่อการประกันราคารับซื้อผลผลิต มีหลายรูปแบบ เช่น บริษัทประกันราคาต้นหอมกก.ละ 40 บาทตลอดทั้งปี บางกลุ่มก็อาจจะไม่ยอมรับเพราะอาจไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงและอาจไม่คุ้มทุน แต่บาง กลุ่มอาจยอมรับเพราะทำให้มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน นอกจากนี้เรื่องระบบตลาด กลุ่มหาช่องทางตลาดให้ ขาย ผลผลิตในนามกลุ่ม แต่เขารู้สึกว่าตลาดถูกผูกขาดอยู่แหล่งเดียว เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรอง เกษตรกรแต่ละ คนจึงควรรหาตลาดของตนเองรองรับด้วย เพื่อให้ผักของตัวเองมีช่องทางการกระจาย และเพื่อแก้ไขปัญหาเมื่อ คุณภาพของผลผลิตไม่ผ่านมาตรฐานที่เขาซื้อ เป็นต้น

วัชรารณ ชันฉวีระวัฒน์

เราควรแยกแยะให้ออกว่าระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคม ธุรกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการทางสังคม คือ อะไร ซึ่งกิจการทั้งหมดนี้ควรต้องมีเป้าหมายทางสังคมและเศรษฐกิจที่ชัดเจน ดำเนินกิจการรูปแบบธุรกิจ แต่เป็นไปเพื่อเป้าหมายทางสังคม กับองค์กรภาคธุรกิจ มองเรื่องความยั่งยืนทางธุรกิจ มองผลกำไรสูงสุด นั่น ไม่ใช่เพื่อสังคม แม้ว่าเขาจะมี CSR มี SE มีมูลนิธิของตนเอง แต่เดิมวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากกลไกของรัฐที่มี พรบ.สนับสนุน ขึ้นอยู่กับกรมส่งเสริมการเกษตร วิสาหกิจเพื่อสังคมก็เกิดขึ้นจากกลไกของรัฐที่มีพรบ.สนับสนุน เช่นกันในปี 2562 หากขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม วิสาหกิจเพื่อสังคมก็จะสามารถได้รับการ สนับสนุน นอกจากนี้ก็มีกลุ่มกิจการที่ไม่ขึ้นทะเบียนก็จะนิยามตนเองว่าเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

บริษัท ดี มี สุข มีโจทย์ในการทำงานเพื่อสังคม คือ เราจะไม่ใช่ทรัพยากรในชุมชน แต่เราจะเข้าไปเป็น หุ้นส่วนในการพัฒนาชุมชน โดยจัดการในรูปแบบของธุรกิจ เราช่วยพัฒนาทรัพยากรชุมชนให้เกิดรายได้ ชุมชน มีรายได้ เรามีรายได้ เราจะไม่โยนความเสี่ยงให้กับชุมชน เช่น กรณีเกษตรกรพันธะสัญญาในประเทศไทยเป็นการ โยนความเสี่ยงให้กับชาวบ้านและชุมชน เราทำธุรกิจแบบเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา ร่วมแบกรับความเสี่ยงใน ระดับผลผลิตกับชุมชน มีความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลกับชุมชน ในขณะที่เกษตรกรและชุมชนโดยเฉพาะ เกษตรกรรุ่นใหม่ต้องเข้าใจความเป็นธุรกิจมากขึ้น

วิฑูรย์ ปัญญากุล

รูปแบบการร่วมแบกรับความเสี่ยงของธุรกิจเพื่อสังคม มีหลายระดับตั้งแต่เรื่อง ผลผลิต แต่หากจะไป ถึงความยั่งยืนต้องร่วมแบกรับความเสี่ยงไปถึง การผลผลิต หากเกษตรกรไม่มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ หลายครั้งที่ เกิดปัญหาภัยพิบัติหรือภาวะโลกร้อน เกษตรกรต้องแบกรับความเสี่ยงนั้น 100% ซึ่งโจทย์นี้ในบริบทของบ้าน เรายังไปไม่ถึง แต่อย่างน้อยระยะเริ่มต้นธุรกิจเพื่อสังคมมีการแบกรับความเสี่ยงต่อผลผลิตและการจัดการ

การตลาดให้เกษตรกร นอกเหนือจากการประกันราคาและการประกันรับซื้อผลผลิตให้กับเกษตรกร บางโมเดล
ทำเฉพาะประกันราคาอย่างเดียว ตามโควต้าที่กำหนดไว้ บางโมเดลทำเฉพาะประกันการรับซื้อ รับซื้อผลผลิต
ทั้งหมด แต่ราคาอาจไม่ใช่ราคาประกันที่สูงมากนัก บางโมเดลทำทั้งประกันราคาและประกันรับซื้อ ซึ่งทั้งหมด
นี้เป็นหนึ่งในโมเดลการบริหารจัดการความเสี่ยงให้กับเกษตรกรรายย่อย โดยกลุ่มเกษตรกรหรือธุรกิจเพื่อสังคม
ที่เข้ามาช่วยบริหารจัดการด้านการตลาด

รพีรัตน์ ราชเพ็ชร

ปัจจุบัน ธ.ก.ส.มีโครงการเงินกู้ล้านละร้อย 2 โครงการ (กู้ 1 ล้าน อัตราดอกเบี้ย 10 บาทต่อปี) ได้แก่
สินเชื่อเกษตรแปลงใหญ่ สินเชื่อเกษตรสร้างไทย โดยจะกำหนดเงื่อนไขและคุณสมบัติให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกและประเมินศักยภาพเท่านั้น เช่น มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี มีการบริหารจัดการ
ความเสี่ยงที่ดี เช่น การวางแผนการผลิต แผนการตลาด แผนการพัฒนาบุคลากร แผนการตรวจสอบภายใน
รวมถึงการพึ่งพาตนเองด้านรายได้ การผลสร้างกำไร และเงื่อนไขสำคัญ คือ กลุ่มมีการจัดสรรผลกำไรคืนสู่
สังคม (Care Share Fair) อย่างน้อยร้อยละ 10 เช่น สวัสดิการสังคมให้กับชุมชน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
การสนับสนุนคนรุ่นใหม่ เป็นต้น

ตามแนวทงนโยบาย ธ.ก.ส. จะมุ่งเน้นสนับสนุนสินเชื่อให้กับวิสาหกิจชุมชนหรือกิจการเพื่อสังคมที่
พร้อมจะพัฒนาด้านเกษตรกรรมยั่งยืนไปด้วยกัน แม้ว่าสินเชื่อส่วนใหญ่จะอยู่ในเกณฑ์ปกติ แต่สินเชื่อเพื่อ
ความยั่งยืนจะได้รับดอกเบี้ยในอัตราพิเศษ

วิฑูรย์ ปัญญากุล

จะเห็นได้ว่าการประกันราคามีหลายลักษณะ ทั้งในรูปแบบประกันราคาทั้งปี ประกันราคาเป็นครั้ง ๆ
ตามฤดูกาลผลิต แนวทางการประกันราคา บางแห่งพิจารณาจากต้นทุนการผลิต บางแห่งไม่สามารถประเมิน
ต้นทุนการผลิตได้ ส่วนตัวทำเรื่องช้ามากกว่า 30 ปี ไม่สามารถประเมินอย่างมั่นใจและมีข้อสรุปว่า ต้นทุนการ
ผลิตข้าวของชาวนาอยู่ที่เท่าไร ดังนั้นการคำนวณต้นทุนการผลิตของเกษตรกรที่แท้จริงไม่ใช่เรื่องง่าย

เรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ ธ.ก.ส. เคยทำเรื่องประกันภัยพิชผลการเกษตร
แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ มีคนใช้บริการน้อยมาก เพราะสุดท้ายแล้วผู้แบกรับความเสี่ยงหลักก็เป็นเกษตรกรที่
เป็นคนจ่ายเบี้ยประกัน แต่ยังไม่มีความเข้าไปช่วยประกันความเสี่ยงนี้ให้เกษตรกร ยกเว้นเมื่อน้ำท่วมเสียหายไป
แล้ว รัฐบาลจ่ายเงินช่วยเหลือให้เป็นครั้งคราว

การยกระดับราคาและคุณภาพสินค้า กรณีของบริษัทปลาออร์แกนิกค่อนข้างชัดเจนมาก รวมไปถึง
ผลกระทบข้างเคียงเชิงบวกทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา การเพิ่มช่องตลาด สามารถลดการผูกขาดราคา

สินค้าในท้องถิ่นได้ ซึ่งมักจะเกิดในกรณีเกษตรกรเข้าไม่ถึงข้อมูลราคาสินค้า ผลกระทบเชิงบวกนี้ไม่เพียงสมาชิกเราได้ประโยชน์แต่คนในชุมชนก็ได้ประโยชน์ไปด้วย

สุภาพรณ์ อนุชิตราชีวะ

กรณีตัวอย่างผลกระทบทางเศรษฐกิจทางอ้อมต่อชุมชน วิสาหกิจแพปลาชุมชนบ้านแหลมผักเบี้ย จ. เพชรบุรี ปัจจุบันชุมชนนี้ไม่ได้ส่งสินค้าให้กับร้านปลาออร์แกนิกแล้ว เพราะเขาสามารถจำหน่ายได้เองในชุมชนในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้ความร่วมมือกับธนาคารออมสินและจังหวัดเพชรบุรี เขาเปิดร้านอาหารเฉพาะศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำ ด้านหลังร้านมีธนาคารปูม้า เพื่อแสดงให้เห็นชุมชนและนักท่องเที่ยวเห็นว่าการอนุรักษ์ช่วยให้ชุมชนมีอาชีพและเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน มีการต่อยอดการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หอยจืด มีการเชื่อมโยงจัดส่งผลผลิตอาหารทะเลให้กับโรงแรมในพื้นที่ได้เอง

วิสาหกิจชุมชนโอริงป่นตัย จ.ปัตตานี เป็นหนึ่งในพันธมิตรทางธุรกิจของร้านปลาออร์แกนิก ชุมชนปัตตานีมีสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้ง ส่งผลกระทบต่อการทำมาหากิน โรงงานปิด ผู้หญิงและแม่หม้ายที่มีรายได้น้อยมีความยากลำบากเป็นอย่างมาก ภายหลังจากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกัน การแปรรูปอาหารทะเล เกิดผลกระทบเชิงบวก คือ ปลาเกลือเค็มซึ่งขึ้นชื่อมาก ราคา กก.ละ 1,750 บาท กลายเป็นสินค้าของฝากมากกว่าสินค้าเพื่อซื้อไว้ทานเอง รวมถึงอาหารทะเลแปรรูปอื่น ๆ สามารถจำหน่ายได้ดีในตัวจังหวัดไม่ต้องส่งขึ้นกรุงเทพฯ ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนรองรับการจ้างงานให้กับคนในพื้นที่ จากเดิมแรงงานในพื้นที่เคยได้ค่าจ้างฉีกปลาแกะดักเค็ม 2 วัน 50 บาท ปัจจุบันได้ค่าจ้างจากวิสาหกิจชุมชนวันละ 200 บาท

หลักการสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อสังคมร่วมกับชุมชน คือ การสร้างความมั่นใจด้านการตลาดให้กับชุมชน ทำแล้วขายได้ การช่วยยกระดับและต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และไม่ควรมองเพียงเรื่องขายของให้กับเรา แต่มองเขาเป็นหุ้นส่วนและเครือข่ายการพัฒนาทางสังคม บางชุมชนมีท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ชุมชนมีตัวตนและยืนได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

สมจิต คงทน

คำถาม 1. ในยุคก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม มีโจทย์อะไรที่เป็นข้อท้าทายที่จะต้องฝ่าฟันเพื่อเดินต่อไปให้ได้บ้าง 2. ลักษณะการลงหุ้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำไม่จึงเลือกวิธีนี้ มีวิธีการและแนวทางอย่างไรบ้าง 3. กรณีพื้นที่สมาชิกอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง มีวิธีการส่งสินค้าอย่างไรบ้าง

สุภาภรณ์ อนุชิตราชีวะ

ตอบ การถือหุ้นของบริษัทปลาออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม 90% ถือหุ้นโดยชาวประมงพื้นบ้าน ซึ่งรูปแบบการถือหุ้นไม่จำเป็นต้องเป็นเงินสด เพราะก่อนก่อตั้งบริษัทเราทำโครงการร่วมกับชาวประมงพื้นบ้านมาก่อน 5 ปี เราได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสหภาพยุโรป เราได้นำเงินรายได้จากการจำหน่ายอาหารทะเลเปิดเป็นบัญชีต่างหาก นอกเหนือจากที่ได้รับเงินสนับสนุนจากสหภาพยุโรป สิ่งที่เราพยายามสร้างการเรียนรู้ให้กับชุมชน คือ ขายปลาได้ 100 บาท ทำไมเขาไม่ได้รับทั้งหมด เราพยายามสื่อสารกับเขาว่าทุกอย่างมีต้นทุน ดังนั้น 30 บาทจะถูกหักไว้ทุกครั้งที่มีการขายปลาเพื่อเข้าบัญชีกองทุน สิ่งนี้อยากฝากกับองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานกับชาวบ้านว่า ต้องให้ชุมชนรู้ต้นทุนจริง ไม่มีอะไรฟรีในโลกนี้ แต่ต้องชัดเจนว่าเงินรายได้ที่หักไปนั้นไปไหน 5 ปีผ่านไป เรามีเงินทุนสำหรับสร้างร้านของเราเอง เรามีเงินทุนตั้งต้น (Seed Money) ซึ่งเงินส่วนนี้ถูกเฉลี่ยเป็นหุ้นของทุกชุมชนเท่ากัน โดยชาวบ้านไม่ต้องจ่ายสมทบเพิ่มในการจัดตั้งบริษัท

ตอบ ระบบขนส่งอาหารทะเลในพื้นที่ห่างไกล เราใช้บริการ บ.ข.ส. เพราะชาวบ้านอยู่ห่างจากตัวเมืองกว่า 50 กม. ไม่มีบริการขนส่งอื่นที่คุ้มค่าและสอดคล้องกับรอบการเดินทางของชาวบ้าน อาหารทะเลจากพื้นที่ 7 จังหวัด เราใช้บริการเดินรถจาก บ.ข.ส. 7 สายมาส่งที่หมอชิต 2 ทุกวันพุธ และเราจ้างรถปิคอัพมารับส่งครั้งเดียว

บุญมี สุระโคตร

ตอบ การถือหุ้นของวิสาหกิจชุมชนเป็นเรื่องจำเป็นมาก เพราะเราทำเรื่องข้าว การใช้ทุนรวบรวมข้าวเป็นเรื่องใหญ่ พื้นที่การผลิตข้าวของกลุ่มกว่า 16,000 ไร่ ผลผลิตข้าวเปลือกต่อปีกว่า 10,000 ตัน ส่วนหนึ่งเรากู้จากธ.ก.ส. แต่นิยามคำว่าวิสาหกิจชุมชนมีเพดานการกู้ได้ไม่เกิน 10 ล้านบาท ซึ่งไม่เพียงพอ เราต้องอาศัยการระดมหุ้นจากสมาชิก สมาชิกแรกเข้าถือหุ้นรายละ 100 บาท การลงหุ้นของเกษตรกรเป็นเงินสดเป็นเรื่องยากมาก เราเคยปรับวิธีการระดมหุ้นด้วยการให้สมาชิกเอาข้าวเปลือกมาลงเป็นหุ้น ราคา กก.ละ 20 บาท แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับทุนรวบรวมข้าว ล่าสุดเมื่อกลุ่มมีมาตรฐานแฟร์เทรด เกษตรกรบางรายขายข้าวให้กลุ่ม 20 ตัน แต่ถือหุ้นเพียง 100 บาท เมื่อมาดูนิยามคำว่าความเป็นธรรม เขามองว่าเกษตรกรรายนี้เอาเปรียบองค์กรหรือเปล่า จึงมีมติที่ประชุมให้เกษตรกร 1 ราย ถือหุ้นขั้นต่ำ 1 หุ้น 1,000 บาท สูงสุดไม่เกิน 2 แสนบาท

วิฑูรย์ ปัญญากุล

ระเบียบของวิสาหกิจชุมชนจะไม่เป็นนิติบุคคล หากถูกฟ้องล้มละลายคณะกรรมการต้องหารกันไม่จำกัด ในขณะที่บริษัทมีจำกัด จึงมีเพดานของธ.ก.ส.ไม่ให้วิสาหกิจชุมชนกู้เกิน 10 ล้านบาท ปัญหาของการรับซื้อผลผลิตที่ออกปีละครั้ง จะมีการปัญหาทุนรวบรวมผลผลิต แต่ที่ผ่านมายังไม่เคยมีวิสาหกิจชุมชนไหนระดมหุ้นได้เพียงพอ ดังนั้นการระดมหุ้นจึงเป็นเพียงสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่าเขาเป็นเจ้าของ หากถือหุ้นน้อยก็แสดงว่า

เขาอาจไม่ยอมเป็นเจ้าของ แต่เขาถูกบังคับโดยระเบียบ แต่หากเขาได้เงินปันผล เขาก็อาจจะอยากสะสมหุ้นมากขึ้น

มิติการแก้ปัญหาสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม ปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่เท่าเทียมเป็นเรื่องใหญ่ ชาวนามีรายใหญ่ รายเล็ก ถือครองที่ดิน 5 ไร่ 10 ไร่ 50 ไร่ 100 ไร่ มีชาวนาเช่าที่ดิน แรงงานรับจ้างในแปลงเกษตร สมาชิกเหล่านี้มีความแตกต่างหรือไม่ เราได้คำนึงถึงกลุ่มคนด้อยโอกาสเหล่านี้หรือไม่ในการเข้าถึงผลประโยชน์และบริการของกลุ่ม การรวมกลุ่มเป็นจริงขนาดไหน การตัดสินใจและการมีส่วนร่วมของกลุ่ม การประชุมใหญ่มีสมาชิกมาเข้าร่วมแค่ไหน และสุดท้ายเราได้ขยายผลประโยชน์ไปยังชุมชนที่เราอยู่หรือไม่ กว้างกว่าผลประโยชน์ของสมาชิกและกลุ่ม ยกกรณีตัวอย่าง กลุ่มแพร์เทรดยางพาราที่ศรีลังกา นำผลกำไรบางส่วนไปสนับสนุนโรงเรียนและโรงพยาบาล เป็นต้น

วัชรกรรณ์ ชันธิระวัฒน์

ประเทศไทยติดกับดักการพัฒนา ยิ่งพัฒนายิ่งเหลื่อมล้ำ คนจนจนลง คนรวยรวยมากขึ้น ที่ดินกระจุกตัว รวมถึงการศึกษา มีความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ ในการทำงานกับชุมชน คำตอบอยู่ที่ชุมชนว่าชุมชนต้องการอะไร ต้องการพัฒนาอาชีพ มีรายได้ ต้องการดินร่นเพื่อความอยู่รอด ปี 2563 เราลงไปทำงานกับชุมชนยะหริ่ง จ.ปัตตานี ช่วงโควิด คนในชุมชนไปทำงานร้านอาหารที่มาเลเซีย ตกงานกลับมาในประเทศ เขาขอแค่ค่ากับข้าววันละ 50 บาท เดือนละ 1,500 บาทก็อยู่รอดได้ ปัจจุบันกลุ่มเขามีรายได้เดือนละ 50,000 บาท ปีละ 600,000 บาท โตขึ้นมากกว่า 10 เท่า ช่วยชาวบ้านกว่า 18 ครัวเรือน สิ่งเหล่านี้คือโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจที่เราเข้าไปช่วยพัฒนาชุมชนได้ เรามีเงินทุนตั้งต้นให้กับชุมชน ๆ ละ 100,000 บาท หากทำแล้วรายได้ไม่ถึงปีละ 600,000 บาท ถือว่าไม่คุ้มกับทรัพยากรที่เราลงไป ใน 10 ชุมชน เราให้ทรัพยากรเงินทุนตั้งต้นให้กับชุมชน 1 ล้านบาทต่อปี นอกเหนือจากตัวชี้วัดเป็นผลตอบแทนจากการลงทุน ROI หรือ Return on Investment ยังมีตัวชี้วัด SROI หรือ Social Return on Investment ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนที่เกิดขึ้น ช่วยคนกี่คน รายได้ครัวเรือนเพิ่มขึ้นเท่าไร

รพีรัตน์ ราชเพชร

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน SROI ของธ.ก.ส. คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นลูกค้าของเราสามารถขยายเครือข่ายให้กับกลุ่มอื่น ๆ เกษตรกรรายอื่น ๆ ที่ยังไม่มีโอกาสเข้าถึงตลาด เข้าถึงแหล่งการรวบรวมและแปรรูป กรณีตัวอย่าง ชุมชนที่เข้าร่วมการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวร่วมกับเรา มีเงื่อนไขว่าเขาต้องขยายเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 เครือข่าย ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มเยาวชนเกษตรกร กลุ่มปลูกผัก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้คือแนวคิดการแชร์ การแบ่งปันสู่สังคม ที่ธ.ก.ส.ให้ความสำคัญและเห็นว่าเป็นแนวทางพัฒนาความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้

สุภาภรณ์ อนุชิวาชีวะ

มิติทางสังคมเป็นจุดเริ่มต้นของบริษัทปลาออร์แกนิกมาตั้งแต่ต้น คือ การทำให้ชาวประมงพื้นบ้านเป็นที่รู้จักของสังคมเมืองหรือผู้บริโภค และคนไทยได้กินอาหารทะเลที่ปลอดภัย เพราะอาหารทะเลในกรุงเทพฯ จากการที่มีประสบการณ์อยู่กับเรื่องนี้มานาน บอกได้เลยว่าแทบจะกินไม่ได้ ยกเว้นในตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตระดับสูงจริง ๆ การทำงานครั้งแรกปีแรกของเรา ไม่มีเจ้าไหนระบุว่าแหล่งอาหารทะเลของตัวเองมาจากไหน แม้แต่ในห้าง ปัจจุบันเริ่มมีการระบุชื่อบริษัทอาหารทะเลเพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นความสำเร็จเพราะตรวจสอบได้ว่ามาจากบริษัทเหล่านี้ นอกจากนี้กระแสอาหารทะเลชาวประมงพื้นบ้านเป็นที่พูดถึงในโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น ที่ผ่านมามีคนติดต่อขอขายปลาหมึกที่จับโดยเรือประมงพื้นบ้าน ไม่มีการรวมกลุ่ม แต่เขาเป็นเจ้าของเรือ 20 ลำ แต่เราไม่รับเพราะนั่นไม่ใช่วัตถุประสงค์ของเรา เราต้องการทำให้ใครรวย เราต้องการสร้างโอกาสให้กับพี่น้องชาวประมงพื้นบ้าน นอกจากนี้เราได้เห็นว่าสถานการณ์โควิดทำให้ร้านปลาออร์แกนิกเป็นศูนย์กระจายสินค้าให้กับเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์อื่น ๆ เช่น ผัก ไข่ มะพร้าว มาฝากขาย เพราะห้างปิดหมด ดังนั้น หากวัตถุประสงค์เราชัดเจนว่าต้องการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผลกระทบใน 3 เสาเสาหลัก สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม ก็มีโอกาสเสมอที่จะเกิดขึ้นได้

เพ็ญญา หงษ์ทอง

วัตถุประสงค์การรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยเกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจของตนเอง ต้องการพ้นจากภาระหนี้สิน และต้องการทำอาหารที่ปลอดภัยให้กับสังคม แต่การจะก้าวไปถึงตรงนั้นได้ยังเป็นเรื่องยาก มีความท้าทายว่าตราบไต่ที่กลุ่มเราเองยังไม่เข้มแข็ง การต่อสู้กับทัศนคติของชาวนากระแสนหลักที่แวดล้อมจำนวนมาก เพราะพื้นที่ศึกษาเป็นนาภาคกลางแวดล้อมด้วยนาเคมี เขาเห็นถึงความสำคัญในการจับมือและรวมกลุ่มกันทำอินทรีย์ ทั้งเพื่อบริโภคและขาย ไม่เช่นนั้นถูกเกษตรกรเคมีกลืนแน่นอน อาจจำเป็นต้องใช้เวลาสักระยะในการตอบโจทย์ตัวเองก่อน จึงจะสามารถสร้างผลกระทบทางสังคมได้ในอนาคต

บุญมี สุระโคตร

สิ่งที่เราทำเพื่อชุมชนและสังคม คือ ผลผลิตอาหารปลอดภัยและอินทรีย์ แม้ว่าสินค้าเราจะส่งออก 90% เหตุผลหนึ่งที่เราต้องส่งออกเป็นหลัก เพราะการแข่งขันในประเทศมีค่อนข้างสูง เราต้องส่งออกก่อนเพื่อให้เกิดการยอมรับมากขึ้น สิ่งที่เราทำให้ชุมชน คือ เราแบ่งสัดส่วนผลกำไร 10% คืนสู่ชุมชน ในเรื่องการศึกษา สิ่งแวดล้อม สมาชิกใน 26 ชุมชน แต่ละปีจะทำแผนงานแต่ละชุมชน ต้องการให้องค์กรเข้าไปดูแลชุมชนในด้านใดบ้าง แต่ละชุมชนจะมีปัญหาต่างกัน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำ เราก็จะทำโครงการเข้าไปดูแลให้สอดคล้องกับปัญหาของชุมชน รวมถึงสนับสนุนด้านการศึกษาให้กับบุตรหลานสมาชิก 80-100 คน

ต่อปี ปัญหาใหม่ของชุมชน คือ การจัดการฟางหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อลดการเผา มีวิธีการป้องกันอย่างไร แต่ละปีทางกลุ่มนางบพริเมียม 3 ล้านบาท สนับสนุนให้กับชุมชน รวมถึงการจ้างงานให้กับเยาวชนที่ต้องการกลับมาทำงานในชุมชน ลูกจ้างประจำ 30 คน แต่กลุ่มยังมีข้อจำกัดไม่สามารถรองรับความต้องการได้ทั้งหมด มีแผนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ แต่ยังไม่ขยายได้ไม่ได้ทั้งหมด รวมถึงผลกระทบทางสุขภาพให้กับคนในชุมชน

วิฑูรย์ ปัญญากุล

จะเห็นได้ว่ามิติทางสังคมมีความหลากหลาย มิติทางสังคมที่เกิดขึ้น by design จากการออกแบบ โมเดลธุรกิจว่าเราจะแก้ไขปัญหามิติทางสังคมเรื่องอะไร มีอยู่น้อยมาก และส่วนใหญ่เป็นมิติทางสังคมที่เกิดขึ้น by default โมเดลธุรกิจที่ไม่ได้ออกแบบไว้อย่างชัดเจนว่าเราจะแก้ปัญหามิติทางสังคมเรื่องอะไร ยกตัวอย่าง เช่น กลุ่มหนึ่งตั้งขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์การแก้ไขปัญหานี้สิน แต่คนที่รวยที่สุดทำธุรกิจก็ยังเป็นหนี้ โจทย์เรื่องการทำธุรกิจโดยไม่เป็นหนี้อาจไม่เป็นจริง แต่โจทย์คือการบริหารจัดการทางการเงิน ซึ่งเรื่องนี้อาจถกเถียงกันได้ ถ้าเทียบมิติเรื่องเศรษฐกิจและสังคม สังคมยังเป็นเรื่องที่มีน้อยมาก ที่เราออกแบบหรือทำต่อเนื่องเพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจเพื่อสังคมโดยการออกแบบ ต้องยอมรับว่ามิติทางด้านสังคมยังไม่เห็น

ตัวชี้วัดไม่สามารถดูได้จากการพูด แต่ปัญหาคือจะวัดได้อย่างไร เครื่องมือวัดผลตอบแทนทางสังคม SROI ปัญหา คือ จะวัดอย่างไรไม่ให้เป็นเพียงความรู้สึก

สุภาภรณ์ อนุชิตราชีวะ

ลักษณะโมเดลธุรกิจของบริษัทปลาออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม เกิดขึ้นจากชาวประมงพื้นบ้านเป็นเจ้าของ ดังนั้นรายได้ส่วนใหญ่กลับไปสู่ชุมชน ชุมชนนำรายได้ไปปล่อยปลา กุ้ง ในพื้นที่ชายฝั่งเพื่อขยายให้มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ เมื่อปัตตานีมีปัญหาหน้าท่วมก็เอาเงินของกลุ่มชาวประมงพื้นบ้านไปช่วยครอบครัวที่เดือดร้อน เนื่องจากชุมชนประมงพื้นบ้านเป็นกลุ่มเปราะบาง จึงไม่ได้เอาเงินส่วนหนึ่งไปช่วยเรื่องอื่น ๆ เช่น แก้ปัญหาการจัดการขยะ แต่จะนำเงินรายได้ส่วนใหญ่ไปยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน ซึ่งสิ่งนี้อาจไม่สอดคล้องกับนิยามความหมายของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะเราเขียนรายงานเหมือนเดิมทุกปี เพราะไม่มีกิจกรรมใหม่ เพราะเป็นเนื้อเดียวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม จึงมีความเห็นว่าบ้านเราดีใจยังไม่แตกเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคม มองเรื่อง CSR เข้ามาร่วมค่อนข้างเยอะ คือ คุณทำธุรกิจอะไรก็ได้ เพียงมีส่วนหนึ่งคืนสู่สังคม โดยเฉพาะข้อกฎหมายสิทธิประโยชน์วิสาหกิจเพื่อสังคมเรื่องการยกเว้นภาษี ทำ 5 ปี ไม่เคยมีกำไร เพราะรายได้ส่วนใหญ่กลับไปสู่ชุมชน ทำไมเราไม่สนับสนุนวิสาหกิจของคนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมให้เกิดได้จริงมากขึ้น เช่น ครอบครัวยกเว้นภาษีให้บุคคลหรือบริษัทที่เข้าร่วมการระดมทุนกับวิสาหกิจเพื่อสังคมได้

วัชรารกรณ์ ชั้นตรีระวัฒน์

เห็นว่า เงื่อนไขพรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ยังไม่เอื้อ เข้าใจบริบท และสนับสนุนการก่อเกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมในบ้านเราเท่าที่ควร กลไกภาครัฐทำหน้าที่กำกับมากกว่าการส่งเสริมและสนับสนุน การออกแบบเครื่องมือชี้วัดยังไม่สอดคล้องและตอบโจทย์

วิฑูรย์ ปัญญากุล

ดีใจที่วันนี้ประเด็นเรื่องธุรกิจเพื่อสังคมได้รับความสนใจและยอมรับในสังคมวงกว้างมากขึ้น เปรียบเทียบจากเมื่อ 30 ปีที่แล้ว เมื่อเริ่มทำกรีนเนท ซึ่งทุกวันนี้เราเรียกธุรกิจเพื่อสังคม สมัยนั้นวงการเอ็นจีโอเขาบอกว่านี่คือองค์กรธุรกิจไม่เข้าพวก เขาไม่เชิญประชุม พอไปวงการธุรกิจเขาบอกว่าพวกนี้เป็นองค์กรสังคม แต่แม้จะมีการยอมรับ แต่ยังวนอยู่กับปัญหาความตระหนักรู้และความเข้าใจเรื่องธุรกิจเพื่อสังคมอยู่มาก ถึงแม้จะมีกฎหมายหรือพรบ.แล้ว ก็ยังไม่เข้าใจ หากไม่เข้าใจเราก็จะเดินต่อไปไม่ได้ หรือเข้าใจแบบครึ่งๆ กลาง ๆ เดินไปทางไหนก็เป็นธุรกิจเพื่อสังคมหมดเลย ดังนั้นโจทย์หลักทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติการ คือ การสร้างความเข้าใจเรื่องธุรกิจเพื่อสังคม

.....